

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



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: علوم انسانية

الشعبة: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: تكنولوجيا الاتصال الجديدة

مقدمة من طرف:

– غاته عبد المجيد

– بن جدية صلاح الدين

الموضوع:

استخدام الشباب الجامعي لمواقع الدردشة الالكترونية
دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي تطبيق (الماسنجر)
خلال الفترة الزمنية (جانفي – ماي 2018)

أمام اللجنة المكونة من السادة:

رئيسا	(جامعة قاصدي مرباح ورقلة)	أ – د : كاوجة محمد الصغير
مشرفا ومقررا	(جامعة قاصدي مرباح ورقلة)	أ – د : تومي فضيلة
مناقشا	(جامعة قاصدي مرباح ورقلة)	أ – د : زياني الغوثي

الموسم الجامعي: 2018/2017

الشكر والعرفان

اولا وقبل كل شيء نشكر الله تعالى ونحمده على توفيقه لنا في كل خطوة

خطونها وسرنا عليها في انجاز هذا العمل المتواضع مع فائق التقدير والاحترام

نتقدم بجزيل الشكر للمشرفة الأستاذة الفاضلة تومي فضيلة

التي كان لها الفضل في انجاز هذا العمل ، ثم نتوجه بالشكر والعرفان الى كل من

قدم لنا يد المساعدة لاتمام هذا العمل ونخص بالذكر كل استاذة قسم الاعلام والاتصال

لتفضلهم بالاشراف على هذه الدراسة كل باسمه ومقامه .

كما نتقدم بالشكر والتقدير الى كل طلبة تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة

الذين ساعدونا من قريب او بعيد الى كل من دعمنا ولو بكلمة طيبة لانجاز هذا العمل.

الاهـداء:

الى من تحلو الحياة إلا بطاعته ولا يطيب العيش إلا برضاه ولا يبارك العمل إلا بشكره الله
العلي التقدير .

الى من قال فيهما عز وجل : "واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما كما
رباني صغيرا " صدق الله العظيم.

الى كل من علمني العطاء بدون انتظار ... الى من احمل اسمه بكل افتخار .. ارجو من الله
ان يطيل عمره ويحفظه ويديم نعمته عليه... ابي العزيز.

الى من حملتني وهنا على وهن ... الى اول من نطقت شفتاي باسمها ... الى من علمتني
معنى الحياة .. الى من كان دعاؤها سر نجاحي .. الى مثلي الاعلى في الصبر والعطاء
والتضحية حفظها الله وأطال في عمرها ... الى التي لا يستطيع انصافها مهما وصفتها
..... الى امي الغالية.

الى من كانوا سندي في الحياة ... الى قوام عزيمتي .. الى كل من ساهموا في نجاحي ...
اخوتي وأخواتي حفظهم الله الى كل فرد من عائلتي كل باسمه .

الى كل من ساندني وأعانني ... الى كل من له مكانة في قلبي ... الى زميلاتي وزملائي كل
باسمه الى كل اصدقاء الدرب الجامعي .. الى كل من احب لي الخير والنجاح ...

عبد المجيد / صلاح الدين .

ملخص الدراسة :

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع الدردشة الالكترونية وحاجات هذا الاستخدام الإشباعات المحققة منه واكتشاف أهم الفروق الفردية بين الجنسين في الاستخدام، من خلال دراسة على عينة من مستخدمي تطبيق الماسنجر من الشباب الجامعي بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرياح ورقلة، معتمدين في ذلك على أداة الاستبيان لجمع المعلومات من المبحوثين، وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها :

أن اغلب المبحوثين لهم أكثر من ثلاث سنوات في استخدام تطبيق الماسنجر، وهم يستخدمون التطبيق بصفة دائمة، فمعظم المبحوثين لا يوجد وقت محدد لديهم لدردشة، كما أن معظم المبحوثين يهدفون من خلال استخدام الماسنجر للتواصل مع الآخرين، إن الحاجيات التي يلبيها تطبيق الماسنجر للمستخدمين هي التخلص من القلق والملل، إن المبحوثين يفضلون الدردشة الفردية، و أحيانا ما يجدون ما يلبي اشباعاتهم في تطبيق الماسنجر ،إن الإشباعات الاجتماعية التي يحققها الماسنجر للمستخدمين هي ربط علاقات صداقة ،فهم يرون أن الماسنجر ساهم في توطيد العلاقات الاجتماعية،إن معظم المبحوثين حسب متغير الجنس كانوا من جنس الإناث ، بينما الذكور هم السباقون في استخدام الماسنجر، في حين إن الإناث هن الأكثر استعمالا للماسنجر من اجل التخلص من القلق والملل.

الكلمات المفتاحية :

الاستخدام، الدافع ، الحاجة ،الرغبة، الماسنجر، الفيس بوك، الدردشة الالكترونية، الشباب الجامعي .

Résumé de l'étude:

Nous cherchons à travers cette étude afin d'identifier les motivations de l'utilisation des sites de chat électronique et les besoins de cette utilisation et les satisfactions obtenues à partir et découvrir les différences de genre les plus importantes en usage, à travers une étude sur un échantillon d'utilisateurs de l'application Messenger de la jeunesse universitaire dans le département des sciences de l'information et de la communication, université de Kasdi Marbah Ouargla ,en s'appuyant sur l'outil de questionnaire pour recueillir des informations auprès des répondants, l'étude a atteint un certain nombre de résultats dont les plus importants sont:

La plupart des répondants ont plus de trois ans dans l'utilisation de l'application Messenger, et ils utilisent l'application de façon permanente, La plupart des répondants n'ont pas de temps spécifique pour discuter, La plupart des répondants visent à utiliser Messenger pour communiquer avec les autres, Les widgets que l'application Messenger utilise pour les utilisateurs sont de se débarrasser de l'anxiété et l'ennui, les répondants préfèrent discuter individuellement, et parfois trouver ce qui répond à leurs attentes dans l'application Messenger, la satisfaction sociale qui réalisé a les utilisateurs Messenger sont liés aux relations d'amitié, ils croient que le Messenger a contribué à la consolidation des relations sociales ,la plupart des répondants selon variable de genre étaient des femmes, tandis que les hommes utilisaient Messenger, tandis que les femmes étaient les plus utilisées pour éliminer l'anxiété et l'ennui.

les mots clés :

utilisation, motivation, besoin, désir, Messenger, Face book, chat électronique, jeunesse universitaire

فهرس المحتويات :

الصفحة	العنوان
/	الشكر والعرفان
/	الاهداء
/	ملخص الدراسة
/	فهرس المحتويات
/	فهرس الجداول
أ - ب	مقدمة
الإطار المنهجي والنظري للدراسة	

13	إشكالية الدراسة
13	تساؤلات الدراسة
14	أسباب اختيار الموضوع
14	أهمية الدراسة
14	أهداف الدراسة
15	المنهج المستخدم
16	مجتمع البحث وعينة الدراسة
16	أدوات جمع البيانات
17	مجالات الدراسة
21-18	تحديد المصطلحات
24-21	الدراسات السابقة
26-24	التأصيل النظري لدراسة
الإطار التطبيقي للدراسة	
28	تمهيد

53-28	تحليل و تفسير الجداول
55-54	النتائج العامة للدراسة
58	خاتمة
62-60	قائمة المراجع
/	الملاحق

فهرس الجداول والأشكال :

رقم	العنوان	الصفحة
01	جدول وشكل متعلقين بالبيانات الشخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي).	29-28
02	جدول وشكل : متعلقين بمدة استخدام الماسنجر	30
03	جدول وشكل متعلقين بمعدل استخدام تطبيق الماسنجر	32-31
04	جدول وشكل متعلقين بمدة الدردشة عبر تطبيق الماسنجر	33-32
05	جدول وشكل متعلقين بالوقت المناسب عند لدردشة عبر تطبيق الماسنجر	34-33
06	جدول وشكل متعلقين بي مع تكون حين تستخدم تطبيق الماسنجر	35-34
07	جدول وشكل متعلقين بالإسم المستخدم في الحساب على تطبيق الماسنجر	36-35
08	جدول وشكل متعلقين بالغاية من استخدام تطبيق الماسنجر	37-36
09	جدول وشكل متعلقين بالحاجات التي تلبها الدردشة عبر تطبيق الماسنجر	38
10	جدول وشكل متعلقين بالاهتمام بتكوين علاقات عبر تطبيق الماسنجر	40-39
11	جدول وشكل متعلقين أنت عضو في مجموعات معينة	41-40
12	جدول وشكل متعلقينبطبيعة هذه المجموعات	42-41
13	جدول وشكل متعلقين بنوع الدردشة التي المستخدمة أكثر عبر تطبيق الماسنجر	43-42
14	جدول وشكل متعلقين بعدد الأصدقاء في الحساب على تطبيق الماسنجر	44-43
15	جدول وشكل متعلقين بما يوجد في تطبيق الماسنجر يلبي كل الإشباعات	45-44
16	جدول وشكل متعلقين بترتيب الإشباعات التي يحققها تطبيق الماسنجر (1الى3)	47-46
17	جدول وشكل متعلقين بالإشباعات المعرفية التي يحققها تطبيق الماسنجر	48-47
18	جدول وشكل متعلقين بالإشباعات الإجتماعية التي يحققها تطبيق الماسنجر	49-48
19	جدول وشكل متعلقين بالإشباعات النفسية التي يحققها تطبيق الماسنجر	50-49
20	جدول وشكل متعلقين بترتيب خدمات تطبيق الماسنجر حسب استعمالها(من 1الى 3)	51-50
21	جدول وشكل متعلقين بزيادة تطبيق الماسنجر من المعارف الشخصية	52-51
22	جدول وشكل متعلقين بمساهمة تطبيق الماسنجر في توطيد العلاقات الإجتماعية	53-52

مقدمة

مقدمة:

إن تاريخ البشرية حافل بالتطورات والتحولات الاجتماعية، التي كان أبرزها التطورات الهائلة والمنتالية في مجال الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، التي فتحت أفقا جديدة وأحدثت تغيرات عميقة في مختلف جوانب الحياة الإنسانية الثقافية الفكرية والاجتماعية ما جعل العالم قرية صغيرة مترابطة الأطراف.

حيث إن الانتشار الواسع لشبكة الانترنت يعتبر من أكثر مظاهر التكنولوجيا الحديثة للاتصال التي كان لها اثر على الإنسان ، ما دفع المجتمعات بقبول هذه المستحدثات والتكيف معها كواقع لا بد منه من اجل مواكبة عصر المعلومات الذي فرض على الجميع، فقد ساهمت التكنولوجيا الحديثة في تطوير الحياة البشرية خاصة المجال الاجتماعي، وتعد مواقع الدردشة الالكترونية عبر شبكة الانترنت احد اكبر مظاهر تكنولوجيا الاتصال وأكثرها انتشارا، فطابعها التفاعلي وخدماتها وخصائصها المتعددة ميزها عن مواقع أخرى، فهي متاحة للجميع ما شجع متصفح الانترنت الإقبال عليها، وهذا ما أدى إلى تغير العلاقات الاجتماعية بين الأفراد في ظل هذه التطورات ، وقد استبدل الاتصال الشخصي الواقعي بالاتصال الافتراضي على شبكة الانترنت، وحول الشخص الواقعي إلى فرد افتراضي يتفاعل ضمن مجتمع افتراضي، فنحن نرى في حياتنا اليومية إن معظم مستخدمي الانترنت لا يستعملونها إلا من اجل الدردشة والتواصل مع الآخرين، ما خلق الهوية الافتراضية والعلاقة الافتراضية التي أصبحت تحاكي الواقع المعاش للعلاقات السائدة بين الأشخاص، وما نلاحظه اليوم في مجتمعنا يدل على ذلك خاصة الشباب الذين يقضون معظم أوقاتهم في الدردشة الالكترونية على حساب الجلسات الحميمية مع الأصدقاء وأفراد العائلة.

ولقد حاولنا جاهدين من خلال هذه الدراسة الموسومة بـ "استخدام الشباب الجامعي لمواقع الدردشة الالكترونية" والكشف عن دوافع استخدام الشباب الجامعي لدردشة الالكترونية ومعرفة حاجات استخدامها واكتشاف الإشباع المحققة من ذلك وكذلك التعرف على الفروق الفردية بين الجنسين في الاستخدام، معتمدين على خطة تحتوي على فصلين .

