

جامعة قاصدي مرباح ورقلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مكملة لنيل متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ميدان: العلوم الإنسانية

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: تكنولوجيا الاتصال الجديدة

إعداد الطالبتين:

أحلام قريشي

سناء بشريب

مذكرة بعنوان:

إستخدام طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة لتقنية الفايبر "viber"

دراسة إستطلاعية على عينة من طلبة القطب الثاني بورقلة

نوقشت واجيزت علنا بتاريخ 2016/05/29

امام اللجنة المناقشة المكونة من السادة:

الأستاذ/محمد الطيب الزاوي.....جامعة قاصدي مرباح ورقلة(مشرفا ومقرراً)

الذكتورة/فضيلة تومي.....جامعة قاصدي مرباح ورقلة(مناقشاً)

الذكتور/ياسين ربوح.....جامعة قاصدي مرباح ورقلة(رئيساً)

الموسم الجامعي : 2016/2015

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"اقرأ باسم ربك الذي خلق (1) خلق الإنسان من علق (2)

اقرأ وربك الأكرم الذي علم بالقلم (3) علم الإنسان ما لم

يعلم (4)"

صدق الله العظيم

سورة - العلق -

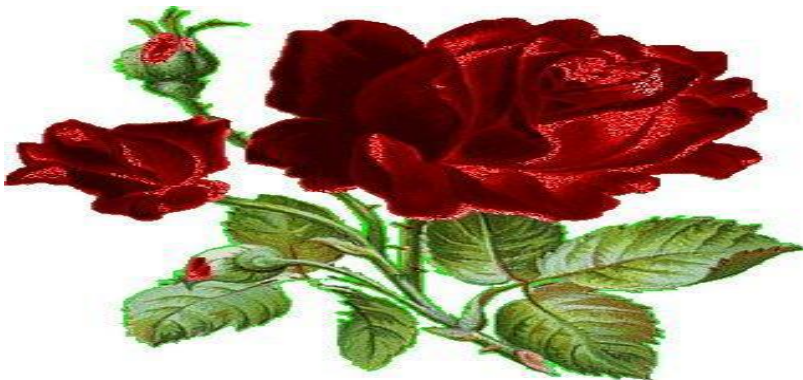
# كلمة شكر و تقدير

فلما كان شكر الله من شكر العباد نود أن نقف وقفة المعترف بالجميل والعرفان و  
التقدير أماما أستاذنا الفاضل "محمد الطيب الزاوي" على دعمه، تحفيزه، إرشاداته  
ونصائحه لنا.

وكل من قدّم لنا يد المساعدة ماديا أو معنويا

كما ننتهز الفرصة بين هذه الأسطر لنشكر أعضاء اللجنة على قبولها قراءة وتقييم  
هذا العمل المتواضع.....

شكراً.



# الهدايا

إلى من جعلت الجنة تحت أقدامها، إلى أحن وأعز ما أملك في الوجود إلى من سمرت لأتم  
فرحتي ولو تحرمني من حنانها، إلى من تعجز الكلمات عن وصفها إلى ملائكتي في الدنيا

" أمي الغالية "

إلى رمز كبريائي وافتخاري وسندي في الحياة

" أبي الغالي "

إلى شموع مفرحتي وتلج امتزازي

" إخوتي وأخواتي "

إلى أحفاد عائلتي

" إسراء، محمد، آدم الماحي، دعاء "

إلى أختي التي لم تلدها أمي

" أعلام، "

إلى الصديقة الناصحة

" هدي "

إلى من سقطوا من قلبي سمواً ....

اهدي ثمرة حمدي الوتواضع.

سناء



# الهدايا

نحمد الله و نشكره شكرا يليق بجلاله سقل لنا الصعاب ووقتنا و أتمنا القدرة لإنجاز هذا العمل:

أهدي ثمرة علمي إلى من ختمت بهابها لأجلنا و قاله أولادي ملا الجفون، و خانم لنا الصدر العنود و العجب المكنون و كل شيء عندهما من أجلنا يمون إلى من خانم لي أمًا و أبا أمي الغالية، شمس حياتي، ونور دربي أدامها الله تاجا على رأسي.

إلى روح أبي "بلقاسم" التي لم يبق لي من ذكرياته سوى صورة حفنتها الذاكرة و التي طالما حلمت أن يشاركني فرحة نجاحي رحمه الله و أسكنه فسيح جنانه.

إلى سندي وفخري في هذه الدنيا إلى من يسعوا دائما وراء نجاحي، تاج رأسي، وولي عوني وسر توفيقتي و نجاحي إخوتي "كريم" و "محمد".

إلى أجمل صديقة أهدتني إياها أمي فترة عيبي و جوصرة حياتي أختي الغالية "فاطمة الزمراء" الجوهرة النادر وزوجها "عبد المالك"، وإلى الجوهرة الوفية زوجة أخي سناء وإلى أحفاد العائلة "ريتا الرحمان" و "بلقاسم" حفظهما الله.

إلى من قاسمتني أتعاب هذه المذكرة و ساعدتني على اجتياز الأحران و الصعاب "سناء بشنوب" و كل عائلتها الصريمة.

إلى من شاركتنا إنجاز مذكرتنا و خانم مثابة الأخص الناحية و السند عند الأحران أختي "هدى لشبيب".

إلى التي جمعتني بصم الأقدار و خانوا صبرتي الأختيار: رملة، بسمة، نزيمة، سما، كوثر، ماجر.

إلى كل أفراد عائلتي صغيرا و كبيرا خاصة: نادية، عائشة، حفصة، سما، إيمان، عبد الشكور.

إلى كل من علمني حرفا أماذتني بمختلف أطوار الدراسة.

إلى كل من حملته ذاكرتي ولم تحمله مذكرتي.

أحلام



## ملخص الدراسة:

تناولت هذه الدراسة إشكالية استخدام طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة لتقنية الفاير "viber" تهدف إلى محاولة الكشف عن عادات وأنماط هذا الاستخدام ودوافعه بالإضافة إلى الإشباع المحققة جراء استخدام تقنية الفاير والتعرف على المكانة التي تحتلها في حياتهم مقارنة بتقنيات الأخرى. حيث اعتمدت على المنهج الوصفي وأداة استمارة الاستبيان لجمع المعلومات، وأجريت الدراسة على مجتمع البحث المتمثل في طلبة القطب الثاني لجامعة قاصدي مرباح ورقلة وتم اختيار عنة منه تمثلت في العينة القصدية بطريقة الحصص المتساوية بين الكليات الأربعة المنتمية إلى القطب ليصل عددها 160 مفردة. لتؤكد النتائج أن تقنية الفاير تحظى بالاندماج البطيئ في حياة الطلبة محل الدراسة وإشباعها لرغباتهم في ظل المنافسة الشديدة من بعض التقنيات والتطبيقات الأخرى مثل الفيسبوك ولكن الفاير بخصوصياته المتميزة يمكن أن يشهد إنتشاراً أوسع في السنوات القادمة.

## Resume l'étude:

L'étude de la problématique de l'usage de la technique VIBER par les étudiants de l'université de KASDI Merbah a pour but de montrer les habitudes et modes de cet usage et aussi les causes et connaitre aussi les satisfactions acquises ainsi que tout les changements que peut porter l'usage du VIBER sur la vie des etudiants comparé par les autres techniques de communications, a cet effet on a fait recours a l'approche descriptive et au questionnaire de la la collecte d'un grand nombre d'informations on visons la communauté de recherche a travers les etudiants des différents facultés du pole II Ouargla pour atteindre un nombre de 160 etudiants aboutissons a une confirmation que le VIBER est une technique dominante dans la vie des etudiants malgré la compétition acharnés des autres techniques comme le FACBOOK et cela est du au différents particularités du VIBER qui ne Saisset de faire l'ampleur.

## فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	- شكر وتقدير
	- إهداء
	- ملخص الدراسة باللغة العربية
	- ملخص الدراسة باللغة الفرنسية
	- فهرس المحتويات
	- قائمة الجداول
	- قائمة الأشكال
أ - ب	- مقدمة
<b>الفصل الأول: الإطوار المنهجي</b>	
5	- تحديد الإشكالية
6	- تساؤلات الدراسة
7	- أهمية الدراسة
7	- أهداف الدراسة
7	- أسباب اختيار الموضوع
8	- تحديد مفاهيم الدراسة
11	- المقاربة النظرية
14	- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات
16	- مجتمع البحث وعينة الدراسة
18	- حدود الدراسة
18	- الدراسات المشابهة
<b>الفصل الثاني: الإطوار التطبيقي</b>	
28	- عرض وتحليل ومناقشة التساؤل الأول للدراسة
39	- عرض وتحليل ومناقشة التساؤل الثاني للدراسة
47	- عرض وتحليل ومناقشة التساؤل الثالث للدراسة
56	- عرض وتحليل ومناقشة التساؤل الرابع للدراسة
67	- النتائج الجزئية
71	- النتائج العامة
74	- خاتمة
76	- قائمة المراجع
80	- الملاحق

## قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	24
2	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	25
3	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الكلية	26
4	يمثل طرق تعرف أفراد العينة على تقنية الفايبر "viber"	28
5	يمثل الوسيلة التي يعتمد عليها أفراد العينة في استخدام تقنية الفايبر "viber"	29
6	يمثل معدل استخدام أفراد العينة لتقنية الفايبر "viber"	30
7	يمثل فترات استخدام أفراد العينة لتقنية الفايبر "viber"	31
8	يمثل رأي أفراد العينة عن استخدامهم تقنية الفايبر "viber" والشحن المتواصل لرصيد هاتفهم.	32
9	يمثل طبيعة تواجد الأشخاص الذين يتواصل معهم أفراد العينة عن طريق تقنية الفايبر "viber"	33
10	يمثل الخدمة التي يفضلها أفراد العينة على تقنية الفايبر "viber"	34
11	يمثل مشاركة أفراد العينة في مجموعات على تقنية الفايبر "viber"	35
12	يمثل عدد أصدقاء أفراد العينة على تقنية الفايبر "viber"	35
13	يمثل دافع استخدام أفراد العينة لتقنية الفايبر "viber" حسب متغيرات الجنس، السن، الكلية.	39
14	يمثل دافع استخدام أفراد العينة لتقنية الفايبر "viber" في عملية التواصل حسب متغيرات الجنس، السن، الكلية.	41
15	يمثل دافع استخدام أفراد العينة لتقنية الفايبر "viber" في التسلية حسب متغير الجنس، السن، الكلية.	42
16	يمثل طبيعة أسباب استخدام أفراد العينة لتقنية الفايبر "viber" حسب متغيرات الجنس، السن، الكلية.	43
17	يمثل الإشباع المحقق من استخدام أفراد العينة لتقنية الفايبر "viber" حسب متغيرات الجنس، السن، الكلية.	47



48	يمثل ما يوفره استخدام تقنية الفايبر "viber" لأفراد العينة حسب متغيرات الجنس، السن، الكلية.	18
49	يمثل المستوى الذي يرغب فيه أفراد العينة من استخدام تقنية الفايبر "viber" حسب متغيرات الجنس، السن، الكلية	19
50	يمثل مساهمة استخدام تقنية الفايبر "viber" في تحسين اللغات الأجنبية حسب متغيرات الجنس، السن، الكلية.	20
52	يمثل استخدام تقنية الفايبر "viber" وتلبية الاحتياجات المعرفية في مجال الدراسة حسب متغيرات الجنس، السن، الكلية.	21
56	يمثل رأي أفراد العينة حول إنشاء حساب على الفايبر "viber" حسب متغيرات الجنس، السن، الكلية.	22
57	يمثل اسم حساب أفراد العينة على الفايبر "viber" من حقيقي ومستعار حسب متغيرات الجنس، السن، الكلية	23
58	يمثل اطلاع أفراد العينة على شروط إنشاء حساب على الفايبر "viber" حسب متغيرات الجنس، السن، الكلية.	24
59	يمثل طبيعة اللغة التي يستعملها أفراد العينة في عملية الاتصال عن طريق تقنية الفايبر "viber" حسب متغيرات الجنس، السن، الكلية.	25
60	يمثل طبيعة لغة واجهة الفايبر "viber" حسب متغيرات الجنس، السن، الكلية.	26
62	يمثل ميز تقنية الفايبر مقارنة بالتقنيات الأخرى حسب متغيرات الجنس، السن، الكلية.	27
63	يمثل البديل المفضل لأفراد العينة في حالة عدم استخدام تقنية الفايبر "viber" حسب متغيرات الجنس، السن، الكلية.	28

## قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
1	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	24
2	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	25
3	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الكلية	26
4	" يمثل طرق تعرف أفراد العينة على تقنية الفايبر "	28
5	يمثل الوسيلة التي يعتمد عليها أفراد العينة في استخدام تقنية الفايبر "viber"	29
6	يمثل معدل استخدام أفراد العينة لتقنية الفايبر "viber"	30
7	يمثل فترات استخدام أفراد العينة لتقنية الفايبر "viber"	31
8	يمثل رأي أفراد العينة عن استخدامهم تقنية الفايبر "viber" والشحن المتواصل لرصيد هاتفهم.	32
9	يمثل طبيعة تواجد الأشخاص الذين يتواصل معهم أفراد العينة عن طريق تقنية الفايبر "viber"	33
10	يمثل الخدمة التي يفضلها أفراد العينة على تقنية الفايبر "viber"	34
11	يمثل مشاركة أفراد العينة في مجموعات على تقنية الفايبر "viber"	35
12	يمثل عدد أصدقاء أفراد العينة على تقنية الفايبر "viber"	36

مقدمة

### مقدمة:

تعتبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال البوابة التي فتحت أفاقاً جديدة وأحدثت تغييرات عميقة في مختلف جوانب الحياة الإنسانية والثقافية الفكرية والاجتماعية كما أثرت بشكل كبير على كافة أنماط الاتصال الإنساني، وأتاحت فرصاً وإمكانيات جديدة في مجال التواصل فتعددت أشكاله ووسائله وتأثيراته.

وتعد الانترنت إحدى هذه التطورات والتي تمثل مظهراً حقيقياً لتكامل كل وسائل الإعلام والاتصال من خلال تداخلها على شبكة واحدة في مشهد جديد يقدم خدمات جديدة شكلاً ومضموناً؛ فثورة الجيل الثاني والثالث من الانترنت وبمختلف وسائله التي تأتي في مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات كالفيسبوك، التويتر، الفايبر، الواتس آب... أصبحت تعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل التي فتحت المجال للأفراد والجماعات التواصل فيما بينها عبر فضاء افتراضي لتتيح هذه المواقع الاجتماعية لمستخدميها إمكانية تبادل الصور والفيديوهات ومشاركات الملفات تمكنهم من إنشاء المدونات الإلكترونية وإجراء محادثات فورية وإرسال الرسائل .

إن استخدام المواقع الاجتماعية بات يعبر عن صيحة تكنولوجية لافتة ساهمت بشكل كبير في ربط العديد من العلاقات وإغائها لجميع المسافات وكسب الكثير من مزايا الصداقات وريح الوقت. فالأفراد أصبحوا متأثرين بوسائل الاتصال الجديدة لتعد عنصراً أساسياً ضمن حياتهم اليومية والعملية .

ويأتي المجتمع الطلابي بكل ما يحمله من صفات وسمات ليمثل الشريحة الأكبر حجماً في

المجتمع والأكثر تطلعا من غيرها إلى كل ما هو جديد في كل مجالات خاصة المجال التكنولوجي

،ولكن تختلف استخداماتهم وإقبالهم عليها باختلاف الطبيعة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية مما نجد

هناك اختلافاً في الأسباب و الأهداف .

## مقدمة

---

ونظرا لأهمية المواقع و تقنيات التواصل الاجتماعي والدور الذي تحققه من إشباعها رغبات الطلبة الجامعيين وتأثيرها عليهم، تم إجراء دراسة ميدانية تبحث في واقع استخدام طلبة جامعة قاصدي مرياح ورقلة لتقنية الفايبر " viber" ولتحقيق ذلك اعتمدنا على خطة تتكون من فصلين وزعت موضوعاتها كالتالي:

الفصل الأول: بعنوان الإطار المنهجي ويتضمن إشكالية الدراسة، تساؤلات الدراسة، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، تحديد مفاهيم الدراسة، المقاربة النظرية، منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات، مجتمع البحث وعينة الدراسة، حدود الدراسة والدراسات السابقة.

الفصل الثاني: وهو بعنوان الإطار التطبيقي وتناولنا فيه عرض و تحليل ومناقشة التساؤلات الأربعة الرئيسية المتعلقة بالدراسة، النتائج الجزئية، بالإضافة إلى النتائج العامة التي توصلنا إليها.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي

- تحديد الإشكالية
- تساؤلات الدراسة
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- أسباب اختيار الموضوع
- تحديد مفاهيم الدراسة
- المقاربة النظرية
- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات
- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- حدود الدراسة
- الدراسات المشابهة

### 1 الإشكالية

شهد العالم خلال النصف الثاني من القرن العشرين تطورات مذهلة ومتسارعة في وسائل و تكنولوجيا الاتصال، لدرجة أصبح من الصعب فيها على الإنسان العادي متابعة هذه التطورات و الاختراعات الجديدة، فقد دخلنا عالم الوسائط الإعلامية الجديدة و تحول هذا الكون إلى قرية صغيرة، إذ أحدثت هذه التطورات التكنولوجية نقلة نوعية و ثورة حقيقية في عالم الاتصال.

حيث انتشرت شبكة الإنترنت في كافة أرجاء المعمورة، وربطت أجزاء هذا العالم لتمهّد الطريق لكافة المجتمعات للتقارب و التعارف و تبادل الآراء و الأفكار و أصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد و الجماعات .

والانترنت وكل ما تحمله خصائصها من إبهار حاولت تنويع نفسها كوسيط الوسائط و ذلك لاحتوائها كل الوسائل الإعلامية والاتصالية التي سبقتها، بل صارت تمثل مظهرا حقيقيا لتكامل كل وسائل الإعلام و الاتصال من خلال تداخلها على شبكة واحدة في مشهد جديد يقدم خدمات جديدة شكلا و مضمونا، وضمنها ظهرت المواقع الإلكترونية و المدونات الشخصية و شبكات المحادثة التي غيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث و خلقت نوعا من التواصل بين مستخدميها .

إن ثورة الجيل الثاني من الانترنت بمختلف وسائلها التي يأتي في مقدمتها مواقع الشبكات الاجتماعية مثل الفيس بوك ، التويتر، اليوتيوب، مايسبيس... أصبحت ظاهرة عالمية واسعة الانتشار استطاعت أن تحظى باهتمام شرائح واسعة من الأفراد داخل المجتمع من خلال إنشاء علاقات و صداقات ، نشر صور، الدردشة، الحوار... وفي سياق هذا التواصل الإلكتروني الناجم عن الاستخدام الواسع لشبكات التواصل الاجتماعية عامة و الفايبر "viber" خاصة الذي دخل حياتنا الاجتماعية خلق لدى مستخدميها مجالا جديدا للتفاعلات الاجتماعية .

وعلى ضوء هذه الاستخدامات و الوظائف التي منحتها شبكات التواصل الاجتماعي للفرد واستقطابها لفئة الشباب وخاصة منها فئة طلاب الجامعة و نظرا للخدمات التي تقدّمها هذه التقنية وسهولة وسرعة التواصل عن طريقها باعتبار الطلبة من الفئات الأكثر اهتماما بكل ما هو جديد في كل المجالات خاصة المجال التكنولوجي ، فان دراستنا هذه تسعى للكشف عن واقع استخدام واستفادة طلبة جامعة قاصدي مرياح ورقلة من ثورة الاتصال و التي أخذنا منها الفايبير " viber " كأحد التقنيات التي أفرزتها هذه الاخيرة.

وعلى ضوء ما سبق عرضه تتجلى وتتبلور معالم الإشكالية الأساسية للبحث و التي يمكن

بلورتها و صياغتها في السؤال الرئيسي التالي:

ماهي استخدامات طلبة القطب الثاني لجامعة قاصدي مرياح ورقلة لتقنية الفايبير "viber" ؟

وللبحث في الموضوع قمنا بطرح التساؤلات التالية:

### 2\_تساؤلات الدراسة

1 -ما هي عادات وأنماط استخدام طلبة القطب الثاني لتقنية الفايبير "viber"؟

2 -هل لدوافع استخدام تقنية الفايبير " viber " لدى طلبة القطب الثاني علاقة بمتغيرات الجنس

السن و الكلية التي ينتمي إليها الطالب؟

3 -هل للإشباع المحققة من استخدام تقنية الفايبير " viber " لدى طلبة القطب الثاني علاقة

بمتغيرات الجنس و السن و الكلية التي ينتمي إليها الطالب ؟

4 -هل لمكانة تقنية الفايبير " viber " لدى طلبة القطب الثاني -مقارنة بتقنيات التواصل

الأخرى- علاقة بمتغيرات الجنس و السن و الكلية التي ينتمي إليها الطالب؟



### 3\_ أهمية الدراسة

تكتسي مواقع التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة خاصة لدى فئة الطلبة حيث لها تأثير كبير على هذه الفئة ، كما أنّ هذه الدراسة ستسهم في إثراء المكتبات الجامعية وخاصة مكتبة قسم علوم الإعلام والاتصال ، وبما أن هذه التقنية حديثة النشأة فإننا نأمل أن تفتح هذه الدراسة الباب الواسع أمام الدارسين و الباحثين للخوض أكثر في مجال شبكات التواصل الاجتماعي خاصة "الفايبر" و "الواتس آب" و"الأنستغرام" و غيرها على غرار الفيس بوك الذي يحتل الصدارة في الجزائر و على مستوى عالمي.