الفصل الأول: خاص بالجانب المنهجي والذي تطرقنا فيه إلى مقدمة كانت عبارة عن مدخل للموضوع ثم إشكالية الدراسة، وتليها التساؤلات وأسباب اختيار الموضوع، وكذا

أهمية الدراسة وأهدافها، إضافة إلى تحديد المفاهيم والمصطلحات المهمة في الدراسة، والإشارة إلى بعض الدراسات السابقة التي لها صلة بموضوع دراستنا ، وتحديد المنهج المستخدم ونوع الدراسة ، ثم مجتمع البحث وعينة الدراسة وأدوات جمع البيانات وفي الأخير التأطير النظري للدراسة، وعرض نظرية الاستخدامات والإشعاعات وتعريفها والفروض التي تقوم عليها.

الفصل الثاني: تناولنا فيه الجانب التطبيقي للدراسة حيث سنقوم فيه بعرض حدود الدراسة ثم عرض معلومات الاستبيان في جداول ثم تحليلها وتفسيرها بهدف الخروج بنتائج مقبولة وواقعية، وصولاً إلى خاتمة الدراسة ومراجعتها وملاحقتها .

الإطار المنهجي

1/ إشكالية الدراسة:

تعتبر التطورات التكنولوجية الحديثة في يومنا هذا ثورة حقيقية في عالم الاتصال الذي تميز بالانتشار الواسع لشبكة الانترنت التي غزة كافة مجالات الحياة ، حيث أن توسعها الهائل كسر الحواجز الزمانية والمكانية وربطت كافة أجزاء العالم مما جعل المجتمعات تتقارب وتتعارف وتتبادل الثقافات فيما بينها، حيث أن ثورة الانترنت كان لها اثر واضح في تغير طريقة عيش الأفراد خاصة الشباب فالخدمات المتعددة والمتاحة فيها خاصة مواقع الدردشة(المانجر) جعلتها تلقى إقبالا كبيرا من طرف المجتمع ،فهي تتيح التواصل والربط بين الأصدقاء والزملاء والأقارب كما تساعد الأشخاص على التعرف على أفراد آخرين من بلدان ومجتمعات مختلفة عبر مواقع الدردشة الالكترونية حيث أصبح(المانجر) احد أهم مواقع الدردشة الالكترونية والأكثر استخداما وذلك لتوفره على مجموعة من المميزات التي تسهل عملية التواصل بين الأفراد عبر إرسال وتلقي الرسائل وإجراء المكالمات الصوتية ومكالمات الفيديو فقد أصبح معظم المستخدمين يداومون باستمرار على استعمال المحادثة الالكترونية عبر تطبيق (المانجر) وأصبح الكثير منهم يظنون أن الانترنت تقتصر على هذه الخدمة فقط، ومن الملاحظ في الإقبال عليها كان من طرف مختلف الفئات والمستويات الشيء الذي أثار اهتمامنا وجعلنا نتساءل عن أسباب ودوافع هذا الإقبال الكبير على الدردشة الالكترونية وهذا ما جعلنا نطرح الإشكالية: ماهي عوامل استخدام الشباب الجامعي للدردشة الالكترونية عبر المانجر؟

2/ تساؤلات الدراسة:

- ماهي دوافع استخدام الشباب الجامعي لتطبيق المانجر؟
- ماهي حاجات استخدام الشباب الجامعي لتطبيق المانجر؟
- ماهي الإشباعات المحققة من استخدام الشباب الجامعي للمانجر؟
- هل توجد فروق فردية بين الجنسين في استخدام المانجر؟

3/أسباب اختيار الموضوع:**- الاسباب الموضوعية:**

قلة الدراسات في الوطن العربي التي تدرس مواقع الدردشة الالكترونية خاصة الماسنجر .
انتشار استخدام مواقع الدردشة بشكل كبير وازدياد عدد مستخدميها .
ارتباط موضوع الدراسة بمجال تخصصنا .

- الاسباب الذاتية:

الاهتمام الشخصي بكل ما يخص مواقع الدردشة وتأثرنا بها .
الرغبة في اكتشاف أسباب استخدام الشباب الجامعي لمواقع الدردشة .

4/أهمية الدراسة :

تتمثل أهمية الدراسة في محاولة التوصل إلى اكتشاف الأسباب التي تدفع الأفراد إلى الإقبال على مواقع الدردشة (الماسنجر)ومعرفة استخدامات الأفراد لهذا التطبيق والتوصل إلى الإشباعات والحاجات المحققة من استخدامه، باعتباره احد الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تنامت بشكل كبير وازدياد عدد مستخدميها في الآونة الأخيرة.

5/أهداف الدراسة :

- .الكشف عن دوافع استخدام الشباب الجامعي لتطبيق الماسنجر .
- . معرفة حاجات استخدام الشباب الجامعي لتطبيق الماسنجر .
- . التعرف على الإشباعات المحققة من استخدام الشباب الجامعي للماسنجر .
- . الاطلاع على الفروق فردية بين الجنسين في استخدام الماسنجر .

6/ منهج الدراسة:

المنهج هو (الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة لها، كماهي في الحيز الواقعي وضمن

ظروفها الطبيعية الغير مصطنعة من خلال جمع البيانات المحققة لذلك)¹، فان طبيعة الظاهرة التي نقوم بدراستها تعرض علينا اختيار منهج محدد وبما أننا نسعى في هذه الدراسة إلى جمع المعلومات عن مستخدمي (المانجر) واكتشاف الأسباب والدوافع لاستخدام هذه المواقع. فإننا نرى إن هذه الدراسة تدرج ضمن البحوث الوصفية (التي تقوم على تجميع البيانات والمعلومات والآراء والحقائق التي تعمل على توصيف الظاهرة أو المشكلة محل الدراسة توصيفا شاملا يتضمن العوامل والمتغيرات المؤثرة فيها والمتأثرة بها والفروض التي يمكن الحل فيها وأيها أفضل للاستخدام)².

وعليه فإننا سنعتمد في هذه الدراسة على :

المنهج الوصفي : فهو المنهج الأنسب لهذه الدراسة فهو(المنهج الذي يقوم فيه الباحث بجمع المعلومات الدقيقة عن الظواهر ويهتم بوصفها وصفا تفسيريا دقيقا بدلالة الحقائق المتوفرة، ويعبر عنها تعبيراً كيفياً بوصف الظاهرة وتوضيح خصائصها أو تعبيراً كمياً بوصف الظاهرة وصفا رقمياً يوضح مقدار الظاهرة أو حجمها ودرجة ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى)³.

وهذا ما يمكننا من جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات اللازمة من أجل معرفة وتحديد ما نحتاجه في هذه الدراسة .

8/ مجتمع البحث وعينة الدراسة:

- **مجتمع البحث :** (هو مجموعة من الأشخاص أو المؤسسات أو الأشياء التي نريد أن نصل إلى استنتاج بخصوصها)⁴، ويتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في الشباب الجامعي من مستخدمي تطبيق المانجر.

¹ . احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ط 2، ص 286، 287.

² محمد عبد الغاني مسعود، محمد احمد الخضري، الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه مكتبة الانجلو المصرية، 1992، ص 51 .

³ . وائل عبد الرحمان وعيسى محمد قحل، البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، دار حامد للنشر والتوزيع ، عمان الأردن، ط 2، ص 48.

⁴ جارول مانهل يمر يتشار ريتش ، ترجمة عبد المطلب وآخرون ، التحليل السياسي الامبريقي، طرق البحث العلمي في العلوم السياسية ، دار الربيع العربي للنشر، القاهرة، 1996، ص 104.

- عينة البحث :

العينة (هي عبارة عن مجموعة م جزئية من مجتمع البحث يتم اختيارها بطريقة معين وأجراء الدراسة عليها من ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل المجتمع الأصلي)¹.

وتتمثل العينة التي قمنا باختيارها في طلبة كلية الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة، لقد اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة القصدية، وهي (العينة التي يعتمد الباحث فيها أن تتكون من وحدات معينة اعتقادا منه إنها تمثل المجتمع الأصلي خير تمثيل، فالباحث في هذه الحالة قد يختار مناطق محددة تتميز بخصائص ومزايا تمثيلية للمجتمع وهذه تعطي نتائج اقرب ما تكون إلى النتائج التي يمكن أن يصل إليها الباحث بمسح المجتمع كله)².

- أدوات جمع البيانات:

قمنا في هذه الدراسة باستخدام أداة الاستبيان لأنه يناسب دراستنا من اجل جمع اكبر قدر من المعلومات، إضافة إلى انه يسهل علينا اختصار الوقت والجهد.

- الاستبيان: هو أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي يطلب من المفحوص أو المبحوث الإجابة عنها.³

وقد مررنا بعدة مراحل عند تصميمنا للاستبيان مثل الرجوع غالى الدراسات السابقة للاستفادة منها في صياغة الأسئلة ، كما تم عرضه على مجموعة من الأساتذة المحكمين التالية أسماؤهم: 1/ أ.يسعد زاهية، 2/ أ.تومي فضيلة، 3/ أ.نايلي نورة.(أساتذة بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرياح ورقلة)وبناء على الآراء والملاحظات المقدمة من طرف المحكمين قمنا بصياغة الاستبيان في شكله النهائي الذي تم توزيعه على المبحوثين ، ويضم ثلاثة 3 محاور وهي كالتالي:

¹محمد عبيدات وآخرون، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع عمان، 1998، ص74.

²فاطمة عوض صابر، ميرفت على خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية ط، 1، 2002، ص196.

³محمد خليل عباس وآخرون، مدخل الى مناهج البحث في التربية وعلم النفس، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 1998، ص67.

- **المحور الأول:** دوافع استخدام تطبيق الماسنجر ويضم 7 أسئلة.
- **المحور الثاني:** حاجات استخدام الشباب الجامعي لتطبيق الماسنجر ويضم 6 أسئلة.
- **المحور الثالث:** الإشباعات المحققة من استخدام الشباب الجامعي لتطبيق الماسنجر ويضم 7 أسئلة .

9/ مجالات الدراسة:

المجال المكاني:

قمنا بإجراء هذه الدراسة بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، في قسم علوم الإعلام والاتصال.

المجال الزماني :

أجريت الدراسة الحالية بالموسم الجامعي 2018/2017 وقد تم تقسيم المجال الزمني إلى مرحلتين كالتالي :

المرحلة الأولى: امتدت من 2018/01/10 إلى غاية 2018/03/01 أين تم في هذه الفترة القيام بإنجاز الإطار المنهجي للدراسة.

المرحلة الثانية:

وامتدت من 2018/03/03 إلى غاية 2018/ 04/ 28 أين تم في هذه الفترة انجاز الإطار التطبيقي والتحليلي للدراسة.

المجال البشري:

قمنا بإجراء دراستنا على طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة.

6/ مفاهيم الدراسة:

- الاستخدام :

لغة: في اللغة العربية مأخوذ من استخدم . استخدم (الرجل غيره) استخدمها فهو مستخدم والأخر مستخدم اتخذه خادما.¹

¹. ياسين قرناني، الشباب والانترنت دراسة في العادات والأنماط والدوافع والتأثير، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، ط1، ص 15.

. اصطلاحاً: هو استعمال شيء ما أداة أو وسيلة أو عدة أشياء واستغلالها لتلبية حاجات معينة لدى الأفراد في حياتهم.¹

إجرائياً: نقصد بالاستخدام في هذه الدراسة هو استعمال الأفراد لتطبيق الماسنجر .

- **الدوافع:** هي عبارة عن رغبات أو مشوقات والحوافز نحو موقف أو نشاط معين وتظهر أهميتها في عملية الاتصال.

وهي تلك القوى الكامنة في الأفراد والتي تدفعهم للسلوك باتجاه معين وهذه القوى الدافعة تكون نتيجة عوامل بيئية ونفسية خاصة تخلق لدى الفرد رغبات ملحة ، وتنتج هذه القوى عن حالة التوتر النفسي الناتجة عن وجود حاجات غير مشبعة لدى الشخص والتي تكون قد وصلت في إلحاحها إلى درجة الإقرار بها وبالتالي سعى الأفراد لتحقيق إشباع الحاجات²

إجرائياً: نقصد بالدوافع في هذه الدراسة هو الأسباب التي دفعت الشباب إلى استخدام تطبيق الماسنجر .