### 4\_ أهداف الدراسة

إن كلّ بحث علمي أكاديمي لا بد أن تكون له أهداف يسعى الباحث إلى الوصول إليها وقد جاءت هذه الدراسة للوصول إلى جملة من الأهداف والمتمثلة في:

- محاولة الكشف عن دوافع الطالب الجامعي نحو استخدام تقنية الفايبر "viber" .
- التعرف على الإشباع التي يحققها استخدام تقنية الفايبر "viber" لدى الطالب الجامعي.
- محاولة التعرف على المكانة التي تحتلها تقنية الفايبر "viber" في حياة الطالب الجامعي.

### 5\_ أسباب اختيار الموضوع

تختلف الأسباب و الدوافع التي تدفع بالباحثين إلى اختيار المواضيع التي يقومون بدراستها وقد كانت لدينا مجموعة من الأسباب الذاتية و الموضوعية التي جعلتنا نختار هذا الموضوع.

### 5-1 الأسباب الموضوعية

- طبيعة التخصص الذي تعتبر تقنيات و مواقع التواصل من أهم محاوره.
- ندرة وقلة الدراسات و البحوث التي تناولت استخدام تقنية فايبر "viber".

- حداثة الموضوع وتواصل تطوير خدمات تقنية "viber" لمنافسة التقنيات الأخرى.
- انتشار العديد من مواقع التواصل الاجتماعي واستخدامها في الجزائر خاصة لدى الفئة الطلابية.

#### 5-2 الأسباب الذاتية

- الاهتمام الشخصي بتكنولوجيا الاتصالات الحديثة خاصة و أن تقدم المجتمعات في الوقت الراهن يقاس بمدى استخدامها لتقنيات التواصل الحديثة في تحقيق التنمية وتسهيل التعاملات.
- الرغبة في تطبيق معارفنا النظرية المدروسة ميدانياً.

#### 6\_تحديد المفاهيم:

تكتسب الحقائق و الأشياء قيمتها من المعنى والصور المشتركة التي يرسمها الأفراد لها و يتفقون عليها في البيئة الواحدة ،وهذه المعاني و الصور تصاغ في شكل رموز ذات دلالة بحيث تستدعي هذه الرموز بمجرد ذكرها المعاني و الصور التي تعبر عنها.

ويعتبر تحديد المفاهيم إحدى الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في دراساته و بحوثه بهدف الاتفاق على المحددات الخاصة لكل مفهوم و لتأكيد الاتفاق على هذه المحددات و التعميمات و التفسيرات العلمية التي تقوم على بناء المفاهيم تظهر حاجتنا إلى هذه المرحلة لكي نحدد من خلالها جملة من المفاهيم و التي غالباً ما تتصادم في ذهن الباحث مع مفاهيم متشابهة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ط1، القاهرة-مصر، (د.ن)، ص159.

لغة : من استخدم الرجل غيره ، استخدمه استخداما فهو مستخدم و الآخر مستخدم :اتخذه خادما ، طلب منه أن يخدمه .استخدم الإنسان الآلة أو السيارة...الخ استعمالها في خدمة نفسه، و الأمر من استخدام :استخدم<sup>1</sup>.

**اصطلاحا :** يرى "السعيد بومعيزة" أنّ مفهوم الاستخدام يعاني من بعض اللبس عندما يستعمل كمرادف للاستعمال أو التملك أو الممارسة ، و اللبس ناتج من استعماله لاكتشاف ووصف و تحليل سلوكيات و تمثيلات تجاه كل غامض الذي هو تكنولوجيات الاتصال الجديدة، وفي الدراسات الإعلامية يشير مفهوم الاستخدام إلى الممارسات كما يشير أيضا إلى السلوكيات و العادات و الاتجاهات ، والممارسة تشير إلى جملة من العادات القائمة أو طرق ملموسة في الفعل حيث لا يغطي السلوك إلا جزء من الممارسة<sup>2</sup>.

و يشير الباحث "عبد الوهاب بوخنوفة" في كتاب "الأطفال و الثورة المعلوماتية " إلى أنّ الاستخدام يقتضي أولا الوصول إلى التقنية أو الوسيلة بمعنى أن تكون متوفرة مادي أ كما أنّ مستوى الكفاءات و التجهيز تشكل المؤثرات التي ينبغي أخذها بعين الاعتبار، غير أنّ حاجات المستخدمين ورغباتهم و عاداتهم فيها تعد عوامل محددة في انغراس المنتج في الممارسات<sup>3</sup>.

**التعريف الإجرائي :** وفي دراستنا هذه نقصد ب الاستخدام عملية التصفح و التواصل التي يقوم بها الطلبة على موقع الفايبير "viber" والتي تتجلى في عادات و أنماط خاصة بهم لتحقيق إشباعات م عينه.

<sup>1</sup> - عصام نور الدين: **الوسيط، عربي-عربي**، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005، ص102.  
<sup>2</sup> - فضيلة تومي: **التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري البرامج الموضوعاتية نموذجا**، مذكرة ماجستير، الجزائر، 2007، ص25.  
<sup>3</sup> - بن عائشة جمال الدين، عدة بوعزة، **استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التلفزيون الجزائري** ، دراسة وصفية تحليلية **بمحطة ورقلة الجهوية**، مذكرة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال جامعة ورقلة ،سنة2015، ص17.

6-2 الطالب الجامعي:

"الطالب": لفظة تطلق على كل متعلم مسجل في معهد عال أو جامعة أو كلية عكس تلميذ الذي تطلق على المتعلم في صفوف مرحلة التعليم الابتدائي.<sup>1</sup> والمتوسط و الثانوي .والطالب الجامعي هو "ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءاته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية أو مرحلة التكوين المهني أو الفني العالي إلى الجامعة،تبعاً لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك ويعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية و الفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي ،إذ أنه يمثل عددياً النسبة الغالبة في المؤسسة الجامعية".<sup>2</sup>

**التعريف الإجرائي:** يقصد بالطالب الجامعي في دراستنا ذلك الفرد الذي يتخذ صفة الطالب المنتمي إلى واحدة من كليّات القطب الثاني لجامعة قاصدي مرياح ورقلة وله علاقة باستخدام تقنية الفايبر viber.

6-3 التقنية:

**لغة:** إن كلمة تكنولوجيا هي عبارة عن تعريب لكلمة "TECHNOGOGY" والتي هي مشتقة من الكلمة اليونانية "TECHNE" وتعني فن أو مهارة، أما الجزء الثاني من كلمة LOGY فهي مأخوذة من "LOGOS" والتي تعني علماً أو دراسة.<sup>3</sup>

**اصطلاحاً:** التكنولوجيا بالمفهوم المتعارف عليه ، استخدام الآلة الحديثة في الإنتاج الواسع نتيجة التقدم العلمي وتطبيق ه ذا التقدم في كل نواحي الحياة في الإنتاج والتوزيع ،وفي تفهم النواحي السياسية

<sup>1</sup> - جرجس ميشال جرجس: معجم مصطلحات التربية والتعليم، دار النهضة العربية، ط1، لبنان، 2005، ص350.

<sup>2</sup> - فضيل دليو وآخرون: (الجامعة تنظيمها وهيكلتها)، مجلة الباحث الاجتماعي، جامعة قسنطينة، العدد الأول، 1995، ص226.

<sup>3</sup> - عامر إبراهيم قندلجي: المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والإنترنت، دار المسيرة للنشر والتوزيع

ط1، عمان، 2010، ص516.

للجماعات في إدارة المشروعات، فهي تعني ببساطة سرعة التقدم على أساس ال رقي الفني في الإنتاج الزراعي والصناعي.<sup>1</sup>

**التعريف الإجرائي:** أن التقنية هي كل الوسائل الحديثة التي توفر للفرد الوقت والجهد في التواصل وترتبط في دراستنا بالفايبر "viber"

### الفايبر "viber":

الفايبر "viber" هو تطبيق يعمل على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية والحواسيب الشخصية ، يتيح للمستخدمين المراسلة الفورية وإجراء مكالمات هاتفية مجانية وإرسال رسائل (نصية، صور، فيديو، صوت) بشكل مجاني إلى أي شخص لديه هذا البرنامج، كما يتيح خدمات مدفوعة الثمن للتواصل مع الآخرين وهو من تطوير شركة فايبر ميديا يعمل على الشبكات الخلوية ( G3 و G4 ) والشبكات اللاسلكية WiFi على حد سواء. و يتوفر البرنامج بـ 10 لغات من بينها اللغة العربية.<sup>2</sup>

### 7\_المقاربة النظرية:

ليس هناك نظرية محددة و متفق عليها يمكن استخدامها في كلِّ البحوث و الدراسات الإعلامية ، واذ في دراستنا هذه نسعى إلى دراسة الإشباعات التي يحققها الطالب من استخدامه لتقنية الفايبر فان هذا يدفعنا لتبني نظرية الاستخدامات و الإشباعات لوسائل الإعلام.<sup>3</sup>

### 7-1 جوهر النظرية:

نظرية الاستخدامات و الاشباعات تُعنى في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تُشبع رغباته و تلبي حاجاته الكامنة في داخله،و معنى ذلك أنّ الجمهور ليس سلبيا يقبل كل ما تعرضه عليه وسائل

<sup>1</sup> - إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: معجم مصطلحات عصر العولمة،الدار الثقافية للنشر،1ط،القاهرة،2004،ص58.

<sup>2</sup> - الساعة 2016/03/12 تاريخ الاطلاع. \$oldid=17993113 §فايبر= <https://ar.wikipedia.org/w/index.php?title=فايبر> - 18:14

<sup>3</sup> - ميلفين دوفلر وساندرابول روكيتش : نظريات وسائل الإعلام،ترجمة كمال عبد الرؤوف،الدار الدولية للنشر و التوزيع،القاهرة،1993،ص267

الإعلام ، بل يمتلك غاية محددة من تعرضه يسعى الى تحقيقها فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما باحثون

نشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعا لهم ، وكلما كان مضمون معين قادرا على تلبية

احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له.

كما أن أحد المظاهر الأساسية لجمهور المتلقين أنه لا يعتبر مجرد متلقي يتعرض و يتأثر بعد ذلك

بالرسالة، لكنه طرف فاعل و نشط في هذه العملية ، لذلك فهو يقوم بدور بمجرد اشتراكه فيها كمظهر

للذات الاجتماعية، وكطرف في هذه العملية يسهم في حركتها و استمرارها.<sup>1</sup>

### 7-2 فروض النظرية:

يرى "كاتز" و زملاؤه أنّ منظور الاستخدامات و الإشباعات يعتمد على خمس فروض لتحقيق ثلاث

أهداف رئيسية، وتتضمن فروض النموذج ما يلي:

1. أنّ أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ، ويستخدمون وسائل

الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

2. يُعبّر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ، ويتحكم في ذلك

عوامل الفروق الفردية ، وعوامل التفاعل الاجتماعي و تنوع الحاجات باختلاف الأفراد.

3. التأكيد على أنّ الجمهور هو الذي يختار الرسائل و المضمون الذي يُشبع حاجاته، فالأفراد هم

الذين يستخدمون وسائل الاتصال ، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

4. يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم و دوافعهم ، وبالتالي يختارون الوسائل التي تُشبع

تلك الحاجات.

5. يُمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال

وليس من خلال محتوى الرسالة فقط.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - منال هلال مزاهرة: نظريات الاتصال، دار الميسرة للنشر و التوزيع و الطباعة، ط1، عمان، 2012، (ص178-179).

<sup>2</sup> - حسن عماد مكايي: نظريات الاعلام، الدار العربية للنشر و التوزيع، ط2، القاهرة، 2015، (ص157-158).

### 3-7 أهداف النظرية:

تحقق نظرية الاستخدامات والإشباعات ثلاثاً أهداف رئيسية:

- ✓ السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال ، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته و توقعاته.
- ✓ شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال ، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض .
- ✓ التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري<sup>1</sup>.

### 4-7 نقد النظرية:

من بين الانتقادات التي وُجّهت لهذه النظرية هو الانتقادات التي أوردها ماك كوايل، 1979:

- ❖ تعتبر مقارنة نفسية حدية و مبالغ فيها. فهي تلغي احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى.
- ❖ تعتمد بإفراط على دفا تر ذاتية للحالات النفسية للمستعملين.
- ❖ تتراوح باستمرار بين جبرية الدوافع و الحاجات الأساسية للمستعمل وبين تطوعيه(المستعمل) التفاعلية مع الرسائل، وهما حدان متناقضان.
- ❖ تفترض بأن السلوك تجاه الوسيلة يعتمد على الاختيار الواعي و العقلاني، الا أنّ الملاحظ عادة أنّ عادات الاستعمال هي الموجه له.
- ❖ تواجه فلسفة "الاستعمالات و الرضل" باستمرار مسألة قوة تأثير مضمون الاتصال.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - محمد منير حجاب: نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، مصر، 2010، (ص299-300).

<sup>2</sup> - فضيل دليو: الاتصال-مفاهيمه-نظرياته-وسائله، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة، 2003، (ص31-32).

8\_ منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

8-1 منهج الدراسة

تعتبر عملية اختيار منهج البحث الخطوة الرئيسية في تنظيم و ترتيب أفكار الباحث للوصول إلى نتائج منطقية فلا يوجد بحث علمي دون منهج يقوم على أساس قواعده دراسة المشكلة وتحليل أبعادها ومسبباتها وفقا لأدواته يتم قياس المشكلة والتنبؤ بحركتها والوصول إلى نتائج معينة من خلالها يصح القصور القائم والمسبب للمشكلة.<sup>1</sup> كما يعتبر المنهج الطريق المؤدي إلى المعرفة العلمية الصحيحة<sup>2</sup>. فالمنهج هو تلك الطريقة التي يستلزم على الباحث إتباعها من خلال مجموعة من القواعد العامة التي تهيمن على سير البحث ويسترشد بها الباحث في سبيل الوصول إلى الحلول الملائمة لمشكلة البحث.<sup>3</sup> تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية الاستكشافية التي تهدف إلى وصف ما هو كائن

وتفسيره. فالمنهج الوصفي هو "أسلوب من أساليب التحليل المركز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد، أو فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة".<sup>4</sup> ويعرف كذلك على "أنه وصف دقيق وتفصيلي لظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية أو كمية رقمية بالتعبير الكيفي يصف الظاهرة بوضع خصائصها أما التعبير الكمي فيعطينا وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها

<sup>1</sup> - عبد القادر، محمود رضوان: سبع محاضرات حول الاسس العلمية لكتابة البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون- الجزائر، ص48.

<sup>2</sup> - محي الدين مختار: الاتجاهات النظرية والتطبيقية في منهجية العلوم الاجتماعية، دار المنشورات الجامعية، ط1، باتنة- الجزائر، 1999، ص7.

<sup>3</sup> - عبد الفتاح خضر: أزمة البحث العلمي في الوطن العربي، السعودية، 1992، ص17.

<sup>4</sup> - رجاء وحيد الدويدري: البحث العلمي أساسياته النظرية وممارساته العملية، دار الفكر، ط1، سوريا، 2002، ص183.



ودرجة إرتباطها مع الظواهرات المختلفة الأخرى وقد يقتصر هذا المنهج على وضع قائم في فترة زمنية محددة أو تطوير يشمل عدة فترات زمنية.<sup>1</sup>

## 8-2 أدوات جمع البيانات

تعد مرحلة جمع البيانات مرحلة جد حساسة في البحث ، فهي تحتاج إلى عناية كبيرة من طرف الباحث لأن الاختيار الصحيح و الأمثل للأداة التي ستعتمد في جمع البيانات يساعد في تسهيل جمع البيانات بأكبر قدر ممكن. وهناك خمس طرق رئيسية يمكن للباحث أن يعتمد على أحد هذه الطرق أو أكثر في جمع المعلومات اللازمة للبحث هي : الملاحظة،المقابلة،الاستبيان ،الاختبارات والوثائق ولكل طريقة أو أداة خصائص ومميزات ، إيجابيات وسلبيات ولكن طريقة اختيار الباحث لتلك الأدوات سابقة الذكر تتوقف على مجموعة من العوامل كطبيعة البحث أو مجتمع وعينة الدراسة بالإضافة إلى مدى معرفة وظروف الباحث وقدراته المالية والوقت المتاحة.<sup>2</sup>

وعلى هذا الأساس تم الاعتماد على أداة استمارة الاستبيان وهي "عبارة عن صفحة أو عدة صفحات تتضمن مجموعة من الأسئلة والاستفسارات التي توجه إلى مجموعة من الأفراد لغرض جمع البيانات أو المعلومات بواسطتها ".<sup>3</sup> أو يمكن القول " أنها مجموعة من الأسئلة المكونة التي تعد للحصول على المعلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين".<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - نفس المرجع :نفس الصفحة.

<sup>2</sup> - ربحي مصطفى عليان،عثمان محمد غليم: مناهج واساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق،دار صفاء للنشر والتوزيع،ط1،عمان-الأردن،2000،ص81

<sup>3</sup> - دلال الفاضي،محمودالبياتي: منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات ،دار الحامد للنشر والتوزيع ، ط 1 الأردن،2008،ص15.

<sup>4</sup> - محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر ، ط 2، عمان-الأردن،1999،ص63.

ولقد قمنا بإعداد الاستمارة في صورتها الأولية المتكونة من 24 سؤالاً بين المغلقة والمفتوحة، وكخطوة منهجية تم عرضها على الأساتذة المحكمين<sup>1</sup> لإبداء رأيهم حول أسئلة الاستمارة ومدى صلاحيتها لقياس ما يراد قياسه وعلى ضوء توجيهاتهم أحدثنا التعديلات المناسبة بتوظيف جموع ملاحظات الأساتذة المحكمين لنستقر على 25 سؤالاً موزعاً على أربعة محاور، فالمحور الأول تناول 09 أسئلة تبحث في العادات و الأنماط ، والمحور الثاني تناول 05 أسئلة تبحث في الأسباب التي تدفع الطلبة إلى استخدام تقنية الفايبير "viber" والمحور الثالث تناول 04 أسئلة تبحث في الاشباع المحققة جراء ذلك الاستخدام أما المحور الرابع فتناول 07 أسئلة تبحث في ما يميز تقنية الفايبير "viber" عن تقنيات التواصل الأخرى،بالإضافة إلى 03 أسئلة التي تبحث في البيانات الشخصية والمتمثلة في:

الجنس، السن، ثم الكلية التي ينتمي إليها المبحوث،

#### 10\_مجتمع البحث وعينة الدراسة:

#### 1-10 مجتمع البحث:

يعتبر حصر مجتمع البحث من أهم الخطوات التي يقوم بها الباحث أثناء معالجة موضوع ما ، وذلك قصد تحديد اتجاه دراسته فاعلية تقييم النماذج واختيار العينة منه التي تمثل مجتمع بحثه ، ويقصد بمجتمع البحث في البحث العلمي جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث<sup>2</sup>. أي كامل الأفراد والأحداث والمشاهدات موضوع البحث أو الدراسة وعليه مجتمع بحثنا يتمثل في طلبة القطب الثاني جامعة قاصدي مرياح ورقلة .

<sup>1</sup> - توجد قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان في الملاحق، انظر الملحق رقم (02).

<sup>2</sup> - احمد بن مرسل: مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال:ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،ص166.

العينة "هي اختيار مجموعة من الأشخاص من مجموع مجتمع البحث، وهؤلاء الأشخاص يكونون العينة التي يهتم بها الباحث لفحصها ودراستها والعينة المختارة من مجتمع البحث يجب أن تكون ممثلة له".<sup>1</sup>

وتعرف كذلك: "على أنها نموذجاً يشمل جانباً أو جزءاً من وحدات المجتمع الأصلي المعنى بالبحث، وممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة".<sup>2</sup>

وبما أننا لا نستطيع إجراء دراستنا على كافة أفراد مجتمع البحث قمنا باختيار عينة ممثلة لهذا المجتمع والتي هي العينة القصدية عن طريقة الحصص المتساوية حسب ما ذكره "احمد بن مرسل" في كتابه (مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال) التي تقوم على التقدير الشخصي للباحث في اختيار مفردات العينة ودون الأخذ بعين الاعتبار مجال الصدفة. وعلى هذا الأساس تم قصد الطلبة المنتمين إلى القطب الثاني من جامعة قاصدي مرباح ورقلة الذين يستخدمون تقنية الفايبر "viber" حيث قدر أفراد العينة بـ 160 مفردة، والكليات المعنية هي:

✓ كلية الأدب واللغات الأجنبية

✓ كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

✓ كلية الاقتصاد والعلوم التجارية وعلوم التسيير

✓ كلية الحقوق والعلوم السياسية

<sup>1</sup> - محمد الحسن إحسان: الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة للنشر والتوزيع، ط1، بيروت، 1982، ص112.

<sup>2</sup> - عامر قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان - الأردن، 2008، ص145.

يجدر بنا الذكر أن 160 مفردة المعتمدة في الدراسة كافية نظرا لطبيعة مجتمع البحث وتجانسه بالإضافة إلى العوامل التي تتحكم في الباحث منها عامل الوقت الذي تجري فيه الدراسة الميدانية.

#### 11\_حدود الدراسة:

1/ **الحدود الزمانية:** تم تطبيق الدراسة في الموسم الجامعي 2015-2016 من شهر فيفري إلى غاية شهر ماي .

2/ **الحدود المكانية:** تم تطبيق الدراسة بالقطب الثاني لجامعة قاصدي مباح المتواجدة بولاية ورقلة.

3/ **الحدود البشرية:** وتتمثل في طلبة الكليات المنتمية للقطب الثاني لجامعة قاصدي مباح ورقلة بجميع المستويات والتخصصات كما تم توضيحها سابقاً.

#### 12\_الدراسات المشابهة:

- دراسة زهير ياسين طاهات بعنوان "استخدامات طلبة جامعة البترا للرسائل القصيرة SMS والإشباع المتحققة منها:دراسة ميدانية على طلبة كلية جامعة البترا"<sup>1</sup>وهي دراسة تتدرج ضمن البحوث الوصفية حيث استخدم الباحث المنهج المسحي معتمدا على أداة الاستبيان في جمع المعلومات ،بتوزيعها على مجتمع البحث من خلال عينة تق در ب 500 مفردة. منطلقا في دراسته من مجموعة أسئلة متمثلة في:

1 ما هي أنماط استخدام طلبة جامعة البترا لرسائل الهاتف النقال؟

2 ما دوافع استخدام الطلبة لرسائل الهاتف النقال؟

3 ما التأثيرات الناجمة عن رسائل الهاتف النقال على سلوكيات طلبة جامعة البترا؟

<sup>1</sup>- زهير ياسين طاهات وآخرون : "استخدام طلبة جامعة البترا للرسائل القصيرة sms"،مجلة الباحث الإعلامي ، كلية الإعلام ،جامعة بغداد ، العدد 32 كانون أول 2014 .

4 هل يوجد تأثير لاستخدام الطلبة رسائل الهاتف النقال على العملية العلمية؟

5 ما الإشباعات المتحققة من استخدام الطلبة للرسائل القصيرة SMS؟

6 هل توفر الرسائل القصيرة خدمة أكبر في التواصل مع الآخرين؟

ولقد توصل الباحث إلى نتائج منها:

إن استخدام الرسائل القصيرة تحقق دوافع وإشباعات اتصالية اجتماعية و معرفية تلبي احتياجات ورغبات لأفراد العينة ،بحيث نسبة دوافع الاستخدام مرتفعة ما بين التواصل مع الأصدقاء،تبادل الأغاني والأفلام والصور أما نسبة الإشباعات المحققة مرتفعة بين كل من نسيان الهموم والمشكلات اليومية و قضاء وقت الفراغ.

كما أوصت الدراسة بضرورة قيام وزارة التعليم العالي الأردنية بحملات توعية لتبنيه الطلبة بالآثار

السلبية لاستخدام الهاتف النقال والرسائل القصيرة خاصة في قاعات الدراسة على العملية العلمية.

**2 الدراسة الثانية :** للباحث بن يحي حميدة بعنوان " الهوية الافتراضية للطلاب الجامعي على شبكة

الإنترنت شبكات التواصل الاجتماعي face book نموذجاً".<sup>1</sup>

انطلقت الدراسة من الإشكالية التالية: ما هي أسباب تشكّل هوية افتراضية داخل شبكة الفيس بوك

؟وهل هذه الهويات تأخذ الصفات و المسؤوليات من منشئها الأساسي أم أنها تنتوع على حسب طبيعة

هذا التفاعل ؟

<sup>1</sup> - حميدة بن يحيى : الهوية الافتراضية للطلاب الجامعي على شبكة الانترنت -شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً ،مذكرة مكملة

لنيل شهادة ماستر نوقشت بقسم علم الاجتماع ،جامعة تلمسان أبي بكر بلقايد2012/2013.

- وللإجابة على هذه التساؤلات لجأ الباحث إلى استخدام المنهج التجريبي الذي يقوم بمراقبة أدق التفاصيل المرتبطة بالوضع و لجمع المعلومات استهدف الباحث عينة من مستخدمي الفيس بوك في الجامعة و حُدِّت بـ 20 طالباً و قد توصلَ الباحث إلى مجموعة من النتائج هي:
- بالرغم من أنّ إدارة الفيس بوك وضعت بعض المعايير التي يقوم بها المستخدمون بطلب صداقاتهم على الشبكة إلا أنه نجد أنّ طلب الصداقة على شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك في المجتمع الجزائري أنّهم يقومون بطلب الصداقات من أشخاص لا يعرفونهم و من جنسيات مختلفة.
  - بيّنت الدراسة أنّ الأفراد واعين بل يصنعون الإستراتيجية لاختيار أصدقائهم على المجتمع الافتراضي و التي تخدم مصالحهم و أهدافهم.
  - كذلك من خلال هذه الدراسة نجد أنّ شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك يتم من خلالها إنشاء علاقات غرامية افتراضية تحاول أن تتحدى سلطة التقاليد والقيم.
  - وقرّ الفيس بوك فرصة للجنسين تتمثل في الترفيه و التعارف و التواصل و حتى الزواج.

**الدراسة الثالثة :** للباحث تحسين منصور رشيد بعنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني".<sup>1</sup>

حيث اعتمد الباحث على المنهج الوصفي ، وفي إطاره تقوم الدراسة بشكل رئيسي على منهج المسح بشقيهِ الوصفي و التحليلي، أمّا عينة الدراسة فتمثّلت في 286 مفردة من الشباب الجامعي الأردني في جامعة اليرموك، بحيث انطلق الباحث من تساؤل رئيسي مفاده: ما استخدامات الشباب الأردني لشبكات التواصل الاجتماعي؟ وما دورها في تحقيق احتياجاتهم؟

<sup>1</sup> - تحسين منصور رشيد: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني ، ورقة مقدمة للمنتدى السنوي السادس الجمعية السعودية للإعلام و الاتصال "الإعلام الجديد"، التحديات النظرية و التطبيقية ،جامعة الملك سعود-الرياض، 14-15 أبريل 2012.

وتحت هذه الإشكالية تمحورت مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي كالتالي:

- ما عادات و أنماط استخدام الشباب الأردني لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 في عادات و أنماط استخدام شبكات التواصل والنوع الاجتماعي؟
- ما الحاجات/ الاشباعات التي يحققها الشباب الأردني في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

وقد توصل الباحث إلى نتائج أهمها:

- يستخدم الشباب الأردني شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 93.7%.
- تبنوا الفيسبوك المرتبة الأولى في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 72.4% لدى أفراد العينة مقارنة مع الشبكات الأخرى.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الحاجات المعرفية، والوجدانية، و الهروب من الواقع، والحاجات مجتمعة في الحاجات/الاشباعات التي يحققها الشباب الأردني من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير مدى الاستخدام.

### التعقيب على الدراسات المشابهة

إنّ نمو المعرفة و تشعبها أقتعنا أنّ بحثنا هذا ما هو إلاّ عبارة عن حلقة متّصلة بمحاولات سابقة، ومما لا شكّ فيه أنّ للدراسات السابقة إسهامات علمية و نتائج مهمة و يجب على الباحث الوقوف عندها لإعطاء البحث بعده التّأصيلي النظري:

- لقد أفادت الدراسة المشابهة الأولى الدراسة الحالية في بعض الجوانب و المتمثلة في:

أنّ الدراساتين تناولتا استخدام الطلبة لوسيلة من وسائل التكنولوجيا، إضافة إلى أنّ كلا الدراستين اعتمدا في الجانب الميداني على نفس أداة جمع البيانات و المتمثلة في استمارة الاستبيان وكذا نفس المنهج.

أمّا الدراسة المشابهة الثانية تناولت هذه الدراسة موضوع تشكيل الهوية الافتراضية داخل الشبكة بالإضافة إلى استخدامها للمنهج التجريبي.

وعن الدراسة المشابهة الثالثة: فلنّ هذه الدراسة و الدراسة الحالية اعتمدتا على نفس المنهج أي المنهج الوصفي و كذا على نفس أداة جمع البيانات استمارة الاستبيان و استفدنا من هذه الدراسة كونها تهتم بالحاجات التي يحققها الشباب من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، كما أنّ الدراستين ركزتا على فئة معينة وهي فئة طلاب الجامعة.

وفيما يخصّ مُتغير الدراسة "الفايبر" لم نجد دراسات تناولت هذا المتغير و ان وجدت فهي نادرة نظرا لحدائثة التقنية.

وهذا ما يميّز دراستنا الحالية من حيث تركيزها على استخدام الفايبر من قبل الطلبة و الحاجات التي يَحققها الطلبة من استخدامهم لها.

### خلاصة:

تطرّقنا في هذا الفصل إلى قاعدة أساسية و هي الخطوات المنهجية من إشكالية و العناصر المتضمنة لها، و تعرّفنا على المنهج المناسب لهذه الدراسة و الذي كان المنهج الوصفي كونه أسلوب أو طريقة من طرق التحليل و التفسير بشكل علمي ، وذلك بالاعتماد على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات و هذا لإكتشاف وفهم الحقائق و الوقائع بغية الوصول إلى نتائج متعلّقة بموضوع الدراسة و إتماما لخطوات البحث العلمي يوضّح الفصل القادم نتائج الدراسة.



## الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

### تمهيد

- عرض وتحليل ومناقشة نتائج التساؤل الأول
- عرض وتحليل ومناقشة نتائج التساؤل الثاني
- عرض وتحليل ومناقشة نتائج التساؤل الثالث
- عرض وتحليل ومناقشة نتائج التساؤل الرابع
- النتائج الجزئية
- النتائج العامة
- خلاصة

تمهيد:

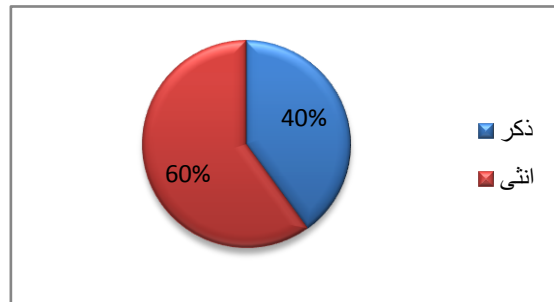
من خلال مرحلة الجانب الميداني للدراسة سيتم عرض وتحليل ومناقشة التساؤلات الرئيسية المتعلقة بالدراسة مع العلم أنه تم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، وذلك باستخدامنا الأساليب الإحصائية المتمثلة في التكرارات والنسب المئوية .

1 عرض وتحليل ومناقشة البيانات الأولية لأفراد العينة:

1-1 عرض و تحليل البيانات الأولية:

الجدول رقم (01): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
% 40	64	ذكر
%60	96	أنثى
%100	160	المجموع



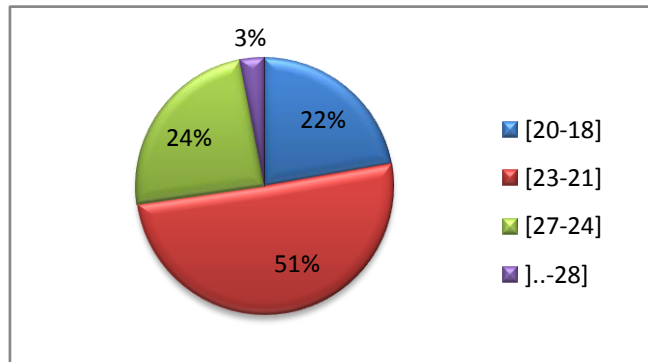
الشكل رقم (01): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

من خلال الجدول رقم ( 01 ) و الشكل رقم ( 01 ) نلاحظ بأن أفراد العينة من صنف الإناث

يفوق صنف الذكور ,حيث بلغت نسبة الإناث 60 % والذكور نسبة 40%.

الجدول رقم (02) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
21.9%	35	[20- 18]
50.6%	81	[23- 21]
24.4%	39	[27- 24]
03.1%	05	].-28[
100%	160	المجموع

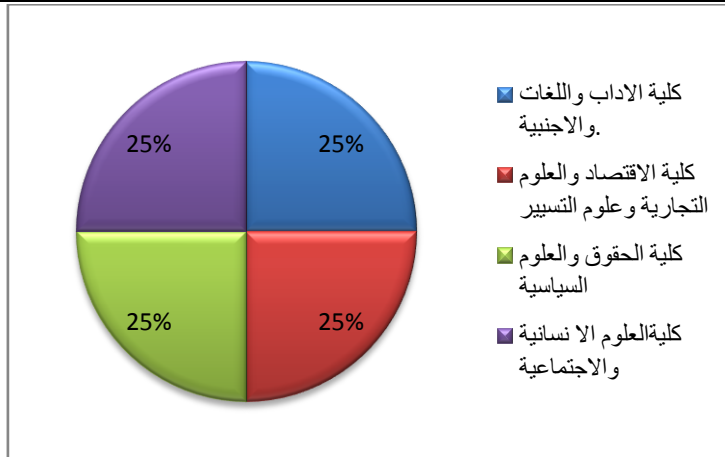


الشكل رقم(02) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

من خلال الجدول رقم ( 02 ) والشكل رقم ( 02 ) نلاحظ أن أغلب أفراد العينة تتراوح أعمارهم من [ 21 إلى 23 ] سنة وذلك بنسبة 50,6% ثم تليها الفئة من [ 24 إلى 27 سنة ] بنسبة 24,4% و في المرتبة الثالثة الفئة من [ 18 إلى 20 ] سنة بنسبة 21,9% وفي الأخير الفئة من [ 28 سنة فأكثر ] بنسبة 3,1%.

**الجدول رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الكلية**

النسبة المئوية	التكرار	الكلية
%25	40	الآداب واللغات الأجنبية
%25	40	العلوم الإنسانية والاجتماعية
%25	40	الاقتصاد وعلوم التجارية والتسيير
%25	40	الحقوق والعلوم السياسية
%100	160	المجموع



**الشكل رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الكلية**

من خلال الجدول رقم ( 03) و الشكل رقم(03) نلاحظ أن نسبة أفراد العينة متساوية بين الكليات

وذلك بـ 40 مفردة لكل كلية أي ما يعادل نسبة 25%.

## 2-1 مناقشة نتائج البيانات الأولية المتعلقة بأفراد العينة:

من خلال استعراضنا لنتائج الجداول و الأشكال المتعلقة بالبيانات الأولية لأفراد عينة الدراسة حسب

متغير : الجنس, السن و الكلية توصلنا إلى أنه :

يرجع تفوق نسبة صنف الإناث على صنف الذكور في عينة الدراسة إلى أن طبيعة مجتمع الدراسة

الذي يتكون من الإناث أكثر من الذكور . وأغلب أفراد العينة تتركز أعمارهم في الفئة العمرية من

[23-21] سنة والسبب هو أن المتوسط الحسابي لعمر الطالب الجامعي يكون في هذا السن.

كما يمكن تفسير النسب المئوية المتساوية عينة البحث بين الكليات إلى أنها شرط تم وضعه

عند اختيار العينة و يرجع ذلك إلى التنوع والاختلاف في الأفكار والاتجاهات بين الطلبة كل حسب

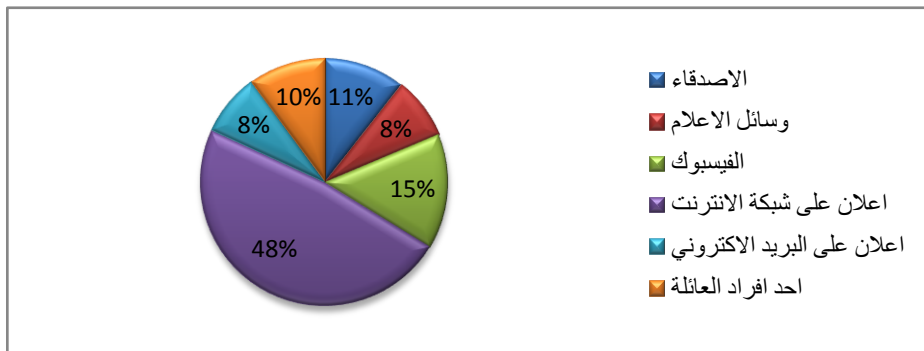
الكلية التي ينتمي إليها .

2 عرض و تحليل و مناقشة التساؤل الأول للدراسة:

من خلال هذا العنصر سيتم عرض وتحليل ومناقشة نتائج التساؤل الأول المتعلق بعادات وأنماط استخدام طلبة القطب الثاني لجامعة قاصدي مرباح ورقلة لتقنية الفايبير "viber" من خلال أسئلته الفرعية التي يمكن توضيحها في الجداول والأشكال التالية:

**الجدول رقم (04): يمثل طرق تعرف أفراد العينة على تقنية الفايبير "viber"**

النسبة المئوية	التكرار	الطريقة
10%	16	الأصدقاء
8.1%	13	وسائل الإعلام
14.4%	23	الفيسبوك
48.1%	77	إعلان على شبكة الانترنت
8.1%	13	تلقيك رسالة إعلانية على بريدك الالكتروني
10.6%	17	احد أفراد العائلة
100%	160	المجموع

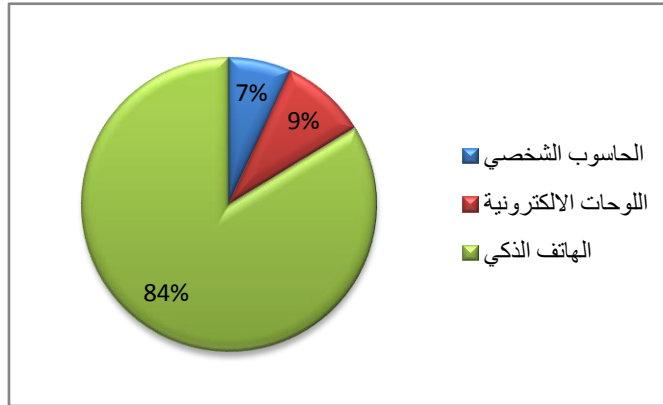


**الشكل رقم (04) : يمثل طرق تعرف أفراد العينة على تقنية الفايبير "viber"**

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم (04) والشكل (04) هو تمثيل لطرق تعرف أفراد العينة على تقنية الفايبر "viber" حيث نرى أن أغلب أفراد العينة تعرفوا على تقنية الفايبر "viber" عن طريق الانترنت وذلك بنسبة 48,1% ثم عن طريق الفيسبوك بنسبة 14,4% ويليهما عن طريق أفراد العائلة بنسبة 10,6% وفي المرتبة الرابعة يأتي الأصدقاء بنسبة 10% وفي الأخير وسائل الإعلام والبريد الإلكتروني في نفس المستوى بنسبة 8,1%.

**الجدول رقم (05): يمثل الوسيلة التي يستعملها أفراد العينة في استخدام تقنية الفايبر "viber"**

الوسيلة	التكرار	النسبة المئوية
الحاسوب الشخصي	11	6.9%
اللوحات الإلكترونية	15	9.4%
الهاتف الذكي	134	83.8%
المجموع	160	100%



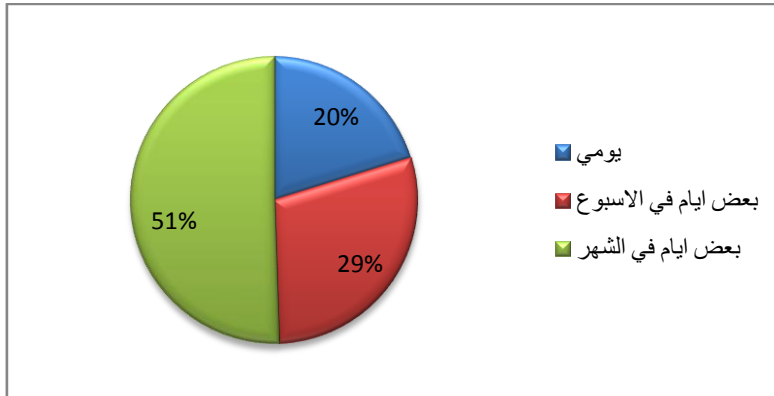
**الشكل رقم (05): يمثل الوسيلة التي يستعملها أفراد العينة في استخدام تقنية الفايبر "viber"**

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم ( 05 ) والشكل رقم ( 05 ) هو تمثيل للوسيلة التي يستعملها أفراد العينة في استخدام تقنية الفايبر "viber" ، حيث نرى نسبة كبيرة من أفراد العينة تعتمد على الهاتف

الذكي أثناء استخدام هذه التقنية تبلغ نسبتهم 83,8 % ويليه كل من اللوحات الالكترونية بنسبة 9,4 % والحاسوب الشخصي بنسبة 6,9%.