- الحاجة :

ورد في موسوعة العلو الاجتماعية إن الحاجة " حالة أو أمر يضع المرء في موقف صعب أو محنة، وفي زمن المصاعب والمتاعب بما يشعره بالعوز والرغبة إلى شيء ضروري".³ وفي علم النفس تعني " حالة من التوتر وعدم الإشباع ، يشعر بها فرد معين ، وتدفعه إلى التصرف متجها نحو الهدف الذي يعتقد انه سوف يحققه له الإشباع".⁴

1. محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010، ص 174.

2. كاسر نصر المنصور، سلوك المستهلك "مدخل الإعلان"، دار حامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2006، ص113.

3. ميشيل مان، موسوعة العلوم الاجتماعية، ترجمة عادل مختار الهواري، سعد عبد العزيز مصلوح، دار المعرفة الجامعية ، مصر، 1999، ص483.

4. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، مصر، 2004 ، ص208.

- الرغبة :هي الشعور بالميل نحوى أشخاص أو أشياء معينة ، تنشأ من تفكير الفرد فيها، أو تذكره إياها، أو إدراكه لأشياء مرغوبة، فالرغبة تستهدف التماس اللذة، والحاجة تستهدف تجنب الألم.¹

- الفيس بوك:

يعتبر موقع فايس بوك face book الذي أسسه مارك زوكر بيرغ mark zuckerberg واحد من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي، وهو لا يمثل مندى اجتماعية فقط ، وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة ،بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء ويعتمد الموقع في ذلك على معطيين اساسيين هما :حجم المشتركين فيه، والذي يناهز 24 مليوناً حيث يشهد زيادة في عددهم بمعدل 150 ألف يومياً، وكذلك على تميزه من الناحية التكنولوجية ،والتي يريد أن يجعلها متاحة للجميع .

يمنح الموقع لمشركيه ستة أنظمة تطبيق على الجهة اليسرى للصفحة الرئيسية لها ، وهي ملف الصور، وملف المذكرات، وملف المجموعات ،وملف الأحداث ،وملف الرسائل، وزاد عليها قبل فترة ملف "مكان التسوق" ،وملفاً آخر حول الفيديو، ومن ضمن ما يتميز به نظام LIKE، الذي يسمح بالعثور على أشخاص لهم اهتمامات موسيقية نفسها.²

- الماسنجر:

هو تطبيق دردشة من فايس بوك يتيح للمستخدم الدردشة مع الأصدقاء وإنشاء مجموعات وإرسال رموز تعبيرية وإرسال صور . لا يشترط على المستخدم أن يكون له حساب في فيس بوك لتسجيل دخول إلى التطبيق، فيمكن إنشاء حساب عن طريق رقم الهاتف.³

التعريف الإجرائي:

هو تطبيق من موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك يسمح لمستخدميه الدردشة مع بعضهم البعض عن طريق إرسال الرسائل النصية، والمكالمات الصوتية، ودردشة الفيديو، إضافة إلى عرض وتحميل الفيديوهات والصور، سهل الاستخدام مجاني الاشتراك.

¹ مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الإجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الحاج لخضر باتنة، السنة الجامعية، 2011-2012، ص 8.

² عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد ، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 2008، ص 218 .

³ موسوعة ويكيبيديا الحرة، (28 نوفمبر 2017)، تاريخ الاطلاع 20 افريل 2018،

<https://ar.wikipedia.org/wiki>

- الدردشة الالكترونية:

الدردشة بمعنى المحادثة أو تبادل أطراف الحديث، ويعرفها القاموس العربي في الانترنت بأنها (المحادثة هي اتصال متزامن مع مستخدم آخر على الشبكة يحدث في الوقت الفعلي مثل المحادثة الالكترونية).

وتعرف أيضا على أنها: "كل حوار، نقاش، دردشة أو حديث يتم بين شخصين أو بين شخص ومجموعة أشخاص بواسطة التقنيات الالكترونية المختلفة عبر شبكة الانترنت، إما بالنص و اما بصوت والصورة أو كليهما معا، ويمكن أن يكون هذا النقاش متزامنا أو غير متزامن".¹

التعريف الإجرائي :

هي تبادل الحديث بين شخصين أو أكثر يلتقون افتراضيا عبر شبكة الانترنت للدردشة باستخدام الماسنجر.

- الشباب الجامعي:

أي الفترة من الحياة التي ينضم فيها الشباب إلى الجامعة ويكون عمره من (17. 25) عاما، وتتسم بالقوة والنشاط والقدرة على العمل والانجاز والإبداع وتقبل الأفكار الجديدة، وتتميز بشدة الحساسية للأوضاع الجديدة و بروز المغامرة والتصدي للواقع ومشكلاته وتعتبر مرحلة اختيار وتخطيط للمستقبل، إلا أنها تفتقر للخبرة والتجربة، وتحتاج هذه الفترة إلى الإعداد والتأهيل لمواجهة الحياة.²

التعريف الإجرائي:

هم مجموعة من الشباب الجزائري الذين التحقوا بالجامعة بعد تحصلهم على شهادة البكالوريا والذين تتراوح أعمارهم من (18. 35 سنة)، قصد تحصلهم على شهادات عليا في مختلف التخصصات.

¹ جبنون حمزة ، بيتر سليمان ، المحادثة الالكترونية و دورها في تأسيس علاقات اجتماعية بين الشباب الجامعي ،مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، جامعة قاصدي مرباح ورقلة،2016-2017،ص9.

² . جبنون حمزة ، بيتر سليمان ، مرجع سبق ذكره ص11.

10/ الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

أجراها إبراهيم بعزیز بقسم علوم الإعلام والاتصال، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر سنة 2008/2007 تحت عنوان مننديات المحادثة والدرشة الالكترونية دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع، حيث تهدف الدراسة إلى اكتشاف وتحديد أسباب ودوافع الاستخدام المفرط لمننديات المحادثة الالكترونية ومحاولة حصر الخصائص العامة والشخصية للمدر دشين والكشف عن الانعكاسات المختلفة على تصرفات وسلوك الأفراد حيث طرح الأستاذ الإشكالية التالية: ما هي دوافع استخدام مننديات المحادثة الالكترونية ؟ وماهي انعكاساتها على مجال الاتصال بصفة خاصة وعلى المجتمع بصفة عامة؟

واعتمد في المنهج (الوصفي) المسحي في دراسته الوصفية من اجل دراسة واقع استخدام مننديات المحادثة الالكترونية وتحليل انعكاساتها وفي الأخير توصل إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

- . إن اغلب المبحوثين 50% يستعملون مننديات الدرشة لأكثر من سنتين والفئة الأكثر استخداما لها هي التي تتراوح أعمارها بين 15 و25 سنة وذلك بنسبة 58%.
- . إن غالبية المبحوثين يفضلون الدرشة الفردية على الجماعية.
- . معظم المبحوثين يفضلون العلاقات الحقيقية المباشرة.¹

الدراسة الثانية:

الدراسة الثانية كانت من إعداد الطالبة مريم ناريمان تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة سنة 2012 تحت عنوان "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية دراسة على عينة من مستخدمي الفيس بوك في الجزائر"، حيث تهدف الدراسة إلى معرفة الدور الكبير الذي تلعبه تكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في حياة الأشخاص، والتعرف على أهم الخدمات التي توفرها مواقع الشبكات الاجتماعية

¹إبراهيم بعزیز ، مننديات المحادثة والدرشة الالكترونية دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر سنة 2008/2007.

،ومعرفة مدى تأثير العلاقات الاجتماعية بسبب استخدام الشبكة الافتراضية ، وطرحت الإشكالية التالية : ما اثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟ واعتمدت في دراستها على منهج المسح الوصفي وتوصلت إلى عدة نتائج نذكر منها:

. يدخل اغلب أفراد العينة الفيس بوك من المنزل بنسبة 61.5% ، وبمعدل 87.92% منهم إلى الاستخدام الفردي للموقع في حين يستخدمه 6.41% مع أصدقاءهم.

. يوافق ما نسبته 44.5% من أفراد العينة بشدة إن الفيس بوك ساعدهم في الحفاظ على علاقاتهم الاجتماعية القائمة، ويؤيدهم في ذلك 35.09%.

. إن أفراد العينة بين 15 و 25 سنة أكثر استخداماً لأسماء مستعارة مقارنة ببقية الفئات.¹

الدراسة الثالثة:

أجرتها الطالبة حنان بنت شعشوع الشهري بجامعة الملك عبد العزيز بالمملكة العربية السعودية قسم علم الاجتماع بتاريخ 2013/2012 ، بعنوان اثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيس بوك و التوتير نموذجاً" دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، وتهدف في دراستها إلى:

▪ التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقع الفيس بوك و التوتير وعلاقتها بمتغيرات (العمر، والسنة الدراسية، عدد ساعات الاستخدام، طريقة الاستخدام) .

▪ التعرف على طبيعة العلاقات الجامعية عبر المواقع المعنية، وعلاقتها بمتغيرات (العمر، والسنة الدراسية، عدد ساعات الاستخدام، طريقة الاستخدام) .

▪ الكشف عن الآثار الايجابية والسلبية للشبكات الالكترونية على العلاقات الاجتماعية وعلاقتها بمتغيرات (العمر، والسنة الدراسية، عدد ساعات الاستخدام، طريقة الاستخدام) .

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيس بوك و التوتير هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع وأشارت النتائج كذلك أن

¹مريم نارمان نومار مرجع سبق ذكره.

الطالبات استفدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهن القديمة و البحث عن صداقات جديدة. والتواصل مع أقاربهن البعيدين مكانيا. كما تبين أيضا أن الاستخدام الفيس بوك و التوتير العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي فيما جاء قلة التفاعل الأسري أحد أهم الآثار السلبية¹.

الدراسة الرابعة :

كانت من طرف الطالبان حمزة جبنون وسليمان بيتر تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة جامعة ورقلة سنة 2016 / 2017 بعنوان المحادثة الالكترونية ودورها في تأسيس علاقات اجتماعية بين الشباب الجامعي (الفيس بوك الماسنجر الواتس آب نموذجاً).دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة قاصدي مرباح ورقلة، حيث تهدف الدراسة إلى التعرف على عادات وأنماط استخدام الشباب للمحادثة الالكترونية ومعرفة التأثير الذي تحدثه في العلاقات الاجتماعية لدى الشباب والوقوف على أهم الخدمات التي توفرها المحادثة الالكترونية حيث قام الطالبان بطرح الإشكالية التالية: ما دور المحادثة الالكترونية في تأسيس علاقات اجتماعية لدى الشباب؟ وقد اعتمدا في دراستهما على الوصفية على المنهج الوصفي التحليلي من اجل جمع المعلومات عن مستخدمي المحادثة الالكترونية والبحث عن الأسباب الحقيقية لاستخدامها وما إذا كانت تساهم في تكوين علاقات اجتماعية بين الشباب وقد توصلا في الأخير إلى مجموعة من النتائج نذكر منها :

- . إن معظم المبحوثين 44 % يستخدمون المحادثة الالكترونية منذ ثلاثة سنوات والفئة الأكثر استعمالا هم الذكور.
- يشعر اغلب المبحوثين بنوع من الصراحة عبر المحادثة الالكترونية لا يشعرون بها عند الالتقاء بهم وجها لوجه.
- . يرى 44,1% إن المحادثة الالكترونية تساعد على التخلص من الفراغ.²

¹حنان بنت شعشوع الشهري ، اثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية" الفيس بوك والتوتير نموذجاً"

مذكرة ماجستير ،جامعة الملك عبد العزيز السعودية ، 2012/2013 .

²جبنون حمزة، بيتر سليمان مرجع سبق ذكره .

حدود الاستفادة الدراسات السابقة:

إن لدراسات السابقة إسهامات علمية مهمة، فالجوانب التي اهتم بدراستها والنتائج التي توصلت إليها لعبة دورا مهما في انجازنا لهذه البحث ، فقد ساعدتنا في صياغة إشكالية الدراسة وتحديد المصطلحات واختيار الأداة المناسبة لجمع البيانات .