**الجدول رقم (06): يمثل معدل استخدام أفراد العينة لتقنية الفايبر "viber"**

النسبة المئوية	التكرار	معدل الاستخدام
20.6%	33	يومي
29.4%	47	بعض أيام في الأسبوع
50%	80	بعض أيام في الشهر
100%	160	المجموع



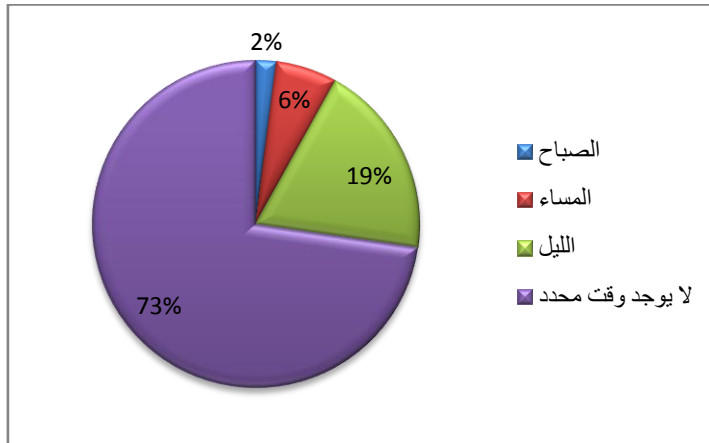
**الشكل رقم (06) : يمثل معدل استخدام أفراد العينة لتقنية الفايبر "viber" \_**

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم ( 06 ) والشكل رقم ( 06 ) هو تمثيل لمعدل استخدام أفراد العينة لتقنية الفايبر "viber"، حيث إن أغلب أفراد العينة يستخدمون تقنية الفايبر "viber" بمعدل بعض الأيام في الشهر ليبلغ ذلك نسبة 50% ويليهما الاستخدام بعض أيام في الأسبوع بنسبة 29,4% وفي الأخير يأتي الاستخدام بشكل يومي بنسبة 20,6%



**الجدول رقم (07):** يمثل فترات استخدام أفراد العينة لتقنية الفايبر "viber"

النسبة المئوية	التكرار	فترات الاستخدام
2.5%	04	الصباح
6.3%	10	المساء
18.8%	30	الليل
72.5%	116	لا يوجد وقت محدد
100%	160	المجموع

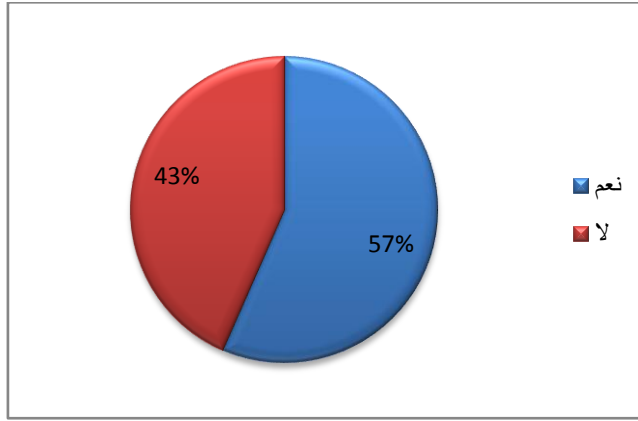


**الشكل رقم (07):** يمثل فترات استخدام أفراد العينة لتقنية الفايبر "viber"

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم ( 07 ) والشكل رقم ( 07 ) هو تمثيّل لفترات استخدام أفراد العينة لتقنية الفايبر "viber"، والتي تبين أن أغلب أفراد العينة لا يستخدمون تقنية الفايبر في فترة أو وقت معين لتصل نسبتهم إلى 72,5% و تليها الذين يستخدمونها في الفترة الليلية بنسبة 18% ثم الفترة المسائية بنسبة 6,3% وفي الأخير الفترة الصباحية بنسبة تقدر بـ 2,5%.

الجدول رقم (08): يمثل رأي أفراد العينة عن استخدامهم تقنية الفايبر "viber" و الشحن المتواصل لرصيد هاتفهم

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
56.3%	70	نعم
43.7%	60	لا
100%	160	المجموع



الشكل رقم (08): يمثل رأي أفراد العينة عن استخدامهم لتقنية الفايبر "viber" و الشحن المتواصل

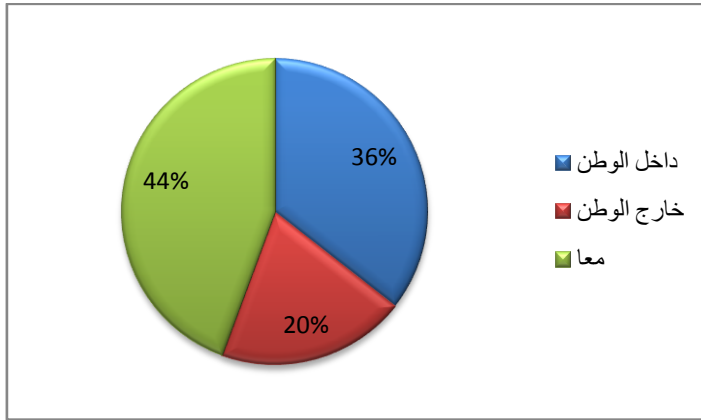
#### لرصيد هاتفهم

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم ( 08 ) والشكل رقم ( 08 ) هو تمثيل لرأي أفراد العينة عن استخدامهم لتقنية الفايبر "viber" و الشحن المتواصل لرصيد هاتفهم فكانت أغلب إجاباتهم " نعم " يغيينا استخدام تقنية الفايبر " viber " عن الشحن المتواصل لرصيد هاتفنا النقال لتقدر نسبتهم بـ 56,3% أما الذين أجابوا بـ "لا" فقد قدرت نسبتهم بـ 43.7% .

الجدول رقم (09): يمثل طبيعة الأشخاص الذين يتواصل معهم أفراد العينة باستخدام تقنية

الفايبر "viber"

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة الأشخاص
% 35.6	57	داخل الوطن
%20	32	خارج الوطن
% 44.4	71	معا
%100	160	المجموع



الشكل رقم (09): يمثل طبيعة الأشخاص الذين يتواصل معهم أفراد العينة باستخدام تقنية

الفايبر "viber"

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم (09) والشكل رقم (09) هو تمثيل لطبيعة الأشخاص الذين

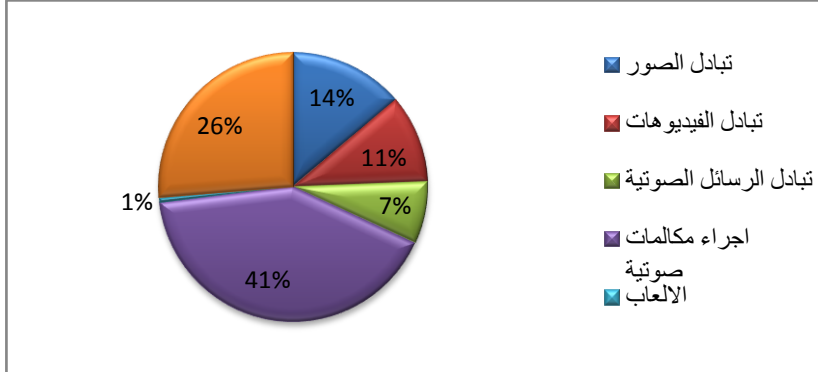
يتواصل معهم أفراد العينة باستخدام تقنية الفايبر "viber" من حيث مكان تواجدهم داخل الوطن، خارج

الوطن أو معا. فكانت أغلب الإجابات "معا" بنسبة 44,4% تم المتواجدين داخل الوطن بنسبة

35,6% وفي الأخير الأشخاص المتواجدين في الخارج بنسبة 20%.

الجدول رقم (10): يمثل الخدمات التي يفضلها أفراد العينة في تقنية الفايبر "viber"

النسبة المئوية	التكرار	الخدمة المفضلة
13.8%	22	تبادل الصور
10.6%	17	تبادل الفيديوهات
7.5%	12	تبادل الرسائل الصوتية
41.3%	66	المكالمات الصوتية
0.6%	01	الألعاب
26.3%	42	دردشة
100%	160	المجموع

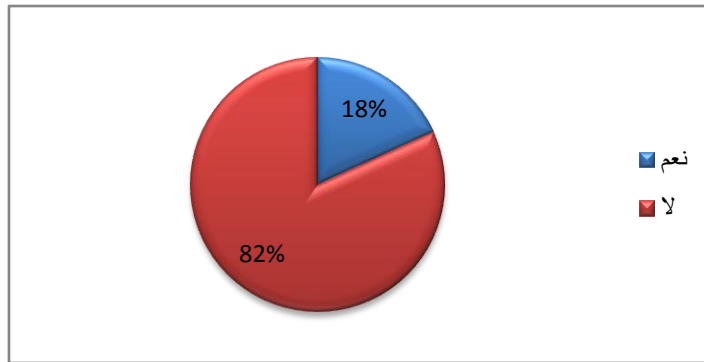


الشكل رقم (10): يمثل الخدمات التي يفضلها أفراد العينة في تقنية الفايبر "viber"

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم (10) والشكل رقم (10) هو تمثيل للخدمات التي يفضلها أفراد العينة في تقنية الفايبر "viber"، حيث يتضح أن أكثر خدمة يفضلها أفراد العينة في تقنية الفايبر هي المكالمات الصوتية لتبلغ نسبتهم 41,4% ،وتليها الدردشة بنسبة 26,3% ثم يليها تبادل الصور بنسبة 13,8% ثم تأتي خدمة تبادل الفيديوهات بنسبة 10,8% وتبادل الرسائل الصوتية بنسبة 7,5% وفي الأخير خدمة الألعاب بنسبة 0.6% .

**الجدول رقم (11):** يمثل مشاركة أفراد العينة في مجموعات على الفايبر "viber"

النسبة المئوية	التكرار	مشاركة في المجموعة
18.2%	29	نعم
81.9%	131	لا
100%	160	المجموع

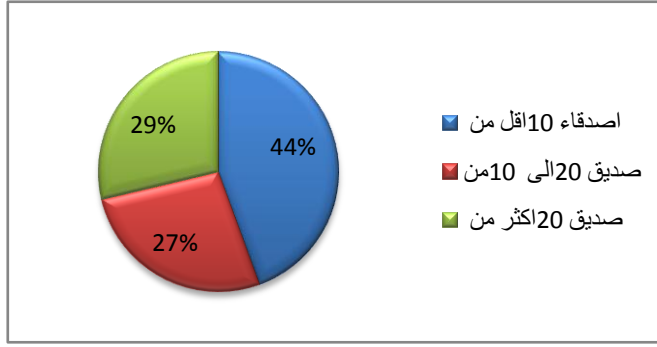


**الشكل رقم (11):** يمثل مشاركة أفراد العينة في مجموعات على الفايبر "viber"

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم ( 11 ) والشكل رقم ( 11 ) هو تمثيل لمشاركة أفراد العينة في مجموعات على الفايبر " viber " فهناك نسبة 81,9 % ممن أجابوا بـ "لا" أما المشاركين فنسبتهم قدّرت بـ 18,2% .

**الجدول رقم (12):** يمثل عدد اصدقاء أفراد العينة على الفايبر "viber"

النسبة المئوية	التكرار	عدد الأصدقاء
44.4%	71	أقل من 10 أصدقاء
28.7%	46	من 10 إلى 20 صديق
26.9%	43	أكثر من 20 صديق
100%	160	المجموع



الشكل رقم (12): يمثل عدد أصدقاء أفراد العينة على الفايبر "viber"

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم (12) والشكل رقم (12) هو تمثيل لعدد أصدقاء أفراد العينة على الفايبر "viber"، وعليه كان أغلب أفراد العينة عدد أصدقائهم أقل من عشرة أصدقاء ونسبتهم تقدر بـ 44,4%، أما نسبة الذين عدد أصدقائهم من 10 إلى 20 صديقاً هي 28,7% لتحتل المرتبة الثانية وفي المرتبة الثالثة عدد الأصدقاء الأكثر من 20 صديقاً بنسبة 26,9% .

#### تحليل و مناقشة نتائج التساؤل الأول:

من خلال استعراضنا للجداول والأشكال المتعلقة بالتساؤل الأول الخاص بالدراسة تم التوصل إلى

أن:

أ غلب أفراد العينة من كلا الجنسين وبمختلف أعمارهم وتخصصاتهم تعرفوا على تقنية الفايبر "viber" عن طريق الانترنت، وهذا يعود لكون هذه الأخيرة وسيلة تخرخر برصيد هائل من الخدمات والمعلومات جعلت جل المجتمعات تتفاعل معها لتفرض مكانتها في جميع مجالات الحياة بتحويلها العالم إلى قرية صغيرة عالمية.

مع العلم أن أكثر وسيلة يفضلها أفراد العينة في استخدام تقنية الفايبر "viber" هي الهاتف الذكي في المرتبة الأولى واللوحات الالكترونية في المرتبة الثانية أما الحاسوب الشخصي في المرتبة الثالثة وهذا يرجع إلى التطورات الهائلة والمتسارعة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي جعلت أفراد

المجتمع عموماً والطلبة الجامعيين خصوصاً يتجهون نحو كل ما هو سهل وبسيط الاستخدام ومتعدد الخدمات ويؤدي المهمة في ثوانٍ ؛ وهذا ما نجده في الهواتف الذكية أما عن المستخدمين للوحات الالكترونية فهذا يصادف الظهور الحديث لهذه الأجهزة و إنتشارها بين الأشخاص كحتمية تكنولوجية ؛ الفكرة التي أتت بها "مارشال ماكلوهان" ، أمّا عن الحاسوب الشخصي فستعود قلة الأفراد الذين يعتمدون عليه إلى أن خدمة عمل الفايبر على الحاسوب جديدة اطلقتها شركة الفايبر "viber" منذ شهور قليلة ،أو أن الهواتف الذكية أكثر إنتشاراً بين الطلبة نظراً لسعرها المعقول مقارنة باللوحات الالكترونية والحاسوب الشخصي.

في حين أن أغلب أفراد العينة معدل استخدامهم لتقنية الفايبر "viber" هو بعض أيام في الشهر ثم الأفراد الذين معدل استخدامهم بعض أيام في الأسبوع وفي الأخير من يستخدمونها بشكل يومي ، و قد يكون السبب هو ح دائة التقنية ممّا جعلت الطالب لم يدرك خدماتها جيداً أو أنّ ما تحمله من خصائص لا تحقق رغبات أفراد العينة ، كما قد يكون السبب هو الانتشار الكبير والواسع و الظهور المكثف لتقنيات من تضاهاى الفايبر يستخدمها الطالب لقضاء وقت فراغه ولتواصل مع الآخرين.

أما عن إجابات أفراد العينة عن ما إن كانت تقنية الفايبر "viber" تغنيهم عن الشحن المتواصل لرصيد هاتفهم أم لا ، فكان أغلبهم قد أجاب بـ "نعم" مما يفسر وجودهم في نطاق ذ و تدفق سريع للانترنت يضمن لهم إجراء مكالمات مجانية ، ويمكن تفسير سبب إجابة باقي أفراد العينة بـ "لا" إلى أن هذا النوع من الأشخاص لا يعرفون كيف يستغلون مثل هذه التقنيات والوسائل الاتصالية أو أن البيئة المتواجدين فيها من أهل و أصدقاء .... لا يمتلكون تقنية الفايبر "viber" لأنّ من خصائص نجاح عملية الاتصال والتواصل مجانياً عبر الفايبر هو توفر الشخصين على نفس التقنية ، أو احتمال آخر هو الانترنت ومشاكلها في الجزائر من ضعف في التدفق ومشاكل في الانقطاع المتواصل بلوغم من ظهور أجيال جديد من الانترنت .

وفيما يخص الأشخاص الذين يتواصل معهم أفراد العينة فهم متواجدون داخل الوطن وخارجه وهذا يجعلنا نقول أنّ العينة لا تقتصر في اتصالها على أشخاص داخل الوطن بل تتعدّاهم إلى أشخاص خارجه أي أنّ هذه التقنية تحظى بالاهتمام والانتشار والإقبال عليها .

وعن أكثر الخدمات التي يفضلها أفراد العينة لاحظنا أنهم يفضلون المكالمات الصوتية ثم تليها الخدمات الأخرى على التوالي: الدردشة، تبادل الصور، تبادل الفيديوهات، تبادل الرسائل الصوتية وفي الأخير خدمة الألعاب. و تفضيلهم للمكالمات الصوتية هو البحث عن بديل للمكالمات الهاتفية بُغية التقليل من تكاليف الاتصال و يمكن تفسير النسب الضئيلة لتفضيل أفراد العينة لباقي الخدمات هو توفرها في مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى كالفيسبوك، التويتر... الخ.

ولا تخلوا أغلب مواقع التواصل الاجتماعي التي تظهر وتنتشر بكثرة من خاصية إنشاء مجموعات تجمع بين الأفراد المشاركين فيها في الاهتمام والاتجاه حيث تقنية الفايبر " viber " لديها هذه الخاصية ولكن معظم أفراد العينة ليسوا مشاركين في مجموعات معينة على الفايبر " viber " والسبب هو أنّ أغلبهم لا تهتم هذه الخدمة، لأنها لا تمتاز بالنشاط والحيوية و التفاعلية التي يميل إليها خاصة و أنّ ما يميز أفراد العينة أنهم طلبة وفي سن كله حيوية ونشاط ، أما عن المشاركين ضمن مجموعات معينة فيمكن تفسير ذلك بأنها تجمعهم بأفراد افتراضيين لهم نفس الاهتمام و يناقشون مختلف القضايا والمواضيع في هذا الإطار أو من محبي معرفة مستجدات الأخبار والأصدقاء.

و في نفس السياق وبالتحديد عن الأصدقاء الذين يتعامل معهم أفراد العينة فعددهم أقل من 10 أصدقاء ليحتل المرتبة الأولى وفي المرتبة الثانية من 10 إلى 20 صديقاً وفي المرتبة الثالثة أكثر من 20 صديقاً مما يؤكد تفسيرنا في السابق على حداثة التقنية أو بتفسير آخر هو حيز الأصدقاء الذين



يتملكون تقنية الفايبر "viber" أو المبحوث والفترة التي تم فيها استخدام التقنية فكلما زادت المدة زاد عدد الأصدقاء.

### 3 عرض و تحليل و مناقشة التساؤل الثاني للدراسة:

من خلال هذا العنصر سيتم عرض وتحليل و مناقشة التساؤل الثاني الذي يبحث في دوافع وأسباب

استخدام طلبة القطب الثاني لجامعة قاصدي مرياح ورقلة لتقنية الفايبر "viber"

المجموع	حتمية تكنولوجية		الفضول		التسلية والترفيه		للتواصل مع زملاء الدراسة		للتواصل مع الأساتذة		للتواصل مع الآهل		للتواصل مع الأصدقاء		الاختيارات		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	المتغيرات		
%40	64	%9.31	6	%9.31	6	%12.5	8	%9.47	6	%4.7	3	%7.81	5	%46.9	30	ذكر	نفس
%60	96	%7.29	7	%11.4	11	%2.8	2	%4.16	4	%2.08	2	%28.8	20	%52.1	50	أنثى	
%100	160	%8.12	13	%10.6	17	6.25	10	%6.25	10	%3.12	5	%15.6	25	%50	80	المجموع	
%21.9	35	%5.7	2	%14.3	5	00	0	%5.71	2	%2.85	1	%20	7	%51.4	18	[20-18]	سن
%50.6	81	%12.3	10	%13.5	11	%8.64	7	%2.46	2	%3.7	3	%18.5	15	%40.7	33	[23-21]	
%24.4	39	%2.5	1	2.5	1	%7.69	3	%10.2	4	%2.5	1	%7.69	3	%66.6	26	[27-24]	
%3.1	5	%00	0	00	0	%20	1	%40	2	%00	0	%00	0	%60	3	....28	
100	160	%8.12	13	10.6	17	%6.2	10	%6.2	10	%3.1	5	%15.6	25	%50	80	المجموع	
%25	40	%2.5	1	%5	2	%00	0	%5	2	%2.5	1	%22.5	9	%62.5	25	الأدب واللغات الأجنبية	طبية
%25	40	%00	0	%17.5	7	%2.5	1	%5	2	%7.5	3	%25	10	%42.5	17	الاقتصاد والعلوم التجارية	
%25	40	%10	4	%5	2	%10	4	2.5	1	%2.5	1	%5	2	65	26	الحقوق والعلوم السياسية	

الجدول رقم (13)	العلوم الإنسانية والاجتماعية	12	30	4	10	2	5	4	10	5	11.5	6	15%	7	17.5%	40	25%
	المجموع	80	50%	25	15.6%	5	3.1%	10	6.2%	10	6.2%	17	10.6%	13	8.12%	160	100%

**(13): يمثل دافع استخدام أفراد العينة لتقنية الفايبر "viber" حسب متغير الجنس، السن، الكلية**

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم (13) هو تمثيل لدوافع استخدام أفراد العينة لتقنية الفايبر "viber" حسب متغير الجنس، السن والكلية. حيث نرى أن معظم أفراد العينة يستخدمون الفايبر بدافع التواصل مع الأصدقاء لتقدر نسبتهم 50% ويلبيها دافع التواصل مع الأهل بنسبة 15.6% تم يليها دافع الفضول بنسبة 10.6%. أما بالنسبة لمتغير الجنس فنجد من الذكور نسبة 46.9% بدافع التواصل مع الأصدقاء ويقابلها نسبة 52.1% من الإناث. وفيما يخص متغير السن فنلاحظ أن ما نسبته 51.4% بدافع التواصل مع الأصدقاء للأفراد الذين تتراوح أعمارهم من [18-20] سنة ويقابلها نسبة 40.7% للذين يتراوح أعمارهم من [21-23] سنة ونسبة 66.6% للذين تتراوح أعمارهم من [24-27] سنة وفي الأخير نجد أن ما نسبته 40% للفتاة العمرية من [28] سنة فأكثر. أما بالنسبة لمتغير الكلية فأفراد كلية الآداب واللغات الأجنبية يستخدمون الفايبر بدافع التواصل مع الأصدقاء لتبلغ نسبتهم 62.5% ويقابلها نسبة 42.5% لأفراد كلية الاقتصاد والعلوم التجارية وعلوم التسيير ونسبة 65% لأفراد كلية الحقوق والعلوم السياسية ونسبة 30% لأفراد كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

**الجدول رقم (14) : يمثل دوافع استخدام أفراد العينة لتقنية الفايبر "viber" في عملية التواصل**

**حسب متغير الجنس، السن، الكلية**

المجموع		تعدد أشكال الاتصال		وضوح الصوت		وضوح الصورة		إجراء مكالمات مجانية		الاختيارات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	المتغيرات

%40	64	%26.5	17	%12.5	8	%1.56	1	%59.3	38	ذكر	الجنس
%60	96	%27	26	%4.16	4	%11.4	11	%57.2	55	أنثى	
100%	160	%21.2	34	%7.5	12	%7.5	12	%58.1	93	المجموع	
%21.9	35	%17.1	6	%11.4	4	%8.6	3	%62.8	22	[20-18]	السن
%50.6	81	%34.5	28	%4.93	4	%3.7	3	%56.7	46	[23-21]	
%24.4	39	%17.9	7	%10.2	4	%15.3	6	%56.4	22	[27-24]	
%3.1	5	%40	2	%00	0	%00	0	%60	3	....-28]	
100%	160	%21.2	34	%7.5	12	%7.5	12	%58.1	93	المجموع	
%25	40	%17.5	7	%7.5	3	%00	0	%75	30	الآداب واللغات الأجنبية	الكلية
%25	40	%40	16	%7.5	3	%10	4	%42.5	17	الاقتصاد والعلوم التجارية	
%25	40	%25	10	%5	2	%10	4	%6	24	الحقوق والعلوم السياسية	
%25	40	%22.5	9	%7.5	3	%15	6	%55	22	العلوم الإنسانية والاجتماعية	
% 100	160	%21.2	34	%7.5	12	%7.5	12	%58.1	93	المجموع	

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم ( 14 ) هو تمثيل لدوافع استخدام أفراد العينة لتقنية

الفايبر "viber" في عملية التواصل حسب متغير الجنس السن والكلية ،حيث نجد أنه فيما يخص الجنس

كلا الصنفين يستخدمان التقنية بهدف إجراء المكالمات المجانية لتبلغ النسبة 59.3% للذكور وتقابلها

57.2% للإناث ويلبها دافع تعدد أشكال الاتصال بنسبة 26.6% للذكور تقابلها نسبة 27% للإناث

أما عن السن فدافع إجراء المكالمات المجانية احتل الصدارة في جميع الفئات العمرية لتقدر النسبة

62% للأفراد الذين تتراوح أعمارهم من [ 20-18 ] تقابلها نسبة 56.7% للفئة من [ 23-21 ] ونسبة

56.4% للفئة من [27-24] و نسبة 60% للفئة من [28-....]. وعن متغير الكلية نج د أن دافع المكالمات المجانية يحتل صدارة البدائل لتقدر نسبته في كلية الآداب واللغات الأجنبية 75% وكلية الاقتصاد والعلوم التجارية وعلوم التسيير بنسبة 42% وكلية الحقوق والعلوم السياسية بنسبة 25% وكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بنسبة 55% .

**الجدول رقم (15): يمثل دوافع استخدام أفراد العينة لتقنية الفايبر "viber" في التسلية حسب متغير**

**الجنس، السن، الكلية**

المجموع		تكتفي بالألعاب الموجودة		تكتفي بقراءة ما ينشره الأصدقاء		وضع مشاركات على المجموعات		الاختيارات	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	المتغيرات	
40	64	9.37%	6	59.3%	38	31.2%	29	ذكر	الجنس
60	96	18.7%	18	63.5%	61	17.7%	17	أنثى	
100	160	15	24	61.9%	99	28.7	46	المجموع	
21.6	35	14.2	5	54.2%	19	31.4%	11	[20-18]	السن
50.6	81	14.8	12	67.9%	55	17.2%	14	[23-21]	
24.4	39	12.8	5	58.9%	23	28.2%	11	[27-24]	
3.1	5	40	2	40%	2	20%	1	[28-....]	
100	160	15	24	61.9%	99	28.7	46	المجموع	
25	40	27.5	11	40%	16	32.5%	13	الآداب واللغات الأجنبية	الكلية
25	40	10	4	70%	28	20%	8	الاقتصاد والعلوم التجارية	
25	40	15	6	75%	30	10%	4	الحقوق والعلوم السياسية	
25	40	7.5	3	62.5%	25	30%	12	العلوم الإنسانية	

								والاجتماعية
100%	160	15	24	61.8	99	28.7	46	المجموع

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم ( 15 ) هو تمثيل لدوافع استخدام أفراد العينة لتقنية الفايبير "viber" في التسلية حسب متغير الجنس السن والكلية .حيث نرى أن معظم أفراد العينة يستخدمون الفايبير في التسلية بدافع قراءة ما ينشره الأصدقاء وذلك بنسبة 61.8% ويليهما دافع وضع مشاركات على المجموعات بنسبة 28.7% وفي الأخير الاكتفاء بالألعاب بنسبة 15%.وحسب المتغيرات الديمغرافية فنجد أن ما نسبته 59.3% من الذكور الذين أجابوا بدافع ما ينشره الأصدقاء وتقابلها نسبة 63.5% من الإناث وتليها وضع مشاركات على المجموعات بنسبة 31,2% للذكور و 18.7% لصف الإناث . أما عن متغير السن فمعظم أفراد الفئات العمرية كان دفعهم هو قراءة ما ينشره الأصدقاء لتقدر نسبتهم في الفئة من [ 18-20 ] سنة بـ 54.2 ونسبة 67.9% للفئة من [21-23] ونسبة 58.9% للفئة العمرية من [ 24-25 ] سنة ونسبة 40% للأفراد الذين تتراوح أعمارهم من [ 28 -...سنة.وعن متغير الكلية فكذلك لا توجد اختلافات في الإجابة فكل كلية معظم أفرادها أجابوا بدافع قراءة ما ينشره الأصدقاء لتقدر النسبة في كلية الآداب واللغات الأجنبية 40% وتقابلها نسبة 70% لكلية الاقتصاد والعلوم التجارية علوم التسيير و نسبة 75% لكلية الحقوق والعلوم السياسية وما نسبته 62.5% لكلية العلوم الانسانية والاجتماعية.

**الجدول رقم (16): يمثل طبيعة دوافع استخدام أفراد العينة لتقنية الفايبير "viber"**

الاختيارات المتغيرات		اجتماعية		نفسية		علمية		المجموع
		ك	%	ك	%	ك	%	ك
الجنس	ذكر	51	79.6	9	14.1	4	6.25	64
	أنثى	70	72.9	10	10.4	16	16.6	96

100	160	12.5	20	11.9	19	75.6	121	المجموع	
21.6	35	20	7	8.6	3	71.4	25	[20-18]	السن
50.6	81	11.1	9	6.17	5	82.7	67	[23-21]	
24.4	39	5.12	2	28.2	11	66.6	26	[27-24]	
3.1	5	40	2	00	00	60	3	...-28]	
100	160	12.5	20	11.9	19	75.6	121	المجموع	
25	40	12.5	5	20	8	67.5	27	الأداب واللغات الأجنبية	الكلية
25	40	1.5	7	11.5	5	70	28	الاقتصاد والعلوم التجارية	
25	40	00	00	10	4	90	36	الحقوق والعلوم السياسية	
25	40	20	8	5	2	75	30	العلوم الإنسانية والاجتماعية	
100	160	12.5	20	11.9	19	75.6	121	المجموع	

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم ( 16 ) هو تمثيل لطبيعة دوافع استخدام أفراد العينة لتقنية

الفايبر "viber" حسب متغير الجنس ،السن والكلية .حيث أن معظم أفراد العينة من صنف الذكور طبيعة

دوافعهم اجتماعية لتمتازح نسبتهم 79.6% وتليها الدوافع النفسية بنسبة 14.1% ثم الدوافع العلمية

بنسبة 6.5% .أما عن الإناث فنلقتي أولاً الدوافع الاجتماعية بنسبة 57.6% وثانياً الدوافع العلمية بنسبة

16.6% وفي الأخير الدوافع النفسية بنسبة 10.4% . أما عن متغير السن تأتي الدوافع الاجتماعية في

المرتبة الأولى بالنسبة لكل الفئات العمرية لتبلغ النسبة 71.4% للأفراد الذين تتراوح أعمارهم من [18-

20] سنة ونسبة 82.7% لفئة من [23-21] ونسبة 66.6% للفئة من [ 27-24 ] سنة وتأتي نسبة

60 للفئة من [ ... -28 ] سنة . وبالنسبة لمتغير الكلية فمعظم الباحثين أجابوا عن طبيعة الدوافع

الاجتماعية ثم تليها الدوافع النفسية ماعدا أفراد كلية العلوم الإنسانية الاجتماعية كانت الدوافع العلمية في المرتبة الثانية أي أن نسبة 75% للدوافع الاجتماعية و 20% للدوافع العلمية.

### مناقشة نتائج التساؤل الثاني:

من خلال استعراضنا للجداول المتعلقة بالتساؤل الثاني الخاص بالدراسة تم التوصل إلى أن :

أكثر سبب يدفع أفراد العينة سواء الذكور أو الإناث إلى استخدام تقنية الفايبر "viber" هو التواصل مع الأصدقاء وهذا ما يفسر لنا المكانة والدرجة التي تحتلها وسائل الاتصال الجديدة ضمن واقعنا المعيشي وخلقها نوعاً جديداً من التنافس بين الصداقات الافتراضية والصداقات عبر العالم الحقيقي، دون أن ننسى دافع التواصل مع الأهل ك أحد الدوافع التي تجعل بعض الأفراد يستخدمون هذه التقنية وهذا راجع إلى إحدى التأثيرات التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي في تقريب ما هو بعيد لدرجة أصبح أفراد المجتمع بأمس الحاجة إلى بناء علاقاتهم الاجتماعية وتوطيدها كما أكدته بعض الدراسات التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي وكان الفيسبوك أحد النماذج المدروسة، كما لاحظنا أن الجنسين لا يوجد لديهم دافع كبير في استخدام تقنية الفايبر في المجال العلمي والاستفادة منها برغم أنها أداة اتصالية تفاعلية تضمن لمستخدميها الانفتاح على ثقافات ومختلفة ومتعددة متجاوزا الحيز المكاني المتواجد فيه بحرية .

وفي ما يخص السن فإننا لاحظنا أنه لا يوجد اختلاف في دوافع الاستخدام فالدافع الأول لكل فئة هو التواصل مع الأصدقاء .

كما يجدر بنا الذكر أن لا علاقة للتخصص بدافع استخدام تقنية الفايبر " viber " فمعظم أفراد

العينة بمختلف تخصصاتهم يستخدمون هذه التقنية بدافع التواصل مع الأصدقاء ليقبل اهتمامهم

للوظائف الأخرى التي تقدمها من تسلية وترفيه أو التعرف على ثقافات وحضارات في جو التواصل مع الأساتذة أو باحثين .

في حين أكثر دافع جعل أفراد العينة يستخدمون تقنية الفايبر " viber" في عملية التواصل هو إجراء المكالمات المجانية مع العلم أنه لا توجد هناك فروق في الدوافع من حيث الجنس، السن والكلية التي ينتمي إليها الطالب .

أما عن دوافع التسلية فأغلب أفراد العينة يستخدمون تقنية الفايبر " viber" بدافع قراءة ما ينشره الأصدقاء و نسبة قليلة من المبحوثين من كان دافعهم وضع مشاركات على المجموعات المشاركين فيها، ويمكن أن يعود عدم المشاركة في المجموعات إلى أنهم لا يكترون لهذه الخدمة في حد ذاتها أو أنها لا تمتاز بالحيوية والنشاط مقارنة بما هو موجود على الفيسبوك والتويتر.

وعن طبيعة الدوافع التي دفعت بأغلب أفراد العينة إلى استخدام الفايبر هي الدوافع الاجتماعية وتليها الدوافع النفسية وفي الأخير الدوافع العلمية ، فالاجتماعية يمكن أن تعود إلى بحث الإنسان المعاصر عن نوافذ أخرى يتواصل بها مع المجتمع الذي يرى فيه ذاته، أي أنه يبحث عن مجتمع إفتراضي (غير حقيقي) ، و البحث عن هذا المجتمع يعود إلى تبرم الإنسان من مجتمعه الذي بات من الصّعب - فيما يرى - التأقلم معه بسبب أنّ المجتمع المعاصر لم يعد يسمح للإنسان تحقيق ذاته ، أو لانتشار مواقع التواصل الاجتماعي وخلقتها لأشكال جديدة من التواصل تمتاز بالسرعة وتعدد وظائفها و الانخفاض في التكلفة ،أما النفسية فقد تعود للمرحلة التي يعيشها الطالب الجامعي من فراغ نفسي ، فضول ،قلق وتوتر بسبب الدراسة ،وعن الدوافع العلمية فهي نتيجة لعصر المعلومات الذي بات يعتمد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة مواقع التواصل الاجتماعي في البحث العلمي والتعليم وكذا التثقيف.



3- عرض و تحليل و مناقشة التساؤل الثالث للدراسة:

الجدول رقم ( 17): يمثل الاشباعات التي يحققها استخدام تقنية الفايبير " viber" حسب متغيرات الجنس، السن والكلية.

المجموع		أخرى		لأغراض علمية		لمعرفة مستجدات الأصدقاء		الترفيه عن النفس		الخيارات	
%	ت	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	المتغيرات	
%40	64	6.2%	4	%7.8	5	%46.8	30	%39.06	25	ذكر	الجنس
%60	96	2.08%	2	%13.5	13	%39.5	38	%44.7	43	أنثى	
%100	160	3.75	6	11.5	18	42.5	68	42.5	68	المجموع	
%21.6	35	5.7%	2	14.2%	5	28.5%	10	51.4%	18	20-18	السن
%50.6	81	2.46%	2	6.17%	5	51.8%	42	39.5%	32	23-21	
%24.4	39	5.12%	2	15.3%	6	35.8%	14	43.5%	17	27-24	
%3.1	5	0%	0	40%	2	40%	2	20%	1	.... 28	
%100	160	3.75	6	11.5	18	42.5	68	42.5	68	المجموع	
%25	40	0%	0	%15	6	%42.5	17	%42.5	17	الآداب واللغات الأجنبية	الكلية
%25	40	%5	2	%7.5	3	%37.5	15	%52.5	21	اقتصاد العلوم التجارية	
%25	40	%5	2	%7.5	3	%45	18	%40	16	حقوق العلوم سياسية	
%25	40	%5	2	%15	6	%45	18	%35	14	العلوم الإنسانية اجتماعية	
%100	160	3.5	6	11.5	18	42.5	68	42.5	68	المجموع	

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم ( 17 ) هو تمثيل للإشباعات التي يحققها استخدام تقنية

الفايبير "viber" حسب متغير الجنس، السن والكلية: فحسب الجنس نجد أنّ نسبة الذكور الذين أجابوا أنّ

الإشباعات التي يحققها لهم استخدام تقنية الفايبير في معرفة مستجدات الأصدقاء كان 46.8 % لتليها

الترفيه عن النفس بنسبة 39.6 % ، أمّا عن الإناث فكانت أعلى نسبة للترفيه عن النفس بنسبة

44.7%. أمّا السن فنلاحظ أنّ فئة من 23-21 احتلت الصدارة في اختيار معرفة مستجدات الأصدقاء

بنسبة 51.8 % في حين تقاربت نسبة فئتي من 20-18 و 27-24 سنة في جميع البدائل. أمّا متغير

الكلية كان في كلية الاقتصاد احتل الترفيه عن النفس الصدارة بنسبة 52.5 % لتتساوى نسب الترفيه عن النفس و معرفة مستجدات الأصدقاء في كلية الآداب و اللغات الأجنبية بنسبة 42.5 % لكل بديل.

**الجدول رقم (18): يمثل ما يوفره استخدام تقنية الفايبر "viber" لأفراد العينة حسب متغير الجنس**

**السن والكلية:**

المجموع		أخرى		المال		الجهد		الوقت		الاختيارات	
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	المتغيرات	
40%	64	0%	0	51.5%	33	7.8%	5	40.6%	26	ذكر	الجنس
60%	96	4.1%	4	54.1%	52	12.5%	12	29.1%	28	أنثى	
100%	160	2.5	4	53.1	85	10.2	17	33.7	54	المجموع	
21.6%	35	5.71%	2	51.4%	18	14.2%	5	28.5%	10	20-18	السن
50.6%	81	0%	0	60.4%	49	7.40%	6	32.09%	26	23-21	
24.4%	39	0%	0	46.1%	18	15.3%	6	38.4%	15	27-24	
3.1%	5	40%	2	0%	0	0%	0	60%	03	28 فما فوق	
100%	160	2.5%	4	53.1%	85	10.2%	17	33.7%	54	المجموع	
25%	40	0%	0	52.5%	21	5%	2	42.5%	17	الآداب واللغات الأجنبية	الكلية
25%	40	0%	0	57.5%	23	12.5%	05	30%	12	الاقتصاد والعلوم التجارية	
25%	40	5%	2	45%	18	10%	04	40%	16	الحقوق والعلوم السياسية	
25%	40	5%	2	57.5%	23	15%	06	22.5%	9	العلوم الإنسانية والاجتماعية	
100%	160	2.5%	4	53.1%	85	10.2%	17	33.7%	54	المجموع	

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم (18) هو تمثيل لما يوفره استخدام تقنية الفايبر لدى أفراد العينة

حسب متغير الجنس، السن و الكلية : وفقا لمتغير الجنس كانت نسبة الإناث اللواتي قلن أن استخدام

تقنية الفايبر يوفر المال بنسبة 54.1% ويقابلها الذكور بنسبة 51.5% ليحتل توفير الوقت المرتبة

الثانية أما عن توفير الجهد فاحتل المرتبة الثالثة من كلا الجنسين ،أما وفقا لمتغير السن فقد احتل

الصدارة توفير المال في جميع الفئات العمرية فكانت نسبته فكان في فئة 23-21 بنسبة 60.4%

لعليه توفير الوقت لنسجّل نسبة منعدمة في فئة 28 سنة فما فوق في اختيارهم للجهد والمال ، وحسب

متغير الكلية فتساوت النسب في كليتي الاقتصاد والعلوم التجارية وعلوم التسيير و العلوم الإنسانية و الاجتماعية في اختيارهم لتوفير المال بنسبة 57.5% لكل كلية في حين تقاربت النسب في الكليات الأربع لاختيارهم توفير الجهد.

الجدول رقم ( 19):يمثل مستوى التفاعل الذي يحققه استخدام تقنية الفاير "viber" حسب متغيرات

الجنس، السن، والكلية.

المجموع		أخرى		زملاء الدراسة		الأساتذة		الأصدقاء		الأهل		الخيارات المتغيرات	
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
40%	64	0%	0	15.6%	10	7.81%	05	68.7%	44	7.81%	05	ذكر	الجنس
60%	96	2.08%	02	13.5%	13	9.7%	09	60.4%	58	14.5%	14	أنثى	
100%	160	1.25%	2	14.3%	23	8.7%	14	63.7%	102	11.8%	19	المجموع	
21.6%	35	0%	0	11.4%	04	14.2%	05	57.1%	20	17.14%	06	20-18	السن
50.6%	81	0%	0	17.28%	14	6.17%	05	66.66%	54	9.87%	08	23-21	
24.4%	39	5.12%	02	12.8%	05	10.25%	04	64.1%	25	7.69%	03	27-24	
3.1	05	0%	0	0%	0	0%	0	60%	03	40%	02	.... 28	
100%	160	1.25%	2	14.3%	23	8.7%	14	63.7%	102	11.8%	19	المجموع	
25%	40	0%	0	10%	04	15%	06	60%	24	15%	06	الآداب واللغات الأجنبية	الكلية
25%	40	0%	0	12.5%	5	5%	02	70%	28	12.5%	05	الاقتصاد والعلوم التجارية	
25%	40	5%	2	7.5%	03	7.5%	03	65%	26	15%	06	الحقوق العلوم السياسية	
25%	40	0%	0	22.5%	09	7.5%	03	60%	24	10%	04	العلوم الإنسانية والاجتماعية	
100%	160	1.25%	2	14.3%	23	8.7%	14	63.7%	102	11.8%	19	المجموع	

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم ( 19 ) هو تمثيل لمستوى التفاعل الذي يحققه استخدام تقنية

الفاير "viber" حسب متغير الجنس، السن والكلية: فلاحظنا حسب الجنس : أن نسبة الذكور الذين أجابوا

"الأصدقاء" كانت 68.7 % لتليه اختيارهم لزملاء الدراسة بنسبة 15.6% في حين قُدرت نسبة الإناث

اللواتي اختون التفاعل مع الأصدقاء بنسبة 60.4% لهتقارب النسب في باقي الاختيارات الأخرى لنتعدى إجابة المبحوثين إلى اختيار بدائل أخرى، وعن السن فقد احتلّ التفاعل مع الأصدقاء الصدارة في جميع الفئات العمرية ففي الفئة العمرية من 18-20 سنة نسبة 57.14% وفي فئة 21-23 نسبة 66.66% أما في فئة 24-27 سنة فكانت النسبة 64.1% وكذا فئة من 28 سنة فما فوق نسبة 60%، فيما يخصّ متغير الكلية فنجد أنّ التفاعل مع الأصدقاء احتلّ الصدارة في جميع الكليات لتتعدم النسب في اختيار بديل "أخرى" عدا كلية الحقوق و العلوم السياسية فكانت النسبة 5% .