11/ المقاربة النظرية:

1. نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

ظهرت هذه النظرية لأول مرة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" لمؤلفيه الياهو كاتز وجي بلومر(1974). ELIHU KATZ AND JAY BLUMER.

جوهر النظرية:

تعنى نظرية الاستخدامات الإشباعات في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته وتلبي حاجته الكامنة في داخله، وفي معنى ذلك أن الجمهور ليس سلبيًا يقبل كل ما تعرضه وسائل الإعلام، بل يمتلك غاية واحدة من عرضه يسعى إلى تحقيقه، فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما باحثون نشيطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعا لهم، وكلما كان مضمون معين قادرا على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له.¹

تعريف النظرية:

تعرف نظرية الاستخدامات و الإشباعات بأنها دراسة جمهور وسائل الإعلام الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية وبحكم هذا التعريف يتضح أن الجمهور يتعرض لوسائل الإعلام ليس بحكم إنها متاحة فقط وإنما يهدف إلى إشباع حاجات معينة يشعر انه بحاجة إليها ويمكن تحقيقها عن طريق التعرض لهذه الوسائل.²

¹كمال خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام - التطور- الخصائص - النظريات، دار المسيرة للنشر، ط2، عمان الأردن، 2014ص45.

²مرزوق عبد الحكيم العادلي، الإعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات و الإشباعات ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ط1، 2004، ص100.

فروض النظرية:

تعتمد نظرية الاستخدامات و الإشباعات على خمسة فروض أساسية وهي كالآتي:

. إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملة الإيصال الجماهيرية ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبية توقعاتهم.

. يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، عوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.

. التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تشبع تلك الحاجات.

. يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال ، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.¹

أهداف النظرية:

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 لهذا التعرض .

- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.²

¹ محمد منير حجاب ، نظريات الاتصال ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ط1، 2010، ص299.

² حسن عماد مكاوي وليلي حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية للنشر، مصر، 2001، ص241.

إسقاط النظرية على الدراسة :

إن نظرية الاستخدامات والإشباع تهتم بدراسة البحوث التي تدرس استخدام الانترنت والتي في مقدمتها الاتصال الرقمي، باعتبار استخدام الأفراد للانترنت من اجل تلبية حاجياتهم .

فطبيق هذه النظرية على دراستنا تطلب منا مقارنة فروض النظرية التي تحقق أهداف معينة مع الأهداف التي نريد التوصل إليها، فميزة التفاعلية في تطبيق الماسنجر وخدماته المتعددة جعلت مستخدمي الانترنت يستعملونه لإشباع حاجات مستهدفة، فنحن نسعى في هذه الدراسة إلى معرفة أسباب ودوافع استخدام الشباب لتطبيق الماسنجر والحاجات والإشباع المحققة من هذا الاستخدام، واكتشاف الفروق بين الجنسين في الاستخدام والتي توافقت مع فروض وأهداف النظرية .

الجانبة التطبيقية

تمهيد:

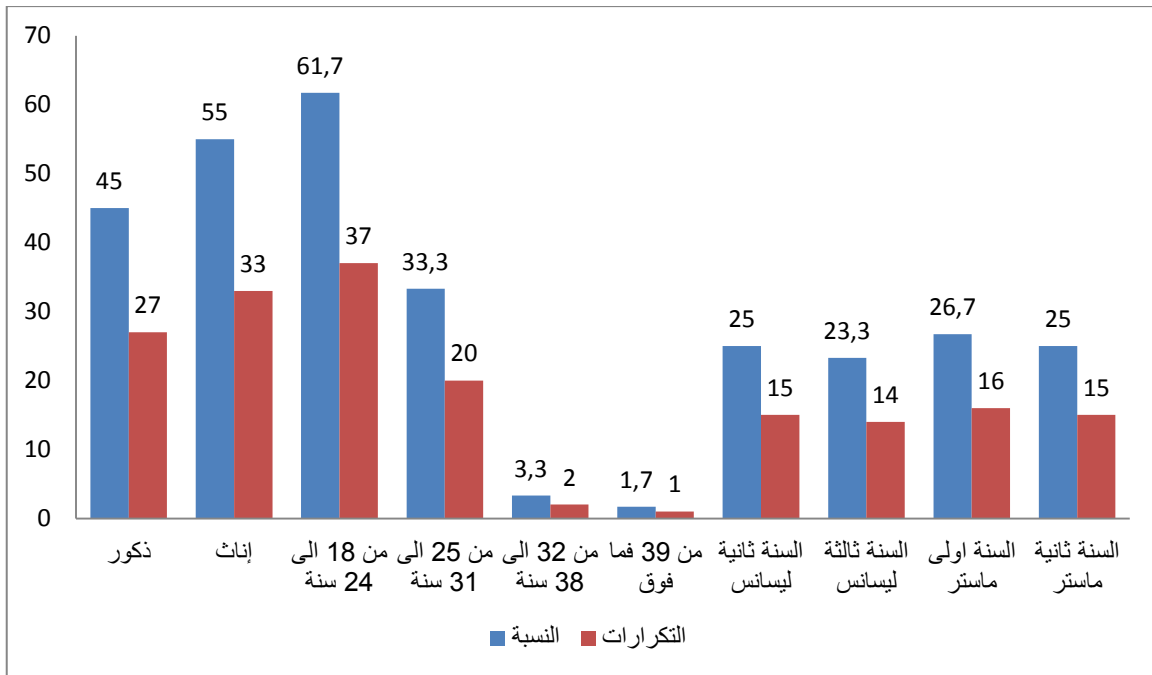
تعتبر الدراسة الميدانية إحدى أدوات جمع البيانات والمعلومات حول الظاهرة المدروسة، حيث سنقوم بعرض مجالات الدراسة (المجال الزمني والبشري والمكاني)، كما يتناول هذا الجزء من الدراسة تحليل بيانات الدراسة الميدانية، معتمدين على البيانات المحصل عليها عن طريق الاستبيان، وعرضها في جداول تكرارية ونسب مئوية باستخدام البرنامج الإحصائي " spss"، ثم التعليق عليها من أجل إيجاد تفسيرات لأجوبة المبحوثين .

المحور الأول: دوافع استخدام تطبيق الماسنجر

الجدول رقم (01): يمثل البيانات الشخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي).

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية	المجموع
الجنس	ذكور	45.0%	60
	إناث	55.0%	
السن	من 18 إلى 24 سنة	61.7%	60
	من 25 إلى 31 سنة	33.3%	
	من 32 إلى 38 سنة	3.3%	
	من 39 فما فوق	1.7%	
المستوى التعليمي	السنة الثانية ليسانس	25.0%	60
	السنة الثالثة ليسانس	23.3%	
	السنة أولى ماستر	26.7%	
	السنة الثانية ماستر	25.0%	

الشكل رقم (01): يمثل البيانات الشخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي).



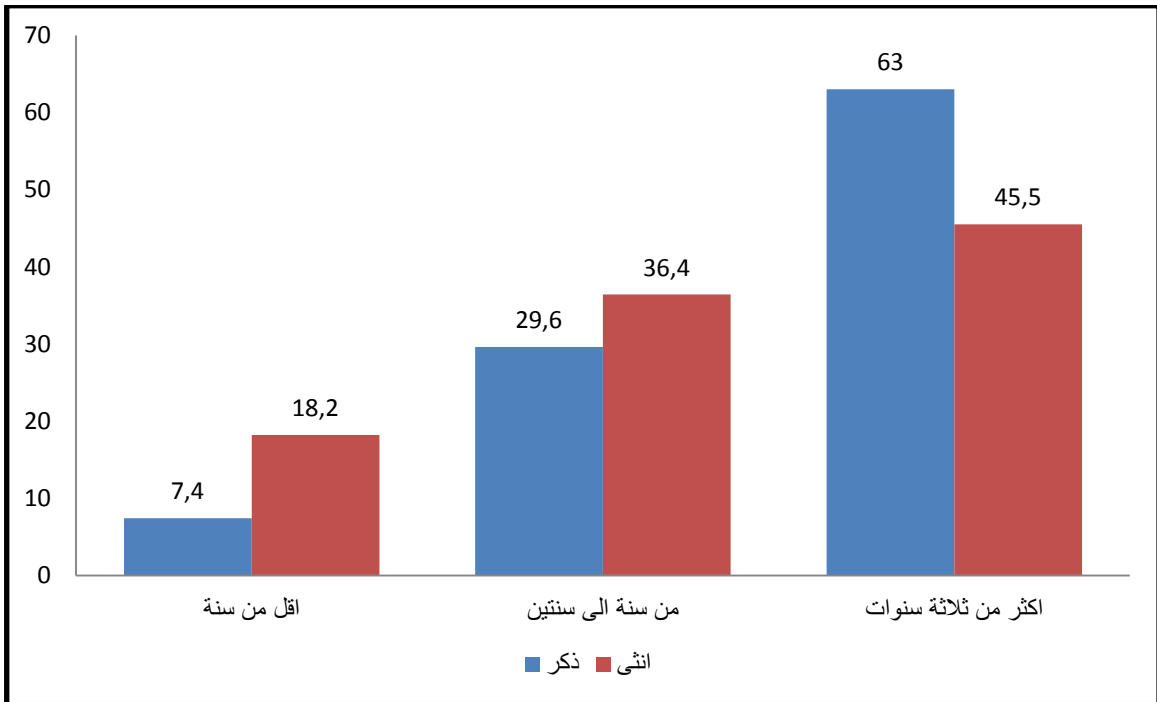
من خلال قراءتنا للجدول يتبين لنا أن معظم المبحوثين حسب متغير الجنس كانوا من جنس الإناث بنسبة (55%)، بينما جنس الذكور بنسبة (45%)، أما حسب متغير السن فإن اغلب المبحوثين كانوا من الفئة العمرية (18-24 سنة) بنسبة (61.7%)، وتليها الفئة العمرية (25-31 سنة) بنسبة (33.3%)، بينما الفئة العمرية (32-38 سنة) بنسبة (3.3%)، وأخيرا الفئة العمرية من (39 فما فوق) بنسبة (1.7%)، أما حسب متغير المستوى التعليمي فإن النسبة الأكبر كانت سنة أولى ماستر بنسبة (26.7%)، تليها سنة الثاني ليسانس والسنة الثانية ماستر بنسبة (25%)، في حين السنة الثالثة ليسانس بنسبة (23.3%).

وعليه فإن اغلب المبحوثين حسب متغير الجنس كانوا إناث وقد يكون هذا راجع لطبيعة مجتمع الدراسة الذي تغلب عليه فئة الإناث وكذلك لطبيعة التخصص الذي يستهوي فئة الإناث أكثر من الذكور، أما حسب متغير السن فإن الفئة الغالبة هي من (18-24 سنة) وقد يرجع هذا إلى أن الفئة العمرية هي الفئة المناسبة للمستوى الجامعي إضافة إلى رغبة المبحوثين من الفئات العمرية الأخرى في مواصلة الدراسة والتحصيل العلمي، أما من حيث المستوى التعليمي فقد كانت النسب متقاربة وهذا بسبب التوزيع المنظم لاستثمارات الاستبيان على مختلف المستويات.

الجدول رقم (2) : مدة استخدام الماسنجر .

المجموع	الجنس				
	أنثى	ذكر			
8	6	2	التكرار	أقل من سنة	منذ متى وأنت تستخدم الماسنجر؟
%13,3	%18,2	%7,4	النسبة المئوية		
20	12	8	التكرار	من سنة إلى سنتين	
%33,3	%36,4	%29,6	النسبة المئوية		
32	15	17	التكرار	أكثر من ثلاث سنوات	
%53,3%	%45,5	%63	النسبة المئوية		
60	33	27	التكرار		المجموع
%100	%100	%100	النسبة المئوية		

الشكل رقم (2) : مدة استخدام الماسنجر .



من خلال قراءتنا للجدول يتبين أن اغلب المبحوثين لهم أكثر من ثلاث سنوات في استخدام تطبيق الماسنجر بتكرار 32 بنسبة (53.3%) ويليها الذين يستخدمون الماسنجر من سنة إلى سنتين بتكرار 20 أي بنسبة (33.3%) ، بينما الذين يستخدمون الماسنجر اقل من سنة بتكرار 8 أي بنسبة (13.3%).