الجدول رقم (20): يمثل مساهمة استخدام تقنية الفايبير "viber" في تحسين اللغات الأجنبية حسب

متغيرات الجنس والسن والكلية.

المجموع		لا		نعم		الخيارات	
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	المتغيرات	
40%	64	21.8%	14	78.1%	50	ذكر	الجنس
60%	96	41.6%	40	58.3%	56	أنثى	
100%	160	33.7%	54	66.2%	106	المجموع	
21.6%	35	54.2%	19	45.7%	16	20-18	السن
50.6%	81	29.6%	24	70.3%	57	23-21	
24.4%	39	23.07%	09	76.9%	30	27-24	
3.1%	05	40%	02	60%	03	.... 28	
100%	160	33.7%	54	66.2%	106	المجموع	
25%	40	35%	14	65%	26	اداب واللغات	الكلية
25%	40	25%	10	75%	30	اقتصاد	
25%	40	40%	16	60%	24	حقوق وع سياسية	
25%	40	35%	14	65%	26	ع إنسانية وع اجتماعية	
100%	160	33.7%	54	66.2%	106	المجموع	

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم ( 20 ) هو تمثيل لمساهمة استخدام تقنية الفايبير " viber " في تحسين اللغات الأجنبية حسب متغير الجنس ، السن و الكلية :فوجد حسب الجنس أنّ نسبة الذكور الذين أجابوا ب "نعم" حول مساهمة استخدام تقنية الفايبير في تحسين اللغات الأجنبية كانت 78.1% أما الإناث فكانت نسبتهم 58.33 % ،أما الذين أجابوا ب "لا" فقدت نسبة الذكور ب 21.8% لتسجل عند الإناث نسبة أكبر ب41.66 % ،وحسب السن فقد سجلنا أعلى نسبة للذين أجابوا ب نعم في فئة 24-27 سنة بنسبة 76.9% لتليها فئة 21-23 بنسبة 70.3% ثم فئة من 28 فما فوق بنسبة 60% لتحتل فئة 18-20 المرتبة الأخيرة بنسبة 45.7 % ،أما الذين أجابوا ب "لا" فكانت أعلى نسبة للفئة العمرية من 18-20 سنة بنسبة 54.2% .وعن متغير الكلية فكانت أعلى نسبة للذين أجابوا ب "نعم" لكلية الاقتصاد بنسبة 75% لتساوي النسب في كلياتي الآداب و اللغات الأجنبية و العلوم الإنسانية و الاجتماعية بنسبة قدرت ب65% لكل كلية،أما الذين أجابوا ب "لا" فكانت أعلى نسبة من نصيب كلية الحقوق والعلوم السياسية بنسبة 40%.

الجدول رقم ( 21 ):يمثل مساهمة استخدام تقنية الفايبير viber في تلبية الاحتياجات المعرفية في

مجال الدراسة حسب متغير الجنس والسن والكلية.

المجموع		لا		نعم		الخيارات	
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	المتغيرات	
40%	64	53.1%	34	46.8%	30	ذكر	الجنس
60%	96	53.1%	51	46.8%	45	أنثى	
100%	160	53.1%	85	46.8%	75	المجموع	

السن	20-18	17	48.5%	18	51.4%	35	21.6%
	23-21	31	38.2%	50	61.7%	81	50.6%
	27-24	23	58.9%	16	41.03%	39	24.4%
	.... 28	04	80%	01	20%	05	3.1%
	المجموع	75	45.8%	85	53.1%	160	100%
الكلية	آداب واللغات	23	57.5%	17	42.5%	40	25%
	اقتصاد	13	32.5%	27	67.5%	40	25%
	حقوق وع سياسية	20	50%	20	50%	40	25%
	ع إنسانية وع اجتماعية	19	47.5%	21	52.5%	40	25%
	المجموع	75	46.8%	85	53.1%	160	100%

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم (21) هو تمثيل لمساهمة استخدام تقنية الفايبر "viber" في تلبية الاحتياجات المعرفية حسب متغير الجنس، السن والكلية: حيث لاحظنا حسب متغير الجنس فقد تساوت النسب في كلا الجنسين حيث قُدرت نسبة الذين أجابوا ب"نعم" ب46.8% و الذين أجابوا ب"لا" بنسبة 53.1%، وحسب السن فالأفراد الذين تتراوح أعمارهم من 28 فما فوق سجّلنا عندهم أعلى نسبة للإجابات ب"نعم" حيث قُدرت ب80% لتليها فئة من 27-24 سنة بنسبة 58.9% ثم فئة من 18-20 سنة بنسبة 48.5% لتحتل الفئة العمرية من 23-21 سنة المرتبة الأخيرة بنسبة 38.2%، في حين سجّلنا أعلى نسبة للذين أجابوا ب"لا" لفئة من 23-21 سنة بنسبة 61.7%، و عن متغير الكلية فالذين أجابوا ب"نعم" سجّلنا أعلى نسبة في كلية الآداب و اللغات الأجنبية حيث قُدرت ب57.5% أمّا أقل نسبة راحت من نصيب كلية الاقتصاد قُدرت بنسبة 32.5% في حين الذين أجابوا ب"لا" جاءت أعلى نسبة لكلية الاقتصاد ب67.5% أمّا عن كلية الآداب و اللغات الأجنبية فسجّلنا فيها أقل نسبة ب42.5% .

مناقشة نتائج التساؤل الثالث:

من خلال استعراضنا للجداول المتعلقة بالتساؤل الرئيسي الثالث حول الاشباع التي يحققها استخدام تقنية الفاير لى لدى طلبة القطب الثاني لجامعة قاصدي مباح ورقلة ، توصلنا إلى ما يلي:

يتبين لنا أنّ الاشباع التي يُحَقِّقها استخدام تقنية الفاير بالنسبة للترفيه عن النفس سجّلت أعلى نسبة عند الإناث و ذلك لأنّ الإناث يسعون دائماً للبحث عن أشياء تُرفِّه عنه ن و تربطهنّ بصديقاتهنّ و هو ما يوفِّره الفاير من خلال الخدمات التي يقدِّمها داخل برنامجه على عكس الذكور الذين كانت اشباعاتهم المحققة هي معرفة مستجدات الأصدقاء و أنّ الباحثين م من يتراوح سنّهم بين 21-23 هم أكثر توجهها لهذا السبب في حين فئة من 18-20 اختاروا الترفيه عن النفس و يعود ذلك إلى واقعهم المعيش الذي يخليه غالباً من المسؤولية في هذه المرحلة من العمر أمّا عن فئة من 28 سنة فما فوق فتساوت النسبة في اختيار معرفة مستجدات الأصدقاء و الأغراض العلمية و يمكن إرجاع ذلك لأنّ الطالب في هذه المرحلة يكون بصدد انجاز رسالة دكتوراة مما يستدعي الاستفادة من هذا التطبيق في التواصل مع الأساتذة و الدكاترة خاصة المتواجدين خارج الوطن للاستفادة منهم، أمّا بخصوص الكليات فقد تقاربت اشباعاتها المحققة بين الترفيه عن النفس و معرفة مستجدات الأصدقاء ويمكن إرجاع ذلك إلى تداخل هذه الاشباع مع بعضها.

وفيما يخصّ ما توفِّره تقنية الفاير لأفراد العينة من وقت وجهد ومال و حسب متغيّر الجنس نستنتج أنّ النسبة كانت إلى حدّ ما متقاربة في اختيار المال و الوقت و يمكن إرجاع السبب إلى أنّه من مميزات التطبيقات التكنولوجية أنّها لا تخلو من هاتين الميزتين كما تعدّ من إفرزات هذه التكنولوجيا التي أتاحت لمستخدميها انخفاضاً في تكلفة المال وتقليص في الوقت و الجهد لقضاء أكثر من مصلحة في ظرف وجيز، أمّا عن متغيّر السن فنجد أنّ اختيار المال احتل الصدارة في جميع الفئات العمرية و

هذا يعود لأحد دوافع المبحوثين في استخدام هذه التقنية من خلال مجانية الاتصال، وأما من جانب الكلية فنجد أنّ في كليتي الاقتصاد و العلوم الإنسانية واجتماعية كانوا أكثر من اختاروا توفير المال و هذا حسب اعتقادهم أنّه أكثر شيء توفّره هذه الوسيلة.

نقول من خلال النتائج المتحصّل عليها أنّ أكثر ما يحققه استخدام تقنية الفاير لأفراد العينة في عملية التفاعل هو التفاعل مع الأصدقاء و هذا راجع إلى أنّ الشباب هم أكثر احتكاكا بأصدقائهم وخاصة في هذه المرحلة العمرية باعتبارهم ان مصالح و أهداف مشتركة تجمعهم و خاصة في الحرم الجامعي بحيث كان التفاعل مع الأصدقاء بفارق كبير بالمقارنة مع البدائل الأخرى، أما عن أكثر فئة عمرية كانت لفئتي 21-23 و 24-27 و هذا يقودنا إلى القول بأنّ هذه الفئة في هذه المرحلة تسعى دائما إلى توسيع علاقاته الاجتماعية مع الأصدقاء، أما عن متغير الكلية فنجد أنّ هناك تقارباً في النسب للكليات الأربع لاختيارهم التفاعل مع الأصدقاء.

أما بالنسبة لمساهمة استخدام تقنية الفاير في تحسين اللغات الأجنبية أم "لا" و من خلال التحليل الكمي المتحصّل عليه أعلاه نستنتج أنّ أغلب المبحوثين قد استفادوا من الفاير في تحسين اللغات الأجنبية فبفضل هذه التقنية أصبح بإمكانهم التوسيع في ثقافتهم و توجهاتهم العلمية و الاجتماعية مع أشخاص سواء يعرفونهم أم لا و تحقيق المستوى الذين يرغبون فيه و هذا بسبب توفر المكالمات المجانية، و أما من جانب السن فكانت من تتراوح أعمارهم من 21 إلى 28 سنة فأكثر ، أغلبهم كانت قد ساهمت تقنية الفاير في تحسين لغتهم الأجنبية لأنّه في هذا السن يحسّ الفرد برغبته في توسيع وتحسين دائرة معارفه ، أما عن الذين أجابوا بـ "لا" فهم يعتقدون أنّ هذه التقنية لم تستطع مساعدتهم في تحسين اللغات الأجنبية لديهم، أما داخل متغير السن فقد تقاربت إجابات في تي من 18 الى 20 سنة و 28 سنة فما فوق فهؤلاء يُعتبوت ان الفاير لم يساعدهم في تحسين اللغات عندهم.



أمّا عن مساهمة استخدام تقنية الفاير في تلبية الاحتياجات المعرفية في مجال الدراسة فاستنتجنا أنّ النسبة مرتفعة في إجابات "لا" هذا ما يُفسّر أنّ العينة المبحوثة لا يستغلّون هذه التقنية في المجال الدراسي فهم يستعملونه للترفيه عن النفس أو لمعرفة أخبار ومستجدّات أصدقائهم و هذا ما يؤكّده الجدول (17) السالف الذكر، عكس الذين أجابوا ب. "نعم" وهو نفس ما سجّلناه في متغيّر السن فكانت أعلى نسبة لفئة 21-23 والذي يمكن تفسيره بأن هذه الفئة لا تستغل هذه التقنية في تلبية حاجياتها المعرفية فهم يعتقدون أنه توجد طرق أخرى يمكن أن يستفيدوا منها في المجال الدراسي و نفس الشيء تمّ تسجيله في متغيّر الكلية فاستنتجنا أنّ إجابات أفراد العينة كانت متقاربة ويمكن إرجاع ذلك إلى السن المتقارب بينهم .

#### 4- عرض و تحليل و مناقشة التساؤل الرابع للدراسة

الجدول رقم ( 22 ) :يمثل رأي أفراد العينة حول إنشاء حساب على الفاير ي "viber" حسب متغير

الجنس ،السن و الكلية.

المجموع		صعب		سهل		الخيارات	
%	ك	%	ك	%	ك	المتغيرات	
40%	64	6.25%	04	93.7%	60	ذكر	الجنس
60%	96	3.13%	03	96.8%	93	أنثى	

%100	160	0.4	7	%95.6	153	المجموع	
%21.6	35	5.72%	02	94.2%	33	20-18	السن
%50.6	81	6.18%	05	%93.8	76	23-21	
%24.4	39	0%	0	100%	39	27-24	
%3.1	05	0%	0	100%	05	.... 28	
%100		%0.4	7	%95.6	153	المجموع	
%25	40	0%	0	100%	40	اداب واللغات	الكلية
%25	40	2.5%	01	97.5%	39	اقتصاد	
%25	40	2.5%	01	97.5%	39	حقوق وع سياسية	
%25	40	12.5%	05	87.5%	35	ع إنسانية وع اجتماعية	
%100	160	%0.4	7	%95.6	153	المجموع	

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم ( 22 ) هو تمثيل لرأي أفراد العينة حول إنشاء حساب على الفايبير "viber" حسب متغير الجنس ،السن و الكلية: فحسب متغير الجنس فأعلى نسبة للذين أجابوا ب "سهل" كانت من نصيب الإناث حيث قُدّرت ب 96.8 % أما الذين أجابوا بصعب فقدّرت نسبة الذكور ب6.25% ،أمّا عن السن فقد احتلّت فئة 27-24 سنة و فئة 28 سنة فما فوق حصة الأسد للذين أجابوا ب"سهل" حيث قُدّرت النسبة ب 100% لكل فئة أما الذين أجابوا بصعب فراحت أعلى نسبة لفئة 23-21 سنة حيث قُدّرت ب 6.18% ، وحسب متغير الكلية ففي كلية الآداب و اللغات الأجنبيةة كل مفردات الدراسة أجابوا بالسهل في حين تساوت النسب في كليتي الاقتصاد و الحقوق والعلوم السياسية حيث قُدّرت ب 97.5% لكل كلية لتحل كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية المرتبة الأولى في الذين أجابوا بصعب بنسبة 12.5%.

الجدول رقم (23) :يمثل استخدام أفراد العينة أسمائهم الحقيقية في حساباتهم على الفايبير "viber"

حسب متغير الجنس ، السن و الكلية.

المجموع		لا		نعم		الخيارات المتغيرات	
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
%40	64	18.7%	12	%81.2	52	ذكر	الجنس
%60	96	48.9%	47	51.04%	79	أنثى	
%100	160	%36.8	59	%81.8	131	المجموع	
%21.6	35	28.5%	10	71.4%	25	20-18	السن
%50.6	81	40.7%	33	59.2%	48	23-21	
%24.4	39	38.4%	15	61.5%	24	27-24	
%3.1	05	20%	01	80%	04	.... 28	
%100	160	36.8	59	%81.8	131	المجموع	
%25	40	32.5%	13	67.5%	27	آداب واللغات الأجنبية	الكلية
%25	40	27.5%	11	72.5%	29	الاقتصاد والعلوم التجارية	
%25	40	42.5%	17	57.5%	23	حقوق والعلوم سياسية	
%25	40	45%	18	55%	22	العلوم الإنسانية والاجتماعية	
%100	160	%36.8	59	%81.8	131	المجموع	

ما نلاحظه من خلال رقم ( 23 ) هو تمثيل لاستخدام أفراد العينة لأسمائهم الحقيقية في حساباتهم على الفايبير "viber" حسب متغير الجنس ، السن و الكلية : ففي الجنس أعلى نسبة كانت للذكور الذين أجابوا بنعم ب 81.2% في حين نسبة الإناث قُدرت ب 51.04% أمّا الذين أجابوا ب "لا" فأعلى نسبة كانت للإناث ب48.9%، أمّا السن فلعلى نسبة كانت لفئة 28 سنة فما فوق ب80% في حين تقاربت نسبة فئتي 23-21 سنة و 27-24 سنة ب59.2% و 61.5% على التوالي، أمّا الذين أجابوا ب "لا" نسبة راحت لفئة 23-21 سنة ب 40.7%، وعن متغير الكلية فأغلب أفراد كليتي الآداب و اللغات الأجنبية و الاقتصاد يستعملون أسماءهم الحقيقية بنسبة 63.12% و 67.5% على التوالي، لتحتل كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية المرتبة الأخيرة بنسبة 55%.

الجدول رقم (24) :يمثل اطلاع عينة الدراسة على شروط إنشاء حساب على الفايبير " viber" حسب

متغير الجنس و السن و الكلية.

المجموع		لا		نعم		الخيارات المتغيرات	
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		

الجنس	ذكر	30	46.8%	34	53.1%	64	40%
	أنثى	52	54.16%	44	45.8%	96	60%
	المجموع	82	52.2%	78	48.7%	160	100%
السن	20-18	16	45.7%	19	54.2%	35	21.6%
	23-21	38	46.9%	43	53.08%	81	50.6%
	27-24	24	61.5%	15	38.4%	39	24.4%
	.... 28	02	40%	03	60%	05	3.1%
	المجموع	82	52.2%	78	48.7%	160	100%
الكلية	الآداب واللغات الأجنبية	20	50%	20	50%	40	100%
	الاقتصاد والعلوم التجارية	20	50%	20	50%	40	100%
	الحقوق وع سياسية	20	50%	20	50%	40	100%
	العلوم الإنسانية و الاجتماعية	22	55%	18	45%	40	100%
	المجموع	82	52.2%	78	48.7%	160	100%

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم (24) هو تمثلي لإطلاع أفراد العينة على شروط إنشاء حساب على الفايبير "viber" حسب متغير الجنس، السن و الكلية: ففي الجنس أعلى نسبة كانت للإناث اللواتي أجبن ب"نعم" بنسبة 54.16% أما الذكور فكانت نسبتهم 46.8% أما الذين أجابوا ب"لا" كانت أعلى نسبة من نصيب الذكور ب 53.12% أما الإناث فكانت نسبتهم 45.8%، أما السن فأعلى نسبة في الذين أجابوا بنعم كانت لفئة 27-24 سنة حيث قدرت ب 61.5% لتتقارب النسب في باقي الفئات العمرية الأخرى، أما من أجابوا ب"لا" فأعلى نسبة كانت لفئة 28 سنة فما فوق لتليها فئة من 18-20 سنة بنسبة 54.2%، وعن متغير الكلية فقد سجلنا تساوي النسب في كلا الاختيارين في جميع الكليات بنسبة 50% لكل كلية عدا كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية الذي ارتفع فيها من أجابوا ب نعم بنسبة 55% .

الجدول رقم (25): يمثّل طبيعة اللغة التي يستعملها أفراد العينة في عملية الاتصال عن طريق

تقنية الفايبير حسب متغير الجنس، السن والكلية.

الخيارات المتغيرات		عربية		فرنسية		انجليزية		امازيغية		أخرى		المجموع	
تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%

الجنس	ذكر	46.8%	20	31.2%	12	18.7%	01	1.56%	01	1.56%	64	40%
	أنثى	47.9%	38	39.5%	12	12.5%	0	0%	0	0%	96	60%
	المجموع	47.5%	58	36.2%	24	15%	1	0.62%	1	0.62%	160	100%
السن	20-18	34.2%	12	42.8%	08	22.8%	0	0%	0	0%	35	21.6%
	23-21	55.55%	45	28.3%	12	14.8%	01	1.23%	0	1.23%	81	50.6%
	27-24	43.5%	17	43.5%	04	10.2%	0	0%	0	0%	39	24.5%
	.... 28	40%	02	60%	0	0%	0	0%	0	0%	05	3.1%
	المجموع	47.5%	76	36.2%	24	15%	1	0.62%	1	0.62%	160	100%
الكلية	آداب واللغات الأجنبية	15%	06	57.5%	09	22.5%	01	2.5%	01	2.5%	40	25%
	اقتصاد	60%	24	32.2%	03	7.5%	0	0%	0	0%	40	25%
	الحقوق والعلوم السياسية	45%	18	42.5%	05	12.5%	0	0%	0	0%	40	25%
	العلوم الإنسانية الاجتماعية	70%	28	12.5%	07	17.5%	0	0%	0	0%	40	25%
	المجموع	47.5%	76	36.2%	24	15%	1	0.62%	1	0.62%	160	100%

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم (25) هو تمثيل لطبيعة اللغة التي تستعملها عينة الدراسة في

عملية الاتصال عن طريق تقنية الفايبر حسب متغير الجنس ، السن و الكلية : ففي الجنس أعلى نسبة كانت للإناث في اختيارهم اللغة العربية بنسبة 47.9% تليها اللغة الفرنسية بنسبة 39.5% أما عن الذكور فكانت نسبة اختيار اللغة العربية ب46.8% لتتساوى نسبة الأمازيغية و اختيار لغة أخرى بنسبة 1.56 لكلٍ بديلي، وعن السن ففي اختيار اللغة العربية أعلى نسبة كانت لفئة 21-23 سنة بنسبة 55.55% أما عن الفرنسية فكانت أعلى نسبة لفئة من 28 سنة فما فوق بنسبة 60% و في اختيار الإنجليزية أعلى نسبة كانت من نصيب فئة 18-20 سنة ب 22.8% ، أم متغير الكلية فنجد أن في كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية أعلى نسبة كانت في اختيار اللغة العربية حيث قدّرت ب 70% لتحل كلية الاقتصاد المرتبة الثانية بنسبة 60% أما في كلية الآداب و اللغات الأجنبية كانت أعلى نسبة في اختيار اللغة الفرنسية و اللغة الانجليزية حيث قدّرت ب57.5% و 22.5% على التوالي.