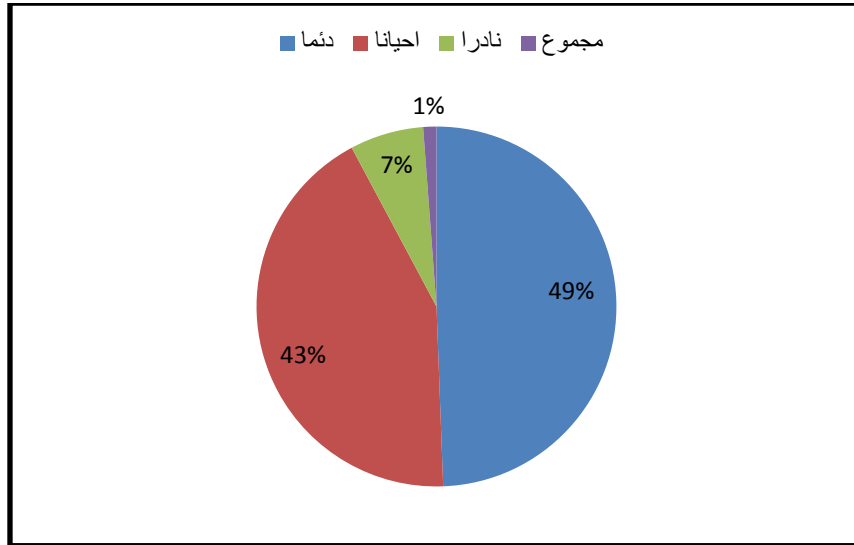
ويتضح لنا من خلال النتائج أن اغلب المبحوثين يستخدمون الماسنجر أكثر من ثلاثة سنوات، حيث نجد أن فئة الذكور هم السباقون في استخدام الماسنجر بنسبة (63%)، في حين لم تتجاوز نسبة الإناث (45.5%)، بينما أن فئة الإناث اللواتي يستخدمن الماسنجر من سنة إلى سنتين بلغت نسبتهن (36.4%)، في حين تراجع فئة الذكور بنسبة (29.6%).

وعليه نستنتج أن اغلب المبحوثين يستخدمون الماسنجر منذ فترة ليست بالقصيرة وهذا يرجع لعدة أسباب قد تكون منها الانتشار الواسع لشبكة الانترنت ومواقع الدردشة خاصة تطبيق الماسنجر في السنوات الأخيرة.

الجدول رقم (3): معدل استخدام تطبيق الماسنجر.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
50%	30	دائماً
43,3%	26	أحياناً
6,7%	4	نادراً
100%	60	المجموع

الشكل رقم (3) :معدل استخدام تطبيق الماسنجر



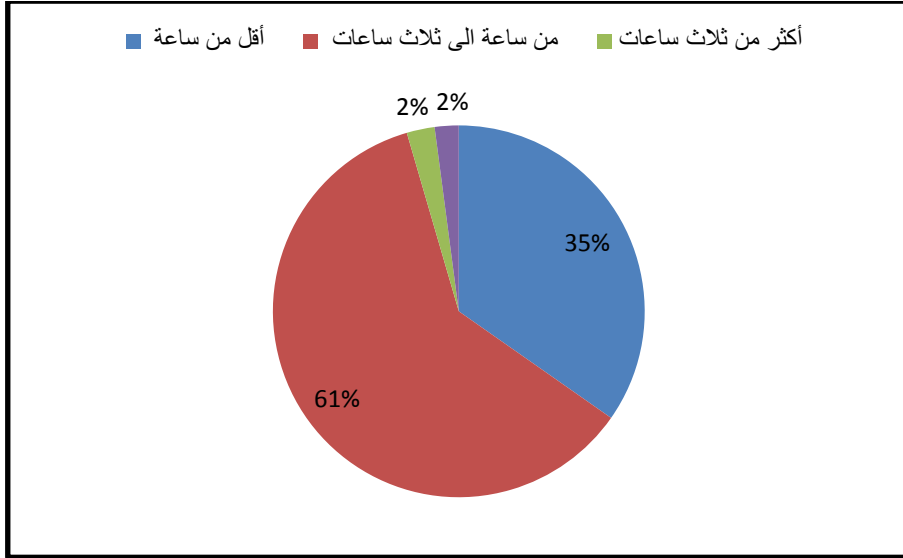
من خلال قراءتنا للجدول يتبين أن اغلب المبحوثين يستخدمون تطبيق الماسنجر دائماً بتكرار 30 أي بنسبة (50%)، يليها فئة المبحوثين الذين يستخدمون الماسنجر أحياناً بتكرار 26 بنسبة (43.3%)، بينما فئة المبحوثين الذين نادراً ما يستخدمون الماسنجر بتكرار 4 بنسبة (6.7%).

ونستنتج من خلال النتائج أن معظم المبحوثين يستخدمون الماسنجر دائماً حيث أصبح الماسنجر الوسيلة الاتصالية الأكثر استخداماً خاصة مع تنوع مميزاته وخدماته ما جعله يجذب العديد من الشباب .

الجدول رقم (4) : مدة الدردشة عبر تطبيق الماسنجر.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
20%	12	أقل من ساعة
35%	21	من ساعة إلى ثلاث ساعات
45%	27	أكثر من ثلاث ساعات
100%	60	المجموع

الشكل رقم (4) : مدة الدردشة عبر تطبيق الماسنجر.



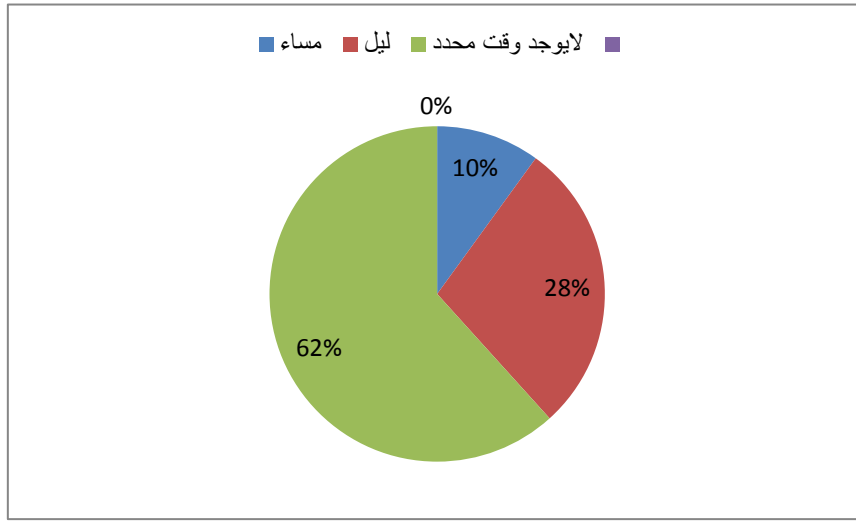
من خلال الجدول يتضح لنا أن اغلب المبحوثين يستخدمون الماسنجر أكثر من ثلاث ساعات بتكرار 27 وبنسبة (45%)، وتليها فئة الذين يستخدمون الماسنجر من ساعة إلى ثلاث ساعات بتكرار 21 بنسبة (35%)، وأخيرا فئة أقل من ساعة بتكرار 12 وبنسبة (20%).

ونستنتج من خلال النسب أن اغلب المبحوثين يستخدمون الماسنجر أكثر من ثلاث ساعات وهذا لعدة أسباب قد يكون منها متعة الدردشة التي يشعر بها المستخدمون إضافة إلى التواصل مع الآخرين تجعلهم لا يشعرون بمرور الوقت .

الجدول رقم(5) : الوقت المناسب للدردشة عبر تطبيق الماسنجر.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
صباحا	0	%0
مساء	6	%10
ليل	17	%28,3
لا يوجد وقت محدد	37	%61,7
المجموع	60	%100

الشكل رقم(5) : الوقت المناسب عند للدردشة عبر تطبيق الماسنجر.



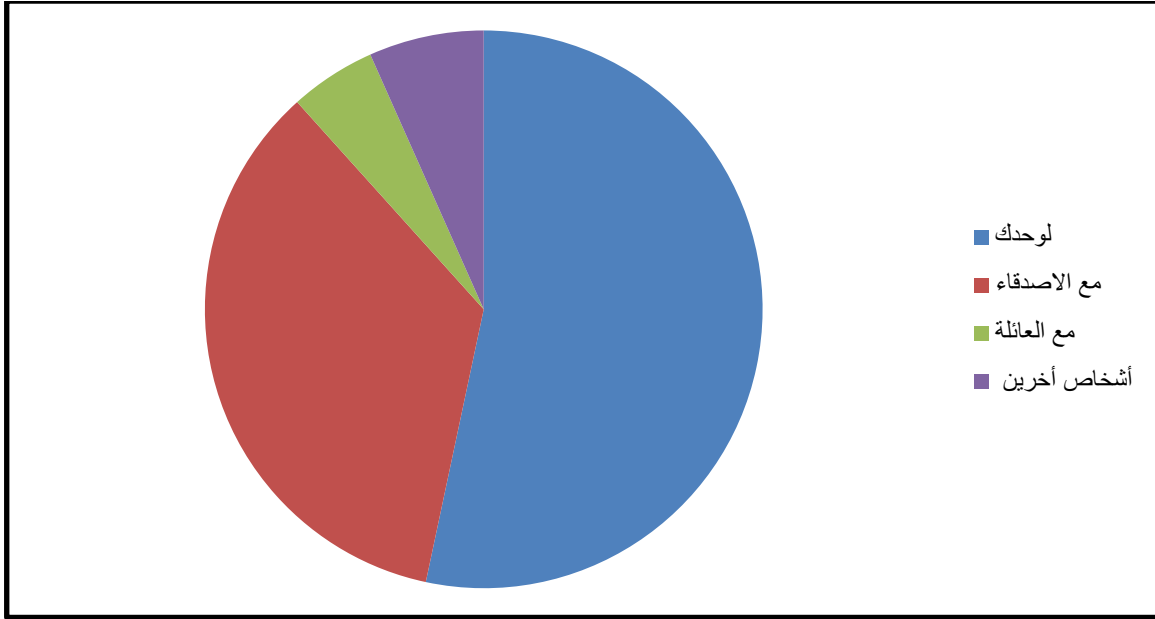
من خلال الجدول يتضح لنا أن اغلب المبحوثين لا يوجد وقت محدد لديهم لدردشة عبر تطبيق الماسنجر بتكرار 37 وبنسبة(61.7%)، وتليها فئة الليل بتكرار 17 وبنسبة (28.3%) ، بينما فئة المساء بتكرار 6 وبنسبة (10%)، في حين انعدمت في فترة الصباح.

ونستنتج من خلال النسب إن اغلب المبحوثين لا يوجد لديهم وقت محدد لدردشة عبر الماسنجر لأسباب قد يكون منها الانتشار الكبير للوسائل التكنولوجية الحديثة من حواسيب محمولة وهواتف ذكية وألواح الكترونية ما جعلهم يكسرون حاجز الوقت لديهم.

الجدول رقم(6) : مع من تكون حين تستخدم تطبيق الماسنجر.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
لوحدهم	32	53,3%
مع الأصدقاء	21	35%
مع العائلة	3	5%
أشخاص آخرين	4	6,7%
المجموع	60	100%

الشكل رقم(6) : مع من تكون حين تستخدم تطبيق الماسنجر.



يتضح لنا من خلال الجدول ن اغلب المبحوثين يفضلون استخدام تطبيق الماسنجر لوحدهم بتكرار 32 أي بنسبة (53.3%) ،تليها فئة الذين يفضلون استخدام الماسنجر مع الأصدقاء بتكرار 21 وبنسبة(35%) ، بينما كانت فئة أشخاص آخرين بتكرار 4 وبنسبة (6.7%)، في حين فئة مع العائلة بتكرار 3 وبنسبة(5%).

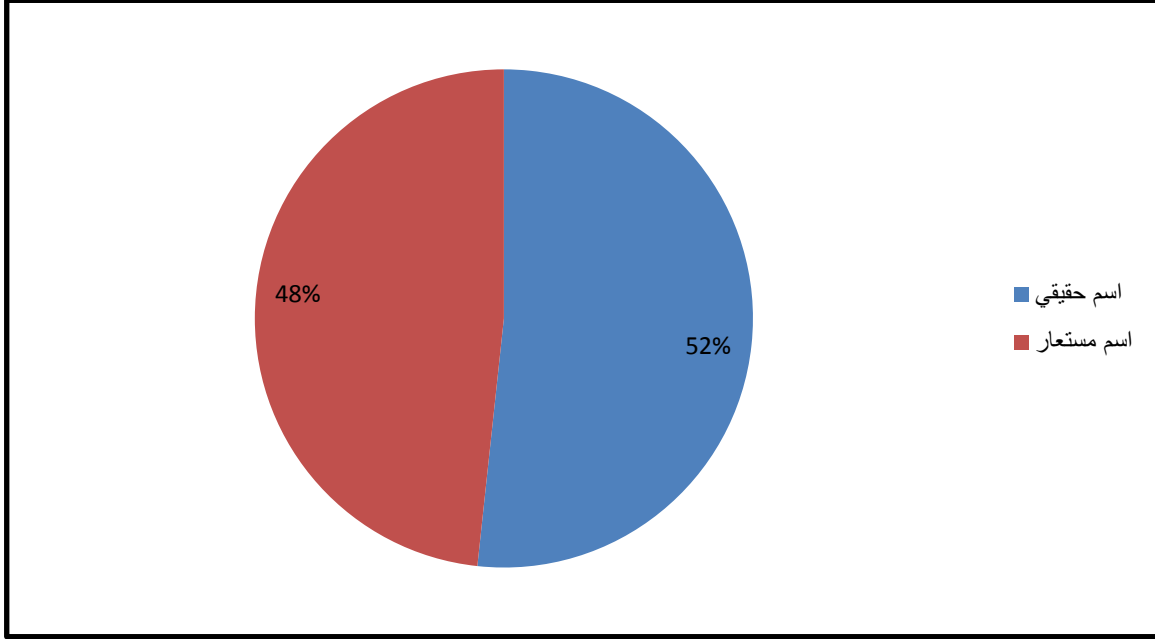
جاءت هذه النتائج تتوافق مع ما توصلت اليه مريم ناريمان نومار في دراستها التي اظهرت أن اغلب المبحوثين يفضلون استخدام الفيس بوك لوحدهم.

ونستنتج من خلال الجدول أن اغلب المبحوثين يفضلون استخدام الماسنجر لوحدهم وهذا من اجل الخصوصية الشخصية والحرية والراحة في الاستخدام، ولتجنب الازعاج والحفاظ على سرية الدردشة .

الجدول رقم(7) :الإسم المستخدم في الحساب على تطبيق الماسنجر

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
اسم حقيقي	31	51,7%
اسم مستعار	29	48,3%
المجموع	60	100%

الشكل رقم(7) :الإسم المستخدم في الحساب على تطبيق الماسنجر

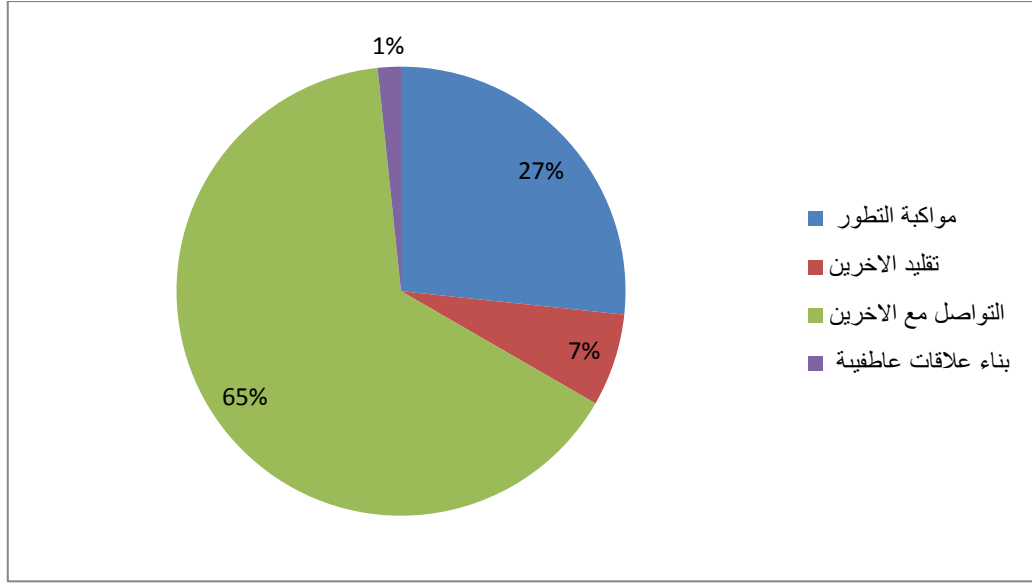


يتضح لنا من خلال الجدول ن اغلب المبحوثين يفضلون استخدام اسمهم الحقيقي في حسابهم على الماسنجر بتكرار 31 وبنسبة(51.7%)،في حين كان فئة الذين يفضلون استخدام اسم مستعار في حسابهم على الماسنجر بتكرار 29 وبنسبة (48.3%). ونستنتج أن معظم المبحوثين يفضلون استخدام اسمهم الحقيقي وقد يكون هذا من اجل التعريف بأنفسهم وسهولة التواصل معه.

الجدول رقم(8) :الغاية من استخدام تطبيق الماسنجر

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
مواكبة التطور	16	26,7%
تقليد الآخرين	4	6,7%
التواصل مع الآخرين	39	65,0%
بناء علاقات عاطفية	1	1,6%
المجموع	60	100%

الشكل رقم(8) : الغاية من استخدام تطبيق الماسنجر



من خلال قراءتنا للجدول يتبين لنا أن معظم المبحوثين يهدفون من خلال استخدام الماسنجر للتواصل مع الآخرين بتكرار 39 وبنسبة (65%)، وتليها فئة مواكبة التطور بتكرار 16 وبنسبة (26.7%)، بينما جاءت فئة تقليد الآخرين بتكرار 4 وبنسبة (6.7%)، وأخيرا فئة بناء علاقات عاطفية بتكرار 1 وبنسبة (1.6%).

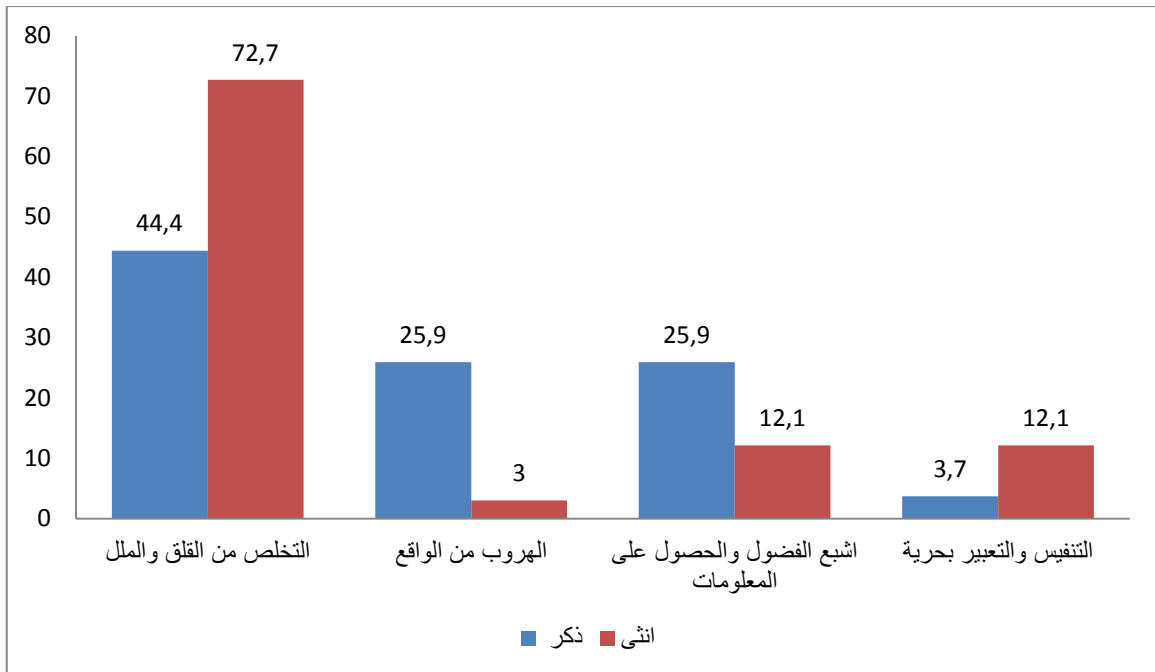
ونستنتج من خلال النتائج أنجل المبحوثين يعتمدون على الماسنجر من اجل التواصل مع الآخرين وهذا من اجل معرفة أخبار الأصدقاء ومناقشة الأحداث اليومية وتبادل وجهات النظر حول مختلفة القضايا والأحداث.

المحور الثاني: حاجات استخدام تطبيق الماسنجر

الجدول رقم (9) : الحاجات التي تلبها الدردشة عبر تطبيق الماسنجر.

المجموع	الجنس		الإجابة	
	أنثى	ذكر		
36	24	12	التكرار	التخلص من القلق والملل
%60,0	%72,7	%44,4	النسبة المئوية	
8	1	7	التكرار	الهروب من الواقع
%13,3	%3	%25,9	النسبة المئوية	
11	4	7	التكرار	اشبع الفضول والحصول على المعلومات
%18,3	%12,1	%25,9	النسبة المئوية	
5	4	1	التكرار	التنفيس والتعبير بحرية
%8,3	%12,1	%3,7	النسبة المئوية	
60	33	27	التكرار	المجموع
%100	%100	%100	النسبة المئوية	

الشكل رقم (9) : الحاجات التي تلبها الدردشة عبر تطبيق الماسنجر.



من خلال قراءتنا للجدول يتضح أن جل المبحوثين يرون أن الحاجيات التي يلبيها لهم الماسنجر هي التخلص من القلق والملل بتكرار 36 أي بنسبة (60%)، وتليها فئة إشباع الفضول والحصول على المعلومات بتكرار 11 وبنسبة (18.3%) ، بينما جاءت فئة الهروب من الواقع بتكرار 8 وبنسبة (13.3%)، وأخيرا فئة التنفيس والتعبير بحرية بتكرار 5 بنسبة (8.3%) .

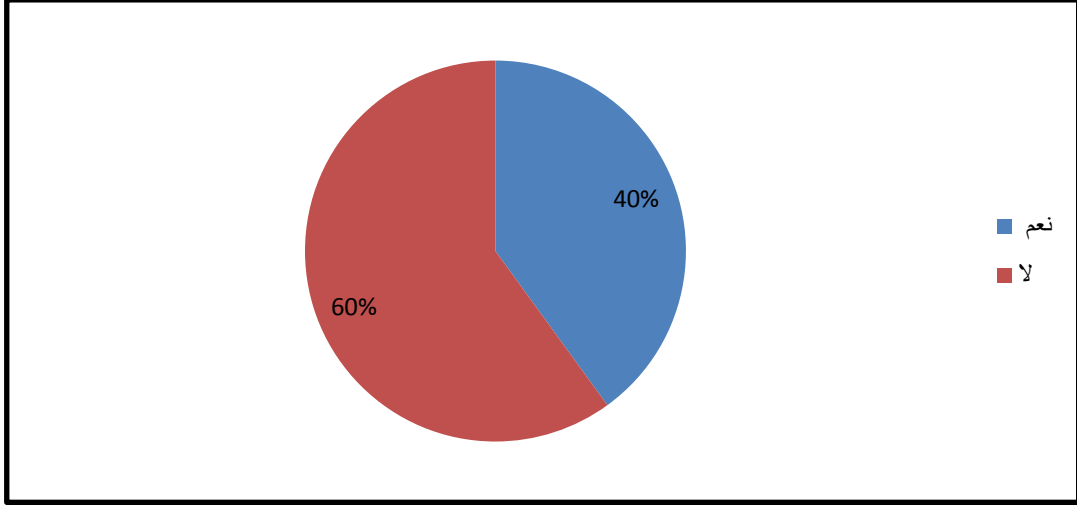
ونرى من خلال النتائج أن اغلب المبحوثين يستخدمون الماسنجر من اجل التخلص من القلق والملل ، حيث نجد أن فئة الإناث هن الأكثر استعمالا للماسنجر بنسبة (72.7%)، في حين لم تتجاوز نسبة الذكور (44.4%)، بينما فئة إشباع الفضول والحصول على المعلومات ارتفعت لدى فئة الذكور (25.9%) وتراجعت في فئة الإناث بنسبة (12.1%).