الجدول رقم ( 26 ) : يمثل لغة واجهة الحساب على الفايبير "Viber" حسب متغير الجنس السن والكلية.

المجموع		أخرى		انجليزية		فرنسية		عربية		الخيارات	
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	المتغيرات	
%40	64	3.12%	02	15.6%	10	60.9%	39	20.3%	13	ذكر	الجنس
%60	96	1.04%	01	16.6%	16	59.3%	57	22.9%	22	أنثى	
%100	160	%1.87	3	%16.2	26	%60	96	%21.8	35	المجموع	
%21.6	35	0%	0	25.7%	09	48.5%	17	%25.7	09	20-18	السن
%50.6	81	2.4%	02	18.5%	15	60.4%	49	%18.5	15	23-21	
%24.4	39	2.5%	01	5.12%	02	69.2%	27	%23.07	09	27-24	
%3.1	05	0%	0	0%	0	60%	03	%40	02	28 فما فوق	
%100		1.87%	3	%16.2	26	%60	96	%21.8	35	المجموع	
%25	40	0%	0	27.5%	11	60%	24	12.5%	05	الآداب واللغات الأجنبية	الكلية
%25	40	2.5%	01	2.5%	01	75%	30	20%	08	الحقوق والعلوم السياسية	
%25	40	05%	02	25%	10	50%	20	20%	08	اللغوم الإنسانية والاجتماعية	
100	160	%1.87	3	%16.2	26	%60	96	%21.8	35	المجموع	

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم (26) هو تمثيل اللغة واجهة الحساب على الفايبير حسب متغير الجنس، السن و الكلية: ففي الجنس أعلى نسبة من جنس الذكور اختاروا الفرنسية بنسبة 60.9% نفس البديل تم اختياره من قبل الإناث بنسبة 59.3%، لتتقارب النسب في باقي الاختيارات، وعن السن ففي اختيار اللغة العربية سجلنا أعلى نسبة في فئة 28 سنة فما فوق ب. 40% لتحتل فئة 24-27 سنة الصدارة في اختيار الفرنسية بنسبة 69.2% أما عن فئة 18-20 سنة فتساوت نسبة اختياري العربية و

الانجليزية بـ 25.7% لكل لغة ،أمّا عن متغير الكلية: فنجد أنّ اللغة الفرنسية تحتل الصدارة في جميع الكليات الأربع بنسب مختلفة لكل كلية ، لتساوى النسب في كليتي الاقتصاد و العلوم الإنسانية و الاجتماعية في اختيار اللغة العربية بنسبة 20% لكل كلية،أمّا عن اللغة الانجليزية فاحتلت الصدارة في كلية الآداب و اللغات الأجنبية بنسبة 27.5% .

الجدول رقم ( 27 ) : مميزات تقنية الفايبر "viber" مقارنة بتقنيات التواصل الأخرى حسب متغيرات

الجنس السن والكلية.

المجموع	إمكانية ربط الحساب على تقنيات التواصل الأخرى		واجهة التطبيق		الأداء البسيط والسهل		سهولة التطبيق		إجراء مكالمات مجانية		سرعة التواصل		الخيارات المتغيرات		
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	ذكر	الجن	
	40%	64	9.3%	06	1.5%	01	9.3%	06	10.9%	07	35.9%	23	32.8%	21	الجن
	60%	96	13.5%	13	2.08%	02	22.9%	22	10.4%	10	37.5%	36	23.9%	23	س

%100	160	11.8	19	%1.87	03	%17.5	28	%10.6	17	%59.3	95	%27.5	44	المجموع	
%21.6	35	8.5%	03	0%	0	20%	07	8.5%	03	40%	14	22.8%	08	20-18	السن
%50.6	81	12.3%	10	2.4%	02	17.2%	14	9.8%	08	38.2%	31	19.7%	16	23-21	
%24.4	39	15.3%	06	2.5%	01	7.6%	03	12.8%	05	35.8%	14	25.6%	10	27-24	
%3.1	05	0%	0	0%	0	80%	04	20%	01	0%	0	0%	0	..... 28	
%100	160		19		03		28		17		95		44	المجموع	
%25	40	17.5%	07	0%	0	15%	06	10%	04	40%	16	17.5%	07	الآداب واللغات الأجنبية	الكلية
%25	40	12.5%	05	0%	0	17.5%	07	05%	02	47.5%	19	17.5%	07	الاقتصاد والعلوم التجارية	
%25	40	2.5%	01	0%	0	20%	08	20%	08	35%	14	22.5%	09	الحقوق والعلوم السياسية	
%25	40	15%	06	7.5%	03	17.5%	07	7.5%	03	25%	10	27.5%	11	العلوم الإنسانية الاجتماعية	
%100	160	%11.8	19	%1.87	03	%17.5	28	%10.6	17	%59.3	95	%27.5	44	المجموع	

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم (27) هو تمثيل لمميزات تقنية الفايبر "viber" مقارنة

بتقنيات التواصل الأخرى حسب متغير الجنس، السن والكلية: ففي الجنس أعلى نسبة من جنس الذكور يعتبرون أن أبرز ميزة في الفايبر هي إجراء مكالمات مجانية حيث قُدرت بنسبة 35.9% نفس الميزة اختارتها الإناث بنسبة 37.5% تليها ميزة سرعة التواصل و من كلا الجنسين ،أما عن السن فنجد أن اختيار ميزة إجراء مكالمات مجانية احتلت الصدارة في جميع الفئات العمرية لتأتي بعدها ميزة سرعة التواصل كذلك مع جميع الفئات العمرية عدا فئة من 28 سنة فما فوق التي انعدمت فيها النسبة لتحلّ باقي الميزات نسب مختلفة ،أما عن متغير الكلية فنجد أن ميزة إجراء المكالمات المجانية تتصدر الاختيارات في جميع الكليات لتتعدم ميزة واجهة التطبيق في الكليات الثالث عدا كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية التي كانت نسبته ب7.5%.

الجدول رقم (28) : يمثل البديل المفضل في حالة عدم استخدام تقنية الفايبر "viber" حسب متغيرات

الجنس السن والكلية.



المجموع		أخرى		الهاتف		السكايب		الفيسبوك		الخيارات المتغيرات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%40	64	18.7%	12	9.3%	06	12.5%	08	%59.3	38	ذكر
%60	96	6.2%	06	15.6%	15	12.5%	12	65.6%	63	أنثى
%100	160	%11.2	18	%13.1	21	%12.5	20	%63.1	101	المجموع
%21.6	35	0%	0	%11.4	04	11.4%	04	77.1%	27	20-18
%50.6	81	17.2%	14	14.8%	12	12.3%	10	55.5%	45	23-21
%24.4	39	10.2%	04	12.8%	05	15.3%	06	61.5%	24	27-24
%3.1	05	0%	0	0%	0	0%	0	100%	05	.... 28
%100	160	%11.2	18	%13.1	21	%12.5	20	%63.1	101	المجموع
%25	40	0%	0	22.5%	09	17.5%	07	60%	24	الآداب واللغات والأجنبية
%25	40	12.5%	05	10%	04	05%	02	72.5%	29	الاقتصاد العلوم التجارية
%25	40	20%	08	15%	06	7.5%	03	57.5%	23	الحقوق والعلوم السياسية
%25	40	12.5%	05	10%	04	15%	06	62.5%	25	العلوم الإنسانية و الاجتماعية
%100	160	%11.2	18	%13.1	21	%12.5	20	%63.1	101	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم ( 28 ) الذي يمثل البديل المفضل في حالة عدم استخدام تقنية

الفايبر حسب متغير الجنس، السن و الكلية : ففي الجنس فالذين اختاروا البديل الفيسبوك من جنس

الإناث كانت نسبتهم 65.6% أما الذكور فقدّرت نسبتهم بـ 59.3% لتتساوى النسبة في اختيار السكايب

من كلا الجنسين بنسبة 12.5% لكل جنس بينما نسبة 18.7% من جنس الذكور من تعدّت إجاباتهم

إلى اختيار بدائل أخرى، أمّا عن السن أعلى نسبة لاختيار الفيسبوك كانت لفئة 20-18 سنة بنسبة

77.1% لتحتلّ فئة 27-24 سنة الصدارة في اختيار السكايب بنسبة 15.3% أمّا عن الهاتف فأعلى

نسبة كانت لصالح فئة 23-21 سنة بنسبة 14.8%، أمّا عن متغير الكلية فاحتلّ الفيسبوك الصدارة

في كلية الاقتصاد بنسبة 72.5% في حين احتلّ السكايب الصدارة في كلية الآداب و اللغات الأجنبية

بنسبة 17.5% ليعادل اختيار الهاتف في كليتي الاقتصاد و العلوم الإنسانية و الاجتماعية و تتعدى إجابات أفراد كلية الحقوق و العلوم السياسية الى اختيار بدائل أخرى بنسبة 20% .

### مناقشة نتائج التساؤل الرابع:

من خلال استعراضنا للجداول المتعلقة بالتساؤل الرابع حول مميزات تقنية الفايبر مقارنة

بتقنيات التواصل الأخرى تم التوصل إلى أن :

إنشاء حساب على الفايبر و حسب مفردات العينة "يُعدّ بالأمر السهل" كانت نسبته أكبر ،فأكثر

من نصف أفراد العينة يعتبرونه بالأمر السهل باعتباره لا يستلزم خطوات كثيرة عند إنشائه كالبريد

الالكتروني والفيسبوك وغيره ا من شبكات التواصل الاجتماعي أو بي انات شخصية فهو يقتصر على

وجوب وضع رقم الهاتف كما يتيح لمستخدميه حرية وضع الاسم سواء الحقيقي أو المستعار من عدمه

،و من جانب آخر و حسب متغير السن فإننا نجد فئتي 21-23 و 24-27 هم أكثر من يعتبرونه

بالأمر السهل و كما تم ذكره سابقا عن السبب الذي يجعله بالأمر السهل مما يساعدهم بمشاركة فورية

و غير معقدة في هذه الشبكة ،أما بخصوص متغير الكلية فلا نلاحظ أي فروق كبيرة بين الكليات

الأربع.

أما عن التسجيل في الفايبر بالاسم الحقيقي فنستنتج أنّ نسبة الذكور كانت أكبر هذا ما جعلنا نقول

أنّ الذكور يتمنّون بحرية أكبر و خاصة في مجتمعاتنا الشرقية بحيث يقدمون بياناتهم الشخصية

الصحيحة و من جهة السن فإنّ من أجابوا ب "نعم" كانوا من فئة الشباب و هذا راجع إلى ثقهم النفسية

و كذا الرغبة في تكوين علاقات اجتماعية صحيحة مبنية على الحقيقة ، أما بخصوص متغير الكلية

فكانت أغلب الإجابات متقاربة في كل الكليات بحيث يعتبرون التسجيل بأسمائهم الحقيقية شيئا عاديا و

لا يشكّل لديهم خطورة أو عائقاً من جانب آخر من أجابوا ب "لا" هم من الإناث بنسبة الكمو و هذا راجع

إلى رغبتهم في إخفاء هوياتهم الحقيقية مما يسمح له ن حسب اعتقادهم بمشاركة غير مقيدة و كسب مساحة أوسع من الحرية التي تمكنهم من قول كل ما يردنه بدون خوف أو خجل و التعبير عن آرائهم بلا قيود، أما في متغير السن فإن نسبة معتبرة لا تبالي بوضع أسمائه الحقيقية داخل الشبكات الاجتماعية.

أما عن الإطلاع على شروط إنشاء حساب على الفاير فاستنتجنا أنه يوجد تقارب في إجابات أفراد العينة ب"نعم" و "لا" عن الاطلاع بفارق بسيط لصالح من اطلعوا كما أننا لاحظنا أن نسبة الذكور كانت أقل من الإناث و ذلك باعتبار أن الذكور لا يلقون اهتماماً لهذه الشروط على عكس الإناث اللواتي يظن أكثر حذراً و حرصاً على معرفة الشروط ما ان كانت تتناسب مع مبادئهم و معتقداتهم كما يمكننا تفسير أقلية الذكور في الاطلاع على الشروط بأن دافعهم يكون الفضول في تجريب هذه التقنية أو اعتباره شيئاً روتينياً بسبب احتكاكهم المكثف بشبكات التواصل الاجتماعي الأخرى ، و من جانب آخر وحسب السن فإن كل الفئات العمرية كانت على إطلاع و هذا يجعلنا نقول أن أفراد العينة على وعي وانهم حذرون في التسجيل في هذه الشبكات في حين تساوت النسب في الكليات الثلاثة عدا كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية.

أما بخصوص لغة واجهة الحساب فتوصلنا إلى أن اللغة الفرنسية هي أكثر اللغات استخداماً من قبل المبحوثين و من كلا الجنسين و ذلك بنسب متقاربة و يمكن إرجاع هذا السبب إلى أن المجتمع الجزائري يميل إلى اللغة الفرنسية بسبب الإستعمار و كذا الشعور بأن استعمال لغة أجنبية يدل على تحضر الشخص و أن الاستخدام الواسع لها من قبل المبحوثين جعلهم يستطيعون التحكم في هذه اللغة لتليها اللغة العربية و تُفسر ذلك بأن الطلبة يستعملونها لأنها اللغة الأم و المتعامل بها في حياتهم اليومية، لتحل اللغة الانجليزية في المرتبة الثالثة بفارق ليس كبير عن سابقتها، كما هو الحال على مستوى كافة الفئات العمرية لأفراد العينة التي ركزت إجاباتهم على اختيار اللغة الفرنسية.

نستنتج من خلال الجدول الذي يوضح مميزات الفايبر مقارنة بتقنيات التواصل الأخرى و حسب أفراد العينة فإنّ أبرز ميزة كانت إجراء مكالمات مجانية فبفضل هذه الميزة أتاح الفايبر لمستخدميه الاتصال مع أي شخص و في أي مكان في العالم مجاناً و بدون شحن الرصيد الهاتفي شريطة توفر الانترنت بالإضافة إلى " سرعة التواصل " جاءت كميزة ثانية نظراً للتنافس الشديد مع وسائل الاتصال الجديدة الأخرى من جانب آخر من أجابوا بسهولة التطبيق و الأداء البسيط و السهل كانت النسب متقاربة و هذا ما يقودنا إلى القول بأنه باستطاعة جميع المستويات الاجتماعية و جميع الفئات العمرية أن تستعمل الفايبر في حياته اليومية و بدون أي صعوبات أمّا عن إمكانية ربط الحساب مع تقنيات التواصل الأخرى فكانت الإجابات قليلة نوعاً ما حيث جاءت في المرتبة الخامسة.

ليتم التوصل أنّ البديل المفضّل بالنسبة لأفراد العينة في حالة عدم استخدام تقنية الفايبر هو الفيسبوك و الذي استحوذ على أكثر من نصف العينة نظراً للخدمات الكبيرة و المتعدّدة التي يقدّمها هذا الموقع بالنسبة للمستخدمين الذين يملكون حساباً عليه و هذا ما تؤكده الدراسة السابقة حول " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الجامعي الأردني " بأنّ الفيسبوك تنبؤاً المرتبة الأولى في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة مقارنة مع الشبكات الأخرى و بدرجة أقل يأتي السكايب بعده بفارق كبير بالرغم من أنّ هذا الأخير يعتبر منافس الفايبر في حين حلّ الهاتف في المرتبة الثالثة باعتبار الهاتف بدون هاته التطبيقات التكنولوجية الحديثة يبقى دوره يقتصر على عملية الاتصال الصوتي في حين تعدّت إجابات المبحوثين إلى اختيار بدائل أخرى كالأنستغرام و ايمو و الواتس آب و غيرها من وسائل الاتصال الجديدة في واقعنا المعيش التي هي في تنافس و تزايد كبير .

### النتائج الجزئية :

بعد إجراء الدراسة الميدانية حول واقع استخدام طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة لتقنية الفايبر

"viber" تم التوصل الى النتائج التالية :

- ✓ أن معظم المستخدمين لتقنية الفايبر " viber " هم من صنف الإناث ومن فئة عمرية تتراوح من 21 إلى 23 سنة وهذا راجع لطبيعة المجتمع البحث الذين يتكون من نسبة الإناث أكثر من الذكور حسب الإحصائيات التي قدمت من طرف كليات الجامعة وأن المتوسط الحسابي للطالب الجامعي يكون في هذا السن .
- ✓ تم التعرف على تقنية الفايبر " viber " من قبل الطلبة عن طريق الانترنت و يعود احتلال الانترنت الصدارة إلى انتشارها الواسع حاليا مقارنة بالسنوات الفارطة ،لتصبح فضاء يجمع أكثر من وسيلة واحدة بفضل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وتجعل الطالب الجامعي في نظرنا **يساوي** الانترنت .
- ✓ كشفت الدراسة أن معظم الطلبة يستخدمون تقنية الفايبر بواسطة الهواتف الذكية وذلك بسبب ان هذه الهواتف فرضت نفسها في ظل التطورات المعاصرة كأحد أهم هذه الوسائل التكنولوجية الجديدة لما تحمله من خصائص تفاعلية بين المرسل والمستقبل وقدرتها على النقل السريع واستخدامها لأشكال متعددة من الاتصال كالصوت والصورة والفيديو متجاوزا الخدمات التقليدية للهاتف النقال .
- ✓ وكشفت الدراسة كذلك أن سبب استخدام أفراد العينة لتقنية الفايبر " viber " بمعدل بعض الأيام في الشهر يعود إلى إلى حداثة التقنية أو أنها لا تحضى بإمكانية جذب مستخدميها .
- ✓ كما كشفت الدراسة أن أغلب الطلبة يفضلون استخدام تقنية الفايبر " viber " في فترات غير محددة ويعود ذلك لسهولة أدائها وبساطة استخدامها والذين يستخدمونها في الفترة الليلية يمكن

أن يكون السبب هو ظروف الطالب الجامعي بانغماسه طول النهار في جو الدراسة وضغوطاتها .

- ✓ وتوصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة يرون بأن تقنية الفايبر أداة اتصالية ساعدتهم في التقليل من مصارف شحن رصيد هواتفهم النقال.
- ✓ أظهرت الدراسة أن الفايبر وسيلة اتصالية لا تقتصر على الاتصالات الداخليّة فقط فهي تتيح المجال إلى التواصل مع الأهل والأقارب المتواجدين خارج الوطن بحرية بدون ضغوطات أو التزامات تفرضها التقنية على مستخدميها.
- ✓ أن تقنية الفايبر "viber" تحتوي على خدمات متعددة كباقي المواقع الاجتماعية لكن ما يفضله أفراد العينة هو خدمة المكالمات الصوتية على الخدمات الأخرى كتبادل الصور والفيديوهات والألعاب والدرشة برغم من أن الأجيال المعاصرة والقادمة من الطلبة يميلون إلى ما هو حيوي وتفاعلي في تبادل الأفكار والآراء والسبب هو أن تبادل الفيديوهات يتطلب وقتاً في تنزيلها وتحميلها، أو للانتشار الكبير لمثل هذه التقنيات التي يمكن أن تعوض اوتنافس الفايبر.
- ✓ كشفت الدراسة أن معظم أفراد العينة غير مشاركين في مجموعات على الفايبر ويعود ذلك لانتشارها المحدود وأن هذه الخدمة لا تحظى بالحيوية، التفاعلية والنشاط مقارنة بالتطبيقات الأخرى مثل الفيسبوك.
- ✓ وتوصلت الدراسة إلى أن عدد أصدقاء أفراد العينة لا يتجاوز 10 أصدقاء في الغالب وذلك بسبب البيئة التي يعيش فيها الطالب من حيث امتلاك تقنية الفايبر "viber" أو الفترة التي تم فيها التعرف على التقنية واستخدامها **لأنه** كلما كانت الفترة طويلة زاد عدد الأصدقاء .
- ✓ كما توصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة من كلا الجنسين من مختلف التخصصات يستخدمون تقنية الفايبر "viber" بدافع التواصل مع الأصدقاء، أما من حيث السن فهناك اختلاف في دافع

الاستخدام ففي كل مرحلة متقدمة من عمر يخلف الدافع من التسلية والترفيه نحو دافع التواصل مع الأساتذة .

- ✓ وأن أكثر الأسباب التي دفعت بأفراد العينة إلى استخدام تقنية الفايبر في عملية التواصل هو إجراء المكالمات المجانية وتعدد أشكال الاتصال من فيديو ،صورة ،صوت والسبب هو طبيعة التنافس القائم بين بعض شركات الاتصال لاستقطاب أكبر عدد ممكن من شرائح المجتمع من خلال جودة المنتج وكلفة استخدامه.
- ✓ أن دافع استخدام أفراد العينة لتقنية الفايبر "viber" للتسلية هو قراءة ما ينشره الأصدقاء فقط.
- ✓ وفيما يتعلق بطبيعة الأسباب التي دفعت أفراد العينة إلى استخدام تقنية الفايبر "viber" فتوصلت الدراسة إلى أنها تباينت بنسب قليلة من دوافع ذات طبيعة اجتماعية ،نفسية وعلمية .
- فالاجتماعي تعود إلى نتائج انتشار مواقع التواصل الاجتماعي وخلقها انماط تواصل اجتماعي جديدة ،أما النفسية فتعود للمرحلة التي يعيشها الطالب الجامعي من فراغ احيانا و فضول أو قلق وتوتر بسبب الدراسة ،وعن الدوافع العلمية فهي نتيجة لعصر المعلومات الذي بات يعتمد في التثقيف والتعلم على تكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة مواقع التواصل الاجتماعي .
- ✓ كما كشفت الدراسة أنّ أكثر الإشباعات و الرغبات التي تلبّيها تقنية الفايبر للطلبة هي معرفة مستجدات الأصدقاء تليها الترفيه عن النفس.
- ✓ تشير النتائج إلى أنّ نسبة عالية من المبحوثين وقرّ لهم استخدامهم لتقنية الفايبر المال و ذلك راجع إلى مجانية المكالمات لتليها توفير الوقت و الذي يعدّ الميزة الأساسية التي وقرّتها وسائل الاتصال الجديدة ليحتل توفير الجهد المرتبة الأخيرة.