وعليه نستنتج أن اغلب الحاجات التي يلبيها الماسنجر للمبحوثين تختلف من فئة الإناث إلى فئة الذكور حيث تعتمد الإناث على الماسنجر من اجل التخلص من القلق والملل قد يرجع هذا إلى محاولة التخلص من المزاج السيئ وملئ وقت الفراغ بالتسلية.

الجدول رقم(10) : الاهتمام بتكوين علاقات عبر تطبيق الماسنجر .

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
40,0%	24	نعم
60,0%	36	لا
100%	60	المجموع

الشكل رقم (10) : الاهتمام بتكوين علاقات عبر تطبيق الماسنجر.

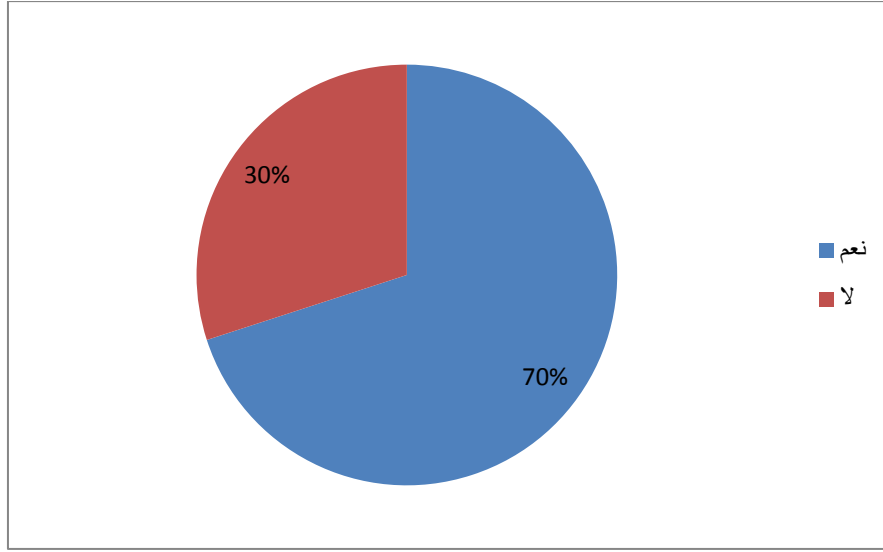


من خلال قراءتنا للجدول يتبين أن اغلب المبحوثين لا يهتمون بتكوين علاقات عبر الماسنجر بتكرار 36 بنسبة (60%)، بينما جاءت فئة الذين يهتمون بتكوين علاقات عبر الماسنجر بتكرار 24 وبنسبة (40%).
وعليه نستنتج أن معظم المستخدمين لا يهتمون بتكوين علاقات عبر الماسنجر وهذا باعتبار الماسنجر وسيلة اتصالية و وسيلة للردشة لا أكثر.

الجدول رقم(11) :أنت عضو في مجموعات معينة.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	42	70,0%
لا	18	30,0%
المجموع	60	100%

الشكل رقم(11) : أنت عضو في مجموعات معينة.

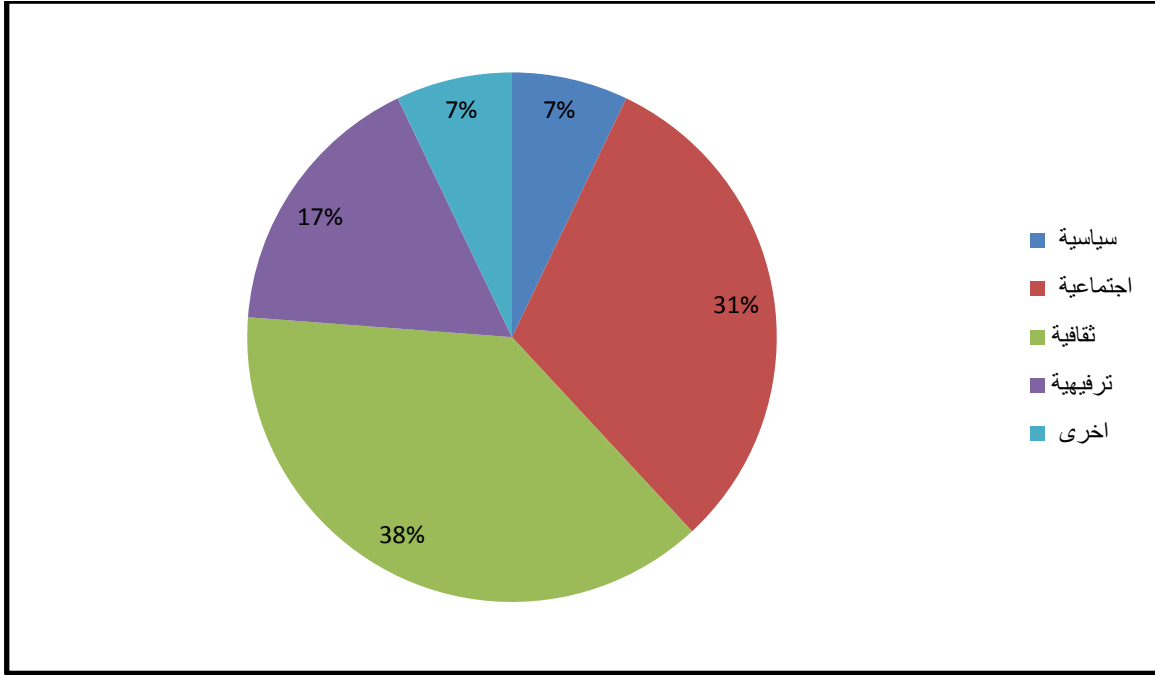


من خلال الجدول نرى أن معظم مستخدمي الماسنجر هم أعضاء في مجموعات معينة بتكرار 42 أي بنسبة (70%)، بينما البقية لا ينتمون إلى مجموعات معينة عبر الماسنجر بتكرار 18 وبنسبة (30%).
ومنه نستنتج أن جل المبحوثين ينتمون إلى مجموعات معينة وقد يكون هذا سبب الاهتمام بالتواصل مع أفراد المجموعة الذين لهم نفس الاهتمامات والتوجه .

الجدول رقم(12): طبيعة هذه المجموعات.

النسبة المئوية صالحة	النسبة المئوية	التكرار	
7,1%	5,0%	3	سياسية
31,0%	21,7%	13	اجتماعية
38,1%	26,7%	16	ثقافية
16,7%	11,7%	7	ترفيهية
7,1%	5,0%	3	أخرى
100%	70,0%	42	المجموع
	100%	60	المجموع

الشكل رقم(12) : طبيعة هذه المجموعات.



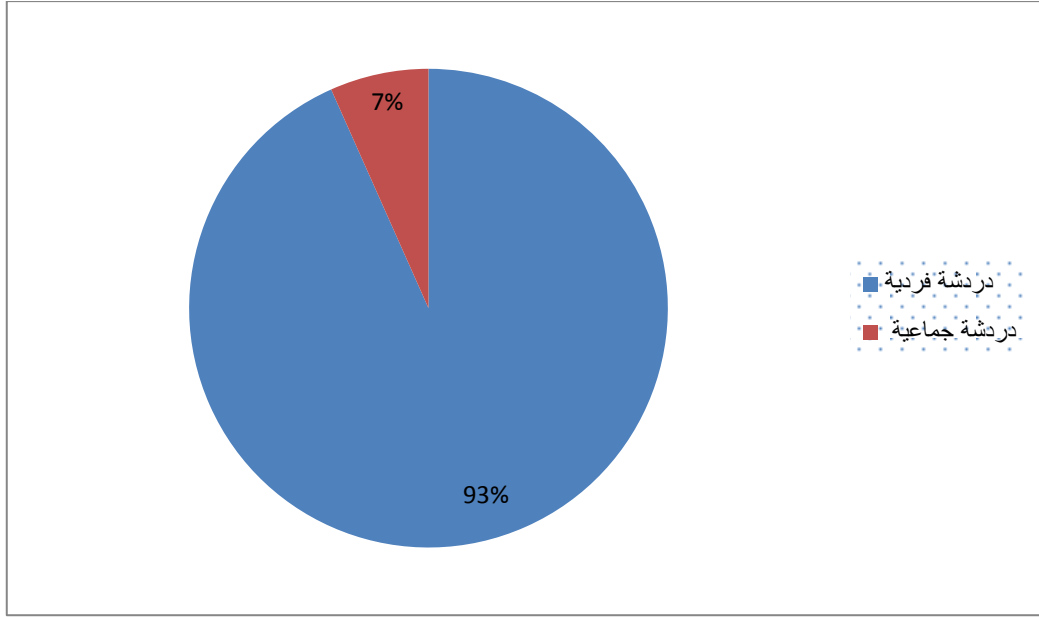
من خلال نتائج الجدول رقم (10) نرى أن معظم المبحوثين مشاركون في مجموعات افتراضية على الماسنجر حيث من خلال قراءتنا للجدول رقم (11) يتبين أن جل المبحوثين هم أعضاء في مجموعات ثقافية بتكرار 16 وبنسبة (38.1%)، وتليها فئة المجموعات الاجتماعية بتكرار 13 وبنسبة (31%)، بينما جاءت فئة المجموعات الترفيهية بتكرار 7 وبنسبة (16.7%)، وجاءت أخيراً فئة مجموعات سياسية ومجموعات أخرى بتكرار 3 وبنسبة (7.1%).

وعليه فإن اغلب المبحوثين هم أعضاء في مجموعات ثقافية ومجموعات ترفيهية قد يكون هذا من اجل تنمية الحس الثقافي لديهم و كذلك المشاركة في الأمور الترفيهية والتسلية من اجل كسر الروتين والهروب من مشاكل الحياة اليومية والتخلص من الضيق والقلق.

الجدول رقم(13) :نوع الدردشة المستخدمة أكثر عبر تطبيق الماسنجر.

نوع الدردشة	التكرار	النسبة المئوية
دردشة فردية	56	93,3 %
دردشة جماعية	4	6,7 %
المجموع	60	100 %

الشكل رقم(13) : نوع الدردشة المستخدمة أكثر عبر تطبيق الماسنجر.



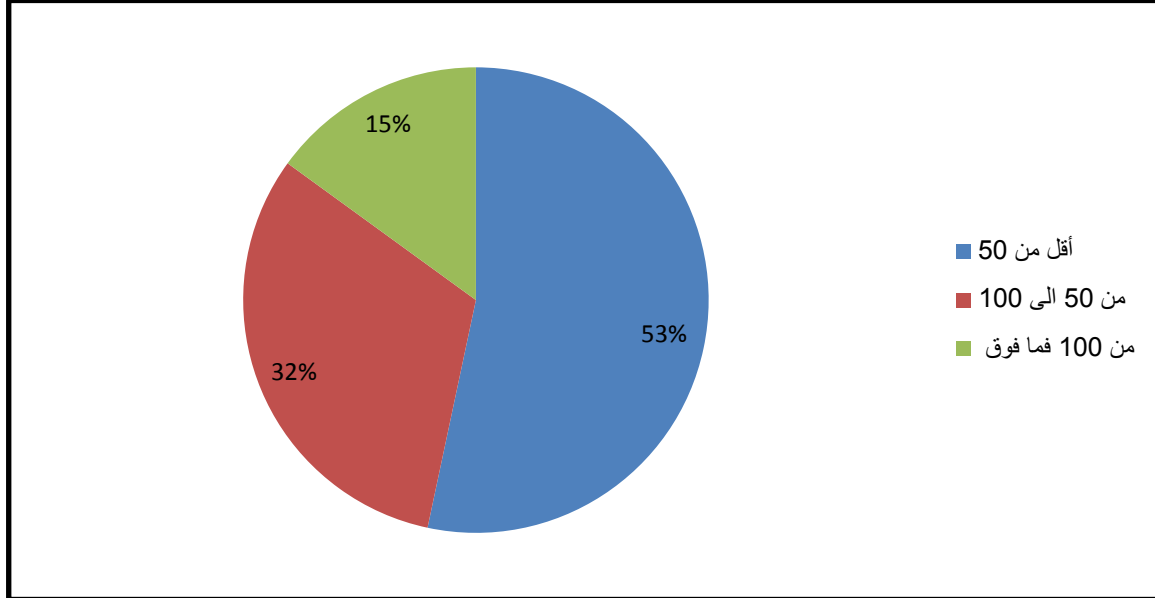
يتبين من خلال الجدول أن جل المبحوثين يستخدمون الدردشة الفردية بتكرار 56 اي بنسبة (93.3%)، في حين من يستخدمون الدردشة الجماعية بتكرار 4 أي بنسبة (6.7%).