- ✓ كما توصلت الدراسة إلى أنّ أغلب المبحوثين يتحقّق لديهم المستوى الذين يرغبون فيه عند تفاعلهم مع أصدقائهم باعتبار الشباب في هذه الفترة العمرية أكثر احتكاكا بأصدقائهم لتلبية التفاعل مع زملاء الدراسة ليحتل التفاعل مع الأهل و التفاعل مع الأساتذة نسباً متقاربة.
- ✓ يستدلّ من نتائج الدراسة على أنّ استخدام تقنية الفايرر ساهم في تحسين اللغات الأجنبية بالنسبة لأفراد العينة.
- ✓ كما أظهرت نتائج الدراسة أنّ تقنية الفايرر لم تساهم في تلبية الاحتياجات المعرفية في مجال الدراسة و هذا يدلّ على أنّ أفراد العينة يستعملونه لأغراض أخرى كالترفيه عن النفس ومعرفة مستجدات الأصدقاء.
- ✓ كما توصلت الدراسة إلى أنّ الأغلبية الساحقة تعتقد أنّ إنشاء حساب على الفايرر أمراً سهلاً لتقلّ نسبة من يزعمون أنه أمر الصعب.
- ✓ كما أظهرت نتائج الدراسة بأنّ أغلبية الطلبة المعنيين بالدراسة يستعملون أسماءهم الحقيقية لتكون نسبة الإناث الذين يسجّلون بأسماء مستعارة أكثر وذلك راجع إلى الخلفية الاجتماعية.
- ✓ تبيّن من نتائج الدراسة أنّ الإجابات كانت متقاربة حول الإطلاع على شروط إنشاء حساب على الفايرر بفارق بسيط لصالح من أجابوا ب نعم.
- ✓ كما أقرّ المبحوثون و بنسبة عالية بأنّ لغة واجهة الحساب على الفايرر كانت الفرنسية لتليها اللغة العربية تأتي بعدها اللغة الإنجليزية .
- ✓ بالعودة إلى الجداول فإنّ إجراء المكالمات المجانية و سرعة التواصل و سهولة التطبيق بالإضافة إلى الأداء البسيط و السهل أبرز ما يميّز تقنية الفايرر.
- ✓ كشفت الدراسة أيضاً أن البديل المفضّل في حالة عدم استخدام تقنية الفايرر هو الفيسبوك باعتباره يحتل الصدارة في أفضل مواقع التواصل الاجتماعي ليأتي بعدها الهاتف أمّا السكايب



فأحتل المرتبة الثالثة لتتعدى إجابات المبحوثين إلى اختيار الأنستغرام و التويتتر و الإيمو كبديل عن الفايبير .

✓ كشفت الدراسة أنه لا توجد اختلافات كبيرة في الإجابات عن أسئلة محاور الدراسة ما بين الجنسين او وفقا لمتغير السن والكليات المنتسب إليها وقد يكون السبب هو وجود أفراد العينة في حرم جامعي واحد والاحتكاك المتواصل ببعضهم البعض يومياً.

### النتائج العامة:

من خلال ما سبق و بعد تحليلنا لنسب الجداول و تقييمنا لها يمكن الإجابة عن تساؤلات لدراسة كما يلي :

#### 1. عادات و أنماط استخدام طلبة القطب الثاني لجامعة قاصدي مباح ورقلة لتقنية الفايبير

##### "viber"

أغلب إجابات المبحوثين ارتكزت على أنهم تعرّفوا على تقنية الفايبير " viber" عن طريق الإنترنت ويفضّلون استخدامها على الهواتف الذّكية بدل اللوحات الإلكترونيّة و الحواسيب الشخصية ،في أوقات غير محددة أي حسب الظروف أو المناسبات .للتواصل مع الأشخاص سواء من داخل الوطن أو خارجهه ، ليقدّر عددهم حسب إجابات المبحوثين أقل من عشرة أصدقاء مُكتفين بخدمة المكالمات الصوتية في الغالب نظراً لمجانية تكلفتها ، دون وجود إقبال أو اهتمام من قبل المبحوثين على المشاركة في مجموعات على الفايبير ، ويقدّر معدّل استخدامهم له ذه التقنية بمعدل بعض الأيام في الشهر بالنسبة لأغلب أفراد العينة.

#### 2. دوافع استخدام تقنية الفايبير"viber" لدى طلبة القطب الثاني وعلاقتها بمتغيرات الجنس والسن

##### والكلية التي ينتمي إليها

الدافع الاساسي من استخدام هذه التقنية هو التواصل مع الأصدقاء و ذلك لدى الجنسين معا  
 أما حسب متغير السن فاستنتجنا أنه كلما زاد سن الفرد كلما تغير الدافع من تسلية و تواصل مع  
 الأصدقاء إلى إلى تواصل مع الأساتذة ،أما عن أكثر الأسباب التي تدفع إلى استخدام التقنية في عملية  
 التواصل هي إجراء مكالمات مجانية ،كما تمّ استنتاج أن دافع استخدام الفايبر للتسلية هو قراءة ما  
 ينشره الأصدقاء لنصل أنّ الأسباب التي تدفع إلى استخدام هذه التقنية هي ذات طابع اجتماعي ليليه  
 الطابع النفسي ثم العلمي . وقد كان الاتجاه العام لاجابات المتحورين هو نفسه مهما كانت طبيعة  
 المتغيرات الديمغرافية ليتأكد في وجهات النظر بين أغلبية مفردات عينة الدراسة.

### 3. الإشباع المحققة من استخدام تقنية الفايبر "viber" لدى طلبة القطب الثاني وعلاقتها

#### بمتغير الجنس و السن والكلية التي ينتمي إليها

من بين الاشباع المحققة نتيجة لاستخدام هاته التقنية هو الترفيه عن النفس مما يدفع  
 مستخدم الفايبر لمعرفة مستجدات الأصدقاء أيضا بتوفير المال و الوقت ، وبالمقابل ساهمت هذه التقنية  
 و بشكل كبير من تحسين اللغات الأجنبية و ذلك من خلال التواصل بين مختلف مستعمليه في مختلف  
 أقطار العالم ، وفي الأخير يمكن القول أنّ تقنية الفايبر لم تساهم في تلبية الاحتياجات المعرفية في  
 مجال الدراسة.وقد كان التوجه العام لاجابات المبحورين هو نفسه مهما تغيرت المتغيرات الديمغرافية.

### 4. مكانة تقنية الفايبر "viber" لدى طلبة القطب الثاني مقارنة بتقنيات التواصل الأخرى وعلاقتها

#### بمتغير الجنس السن و الكلية التي ينتمي إليها

أنّ تقنية الفايبر "viber" أداة اتصالية تمتاز بسهولة إنشاء حساب عليها و إمكانية وضع الاسم  
 الحقيقي أو المستعار على الحساب ،حيث ارتكزت أغلب إجابات المبحورين من الذكور على الاسم  
 الحقيقي أما الإناث فأجبن بالاسم المستعار مع العلم أنه لا توجد فروقات كبيرة حسب متغير السن و

الكلية المنتسب إليها بالإضافة إلى أنّ تقنية الفايبر لها ميزة سرعة التواصل و الأداء البسيط و السهل و سهولة التطبيق و أنّ البديل المفضل لدى المبحوثين في حالة عدم استخدام تقنية الفايبر هو الفيسبوك. ومن هنا تظهر أن هناك تشابه كبير لدى مختلف مفردات العينة فيما يتعلق بنظرتهم لتقنية الفايبر "viber" مقارنة بالتقنيات الاتصال الأخرى مهما كان المتغير الديمغرافي، والفارق الوحيد يظهر في استخدام الاسم الحقيقي عند استخدام هذه التقنية، إذ أن الإناث اجبن بأنهن يفضلن اسما مستعاراً نظراً لخصوصية المجتمع الذي يفرض قيوده على الإناث دون الذكور في بعض المجالات.

خاتمة

### خاتمة :

إن استخدام التكنولوجيا للاتصال الجديدة وتطبيقاتها ، أصبح ضرورة فرضت نفسها في حياة الناس اليومية لتغير أشكال الاتصال والتفاعل من عالم حقيقي إلى عالم افتراضي .

ومن خلال هذه الدراسة تناولنا موضوع استخدام طلبة القطب الثاني لجامعة قاصدي مرباح ورقلة لتقنية الفايبر "viber" وهذا راجع إلى طبيعة المجتمع الطلابي واحتكاكه بكل ما هو تكنولوجي خاصة في وسائل الاتصال ،واخترنا الفايبر نظرا لحدائثة التقنية كونها أداة اتصالية تفاعلية لم تجرى عليها دراسات من قبل خاصة في المجتمع الجزائري على حد علمنا .

وللبحث في الموضوع تم الاعتماد على مراحل منهجية تبحث في عادات وأنماط استخدام الطالب لتقنية الفايبر ودافع استخدامها بالإضافة إلى ما تحققه إلى الطالب من إشباعات وفي الأخير أهم ما يميز تقنية الفايبر مقارنة بالتقنيات الأخرى ،ليوضح لنا أن لا يوجد اهتمام كبير من قبل الطلبة بتقنية الفايبر وهذا إلتمسناه من خلال معدل الاستخدام الذي كان بعض الأيام في الشهر لدى غالبية أفراد عينة الدراسة.

وان طبيعة دوافع ذلك الاستخدام أغلبها اجتماعية وذلك على أساس إجابات الطلبة للتواصل مع الأصدقاء والأهل بأقل تكلفة نظرا لمجانية الاتصال في حالة توفر المرسل والمستقبل على نفس التقنية. كما اتضح أن الإشباعات التي يحققها استخدام الفايبر للطلبة هي معرفة مستجدات الأصدقاء من خلال التواصل معهم أو قراءة ما ينشروه.

وفي نفس السياق كان أهم ما يميز الفايبر عن التقنيات الأخرى هو مجانية الاتصال وسهولة التطبيق وبقي الفيسبوك يحتل الصدارة في حالة عم استخدام الفايبر .

وهذه النتائج تؤكد أن هنالك نوعاً من الاندماج البطيء لهذه التقنية في حياة الطلبة محلّ الدراسة و إشباعها لبعض رغباتهم في ظل المنافسة الشديدة من بعض التقنيات و التطبيقات الأخرى مثل الفيسبوك الذي يأخذ حيزاً كبيراً من طرف الطلبة نظراً للتواجد الكثيف لأصدقاء وزملاء الدراسة على مستوى صفحات الموقع الأزرق، ولكن الفايبر بخصوصياته المتميزة يمكن أن يشهد انتشاراً أوسع في السنوات القادمة .

# قائمة المراجع والمصادر

قائمة المصادر والمراجع

معاجم و قواميس :

1. جرجس ميشال جرجس: معجم مصطلحات التربية والتعليم، دار النهضة العربية، ط1، لبنان، 2005.
2. عبد الفتاح عبد الكافي إسماعيل: معجم مصطلحات عصر العولمة، دار الثقافة للنشر، ط1، القاهرة، 2004.
3. عصام نور الدين: الوسيط، عربي-عربي، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005.
4. قندلجي عامر إبراهيم: المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والانترنت، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2010.  
الكتب باللغة العربية :
5. إحسان محمد الحسن: الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة للنشر والتوزيع، ط1، بيروت، 1982.
6. بن مرسللي احمد: مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، (د.ط)، الجزائر، (د.س).
7. حجاب محمد منير: نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، مصر، 2010.
8. خضر عبد الفتاح: أزمة البحث العلمي في الوطن العربي، السعودية، 1992.
9. دليوفضيل: الاتصال- مفاهيمه- نظرياته- وسائله، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة، 2003.
10. الدويدري رجاء وحيد: البحث العلمي أساسياته النظرية وممارساته العملية، دار الفكر، ط1، دمشق، 2002.
11. عبد الحميد محمد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ط1، القاهرة.

## قائمة المراجع والمصادر

12. عبد القادر، محمود رضوان: سبع محاضرات حول الأسس العلمية لكتابة البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون-الجزائر.
  13. عبيدات محمد وآخرون: منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر ط2، عمان-الأردن، 1999.
  14. الفاضي دلال ، البياتي محمود: منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2008.
  15. قنديلجي عامر: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان-الأردن، 2008.
  16. محي الدين مختار: الاتجاهات النظرية والتطبيقية في منهجية العلوم الاجتماعية، دار المنشورات الجامعية، ط1، باتنة-الجزائر، 1999.
  17. مكاوي حسن عماد: نظريات الإعلام، دار العربية للنشر و التوزيع، ط2، القاهرة، 2015.
  18. ميلفين دوفلر وساندرا بول روكيتش : نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، دار الدولية للنشر و التوزيع، القاهرة، 1993.
  19. هلال مزاهرة منال: نظريات الاتصال، دار الميسرة للنشر و التوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2012.
- الرسائل الجامعية و الأطروحات :
20. تحسين منصور رشيد: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني، ورقة مقدمة للمنتدى السنوي السادس الجمعية السعودية للإعلام و الاتصال "الإعلام الجديد"، تحيات النظرية و التطبيقية، جامعة الملك سعود-الرياض، 14-15 أبريل 2012.



21. بن يحيى حميدة: الهوية الافتراضية للطالب الجامعي على شبكة الانترنت -شبكات التواصل

الاجتماعي نموذجا، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر نوقشت بقسم علم الاجتماع، جامعة تلمسان أبي

بكر بلقايد 2012/2013.

22. تومي فضيلة: التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري البرامج الموضوعاتية نموذجا، مذكرة

ماجستير، الجزائر، 2007.

23. بن عائشة جمال الدين، عدة بوعزة، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التلفزيون الجزائري،

دراسة وصفية تحليلية بمحطة ورقلة الجهوية، مذكرة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال جامعة

ورقلة، 2015.

#### المجلات والدوريات:

24. دليو فضيل وآخرون: الجامعة تنظيمها وهيكلتها، مجلة الباحث الاجتماعي، جامعة قسنطينة، العدد

الأول، 1995.

25. طاهات زهير ياسين و آخرون، استخدام طلبة جامعة البترا للرسائل القصيرة sms، مجلة الباحث

الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العدد 32 كانون أول 2014 .

#### المواقع الالكترونية:

26. <https://ar.wikipedia.org/w/index.php?title=§oldid=17993113>. تاريخ

الاطلاع 2016/03/12 الساعة 18:14

الملاحق

## الملحق رقم (01)

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة

### استمارة استبيان

عزيزي(تي) الطالب(ة) في إطار إجراء دراسة حول واقع استخدام طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة لتقنية الفايبر "viber" ، يرجى منكم الإجابة على بنود هذا الاستبيان بوضع علامة (x) في إحدى الخانات المقابلة لكل عبارة من العبارات الواردة في الاستبيان أو الإجابة بعبارتك الخاصة في حالة الأسئلة المفتوحة ، وذلك من خلال وجهة نظرك و واقع خبرتك ، مع العلم أن إجابتك ستبقى موضوع دراسة علمية مفيدة فقط.

الأستاذ

من إعداد الطالبتين:

المشرف:

أ. محمد

● أحلام قريشي

الطيب الزاوي

● سناء بشنب

**"viber"**

1 - هل تعرفت على تقنية الفايبير عن طريق :

- الأصدقاء  وسائل الإعلام  فيسبوك  إن على شبكة  
 الانترنت  ليك رسالة إعلانية على بريدك الالكتروني  
أحد أفراد العائلة

2 - ما هي الوسيلة التي تستعملها عند استخدام لتقنية الفايبير؟

- الحاسوب الشخصي  اللوحات الالهية  
 الهاتف الذكي

3 - هل تستخدم تقنية الفايبير بشكل:

- يومي  بعض الأيام في الأسبوع  بعض الأيام في الشهر

4 - ما هي الفترات التي تستخدم فيها تقنية الفايبير؟

- الصباح  المساء  الليل  لا يوجد وقت محدد

5 - هل يغنيك استخدام تقنية الفايبير عن الشحن المتواصل لرصيد هاتفك النقال؟

- نعم  لا

لماذا:

6 - هل تستخدم تقنية الفايبير للتواصل مع أشخاص متواجدين:

- داخل الوطن  خارج الوطن  معا

7 - ماهي أكثر خدمة تفضلها في تقنية الفايبير؟

- تبادل صور  تبادل فيديوهات  تبادل رسائل الصوتية   
مكالمة صوتية   
الألعاب  دردشة

8 - هل أنت مشارك في مجموعة معينة على الفايبير؟

- نعم  لا

لماذا:

.....

9 - ما هو عدد أصدقائك الذين يستخدمون تقنية الفايبير؟

- أقل من عشرة  من 10 إلى 20  أكثر من 20 صديق

## المحور الثاني:دوافع وأسباب استخدام طلبة القطب الثاني لجامعة قاصدي مرباح ورقة لتقنية

### الفايبر "viber".

10 - ما هو دافع استخدامك لتقنية الفايبر؟

- للتواصل مع الأصدقاء  للتواصل مع الأهل  للتواصل مع الأساتذة  
 التواصل مع زملاء الدراسة  الفضول  التسلية  
 والترفيه  حتمية تفرضها تكنولوجيا الاتصال

11 - هل سبب استخدامك لتقنية الفايبر في عملية التواصل هو:

- إجراء المكالمات مجانية  وضوح الصورة  وضوح الصوت  
 تعدد أشكال الاتصال فيه (صورة ،صوت ،فيديو)

12 - هل تستخدم تقنية الفايبر لأغراض التسلية ك:

- وضع مشاركات في المجموعات المشارك فيها  تكتفي بقراءة ما ينشره  
 أصدقائك  تكتفي بالألعاب الموجودة

13 - هل تعتقد أن الأسباب التي تدفعك لاستخدام تقنية الفايبر هي ذات طبيعة :

- اجتماعية  نفسية  علمية

## المحور الثالث:الإشباع التي يحققها استخدام تقنية الفايبر "viber" لدى طلبة القطب الثاني لجامعة

### قاصدي مرباح ورقة

14 - ما هي الإشباع التي يحققها لك استخدام تقنية الفايبر؟

- الترفيه عن نفسك  
 لمعرفة مستجدات الأصدقاء  
 لأغراض علمية

15 - هل استخدامك لتقنية الفايبر يوفر لك:

- الوقت  الجهد  المال

أخرى اذكرها: .....

16 - هل استخدامك لتقنية الفايبر يحقق لك المستوى الذي ترغب فيه من التفاعل مع:

- الأهل  الأصدقاء  الأساتذة  زملاء  
 الدراسة

أذكرها

.....

17 - هل يساهم استخدامك لتقنية الفاير في تحسين اللغات الأجنبية؟

لا  نعم

18 - هل يساهم استخدامك لتقنية الفاير في تلبية احتياجاتك المعرفية في مجال الدراسة؟

لا  نعم

لماذا: .....

### المحور الرابع: مميزات تقنية الفاير مقارنة تقنيات التواصل الأخرى

19 - هل تعتقد أن إنشاء حساب على الفاير :

سهل  صعب

لماذا؟ .....

20 - هل حسابك على الفاير باسمك الحقيقي؟

لا  نعم

لماذا: .....

21 - هل اطلعت على شروط نشاء حساب على الفاير؟

نعم  لا

لماذا: .....

22 - ماهي طبيعة اللغة التي تستعملها في عملية الاتصال عن طريق الفاير؟

لغة عربية  فرنسية  لغة انجليزية

امازيغية

اخرى اذكرها: .....

23 - ما هي لغة واجهة حسابك على الفاير؟

لغة انجليزية

لغة فرنسية

لغة عربية

أخرى

اذكرها: .....

24 - في رأيك ماذا يميز تقنية الفايبر مقارنة بتقنيات التواصل الأخرى :

سهولة التطبيق

إجراءات مجانية

سهولة التواصل

البسيط والسهل

بإمكانك ربط حساب في الفايبر بحسابك على تقنيات التل

سهولة التطبيق

الأخرى

25 - ما هو بديلك المفضل في حالة عدم استخدامك تقنية الفايبر؟

السكايب

الفيسبوك

الهاتف

أخرى اذكرها: .....

### المعلومات الشخصية:

أنثى

ذكر

1 - الجنس:

[27-24]

[23-21]

2 - السن: [20-18]

[.....-]

3 - الكلية:  الآداب واللغات الأجنبية

الاقتصاد والم

الحقوق والعلوم السياسية

العلوم الإنسانية الاجتماعية

الملحق رقم (02)

أسماء الأساتذة المحكمين :

الدرجة العلمية	الأستاذ(ة)
	محمد الطيب الزاوي
	فضيلة تومي
	رابح صانع
	أمينة طرابلسي
	نادية جيتي