كما جاءت هذه النتائج تتوافق مع نتائج الدراسة التي توصل اليها إبراهيم بعزير والتي اظهرت بأن اغلب المبحوثين يفضلون استخدام الدردشة الفردية . ونستنتج من خلال النتائج أن النسبة الغالبة من المبحوثين يفضلون استخدام الدردشة الفردية ، وقد يكون هذا بسب طبيعة المستخدم في الماسنجر لان غالبية الدردشة التي تكون جماعية ترتبط بمجموعة من الأشخاص يجمعهم اهتمام واحد على عكس الدردشة الفردية التي تكون أكثر خصوصية .

الجدول رقم (14) : عدد الأصدقاء في الحساب على تطبيق الماسنجر.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 50	32	53,3 %
من 50 الى 100	19	31,7 %
من 100 فما فوق	9	15 %
المجموع	60	100%

الشكل رقم (14): عدد الأصدقاء في الحساب على تطبيق الماسنجر.



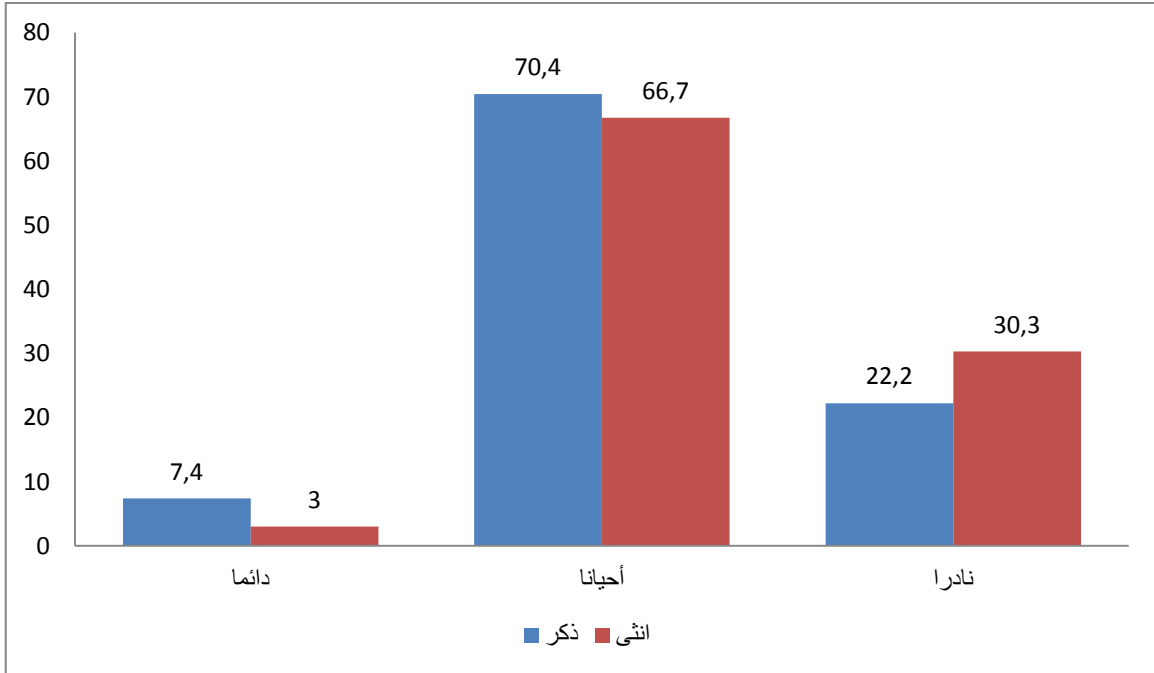
وفي قراءتنا للجدول يتضح أن اغلب المبحوثين يمتلكون أقل من 50 صديق بتكرار 32 بنسبة (53.3%)، وتليها من يمتلكون من 50 إلى 100 صديق بتكرار 19 بنسبة (31.7%)، بينما من يمتلكون 100 صديق فما فوق بتكرار 9 بنسبة (15%). ونستنتج من خلال النتائج أن جل المبحوثين يمتلكون أقل من 50 قد يرجع هذا إلى أن مستخدمي الماسنجر يعتمدون على الانتقاء في اختيار أصدقائهم وهناك من يستخدمون الماسنجر للتواصل مع الأقارب و الأصدقاء ومع من يعرفونهم معرف شخصية كما أنهم كلما كان عدد الأصدقاء أقل كان الاتصال ذو أهمية أكبر.

المحور الثالث: الإشباع المحققة من استخدام تطبيق الماسنجر

الجدول رقم (15) : ما يقدمه تطبيق الماسنجر يلبي كل الإشباعات.

المجموع	الجنس		ماهي الإشباع التي تلبها لك الدردشة عبر تطبيق الماسنجر؟	
	أنثى	ذكر		
3	1	2	التكرار	دائماً
%5	%3	%7,4	النسبة المئوية	
41	22	19	التكرار	أحياناً
%68,3	%66,7	%70,4	النسبة المئوية	
16	10	6	التكرار	نادراً
%26,7	%30,3	%22,2	النسبة المئوية	
60	33	27	التكرار	المجموع
%100	%100	%100	النسبة المئوية	

الشكل رقم (15) : ما يقدمه تطبيق الماسنجر يلبي كل الإشباعات.



يتضح لنا من خلال الجدول أن جل المبحوثين أحيانا ما يجدون ما يلبي اشباعاتهم بتكرار 41 وبنسبة (68.3%)، وتليها من اختاروا عبارة نادرا بتكرار 16 وبنسبة (26.7%)، بينما من اختاروا عبارة دائما بتكرار 3 بنسبة (5%).

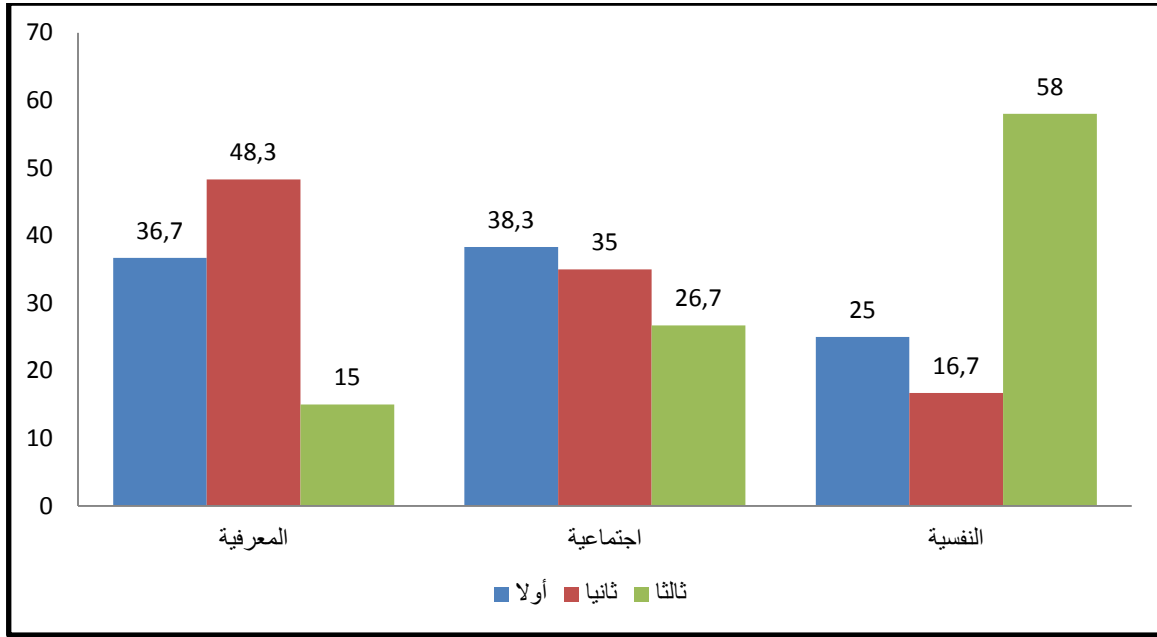
ونرى من خلال النتائج أن النسب متقاربة بين الجنسين في فئة أحيانا، حيث كانت لدى الذكور بنسبة (70.4%) بينما الإناث بنسبة (66.7%)، بينما فئة نادرا ارتفعت لدى الإناث بنسبة (30.3%)، وتراجعت عند الذكور بنسبة (22.2%).

عليه نستنتج أن معظم المبحوثين أحيانا يجدون ما يلبي اشباعاتهم في تطبيق الماسنجر، قد يكون هذا بسبب اعتمادهم على الماسنجر كوسيلة اتصالية لا أكثر.

الجدول رقم (16): ترتيب الإشباعات التي يحققها تطبيق الماسنجر (1 إلى 3).

ثالثا		ثانيا		أولا		
النسبة المئوية	الكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
15 %	9	48.3 %	29	36.7 %	22	المعرفية
26.7 %	16	35 %	21	38.3 %	23	اجتماعية
58 %	35	16.7 %	10	25 %	15	النفسية
100 %	60	100 %	60	100 %	60	المجموع

الشكل رقم (16): ترتيب الإشباعات التي يحققها تطبيق الماسنجر (1 إلى 3) .



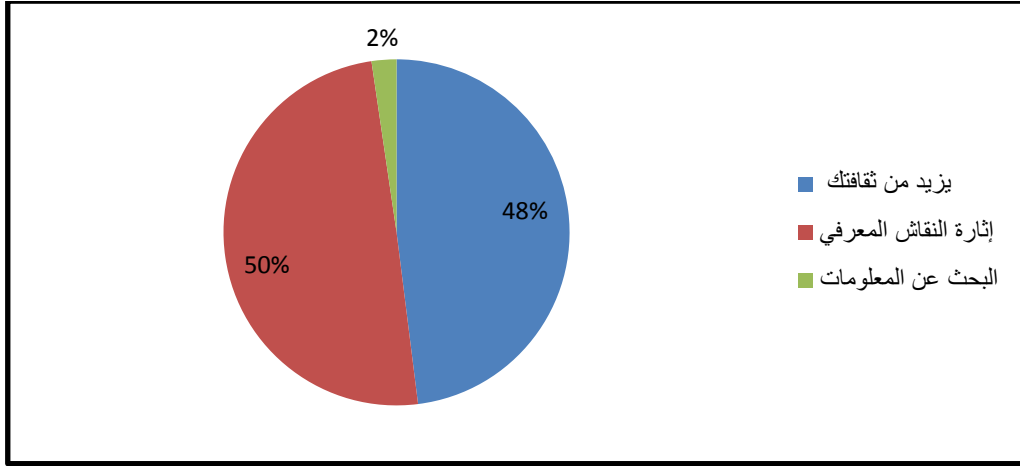
من خلال قراءتنا للجدول نرى أن الإشباعات الاجتماعية جاءت في المرتبة الأولى بتكرار 23 اي بنسبة (38.3%)، وتليها في المرتبة الثانية الإشباعات المعرفية بتكرار 22 أي بنسبة (36.7%)، وأخيراً في المرتبة الثالثة الإشباعات النفسية بتكرار 15 وبنسبة (25%).

ونستنتج من خلال النتائج حسب ترتيب المبحوثين أن الإشباعات التي يحققها الماسنجر هي اشباعات اجتماعية قد يكون هذا بسبب أن الماسنجر وسيلة اتصالية يسعى من خلالها المستخدمون إلى الحفاظ على علاقاتهم القائمة وتوسيع معارفهم الشخصية بإقامة علاقات جديدة.

الجدول رقم (17): الإشباعات المعرفية التي يحققها تطبيق الماسنجر.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
48,3 %	29	يزيد من ثقافتك
50,0 %	30	إثارة النقاش المعرفي
1,7 %	1	البحث عن المعلومات
100 %	60	المجموع

الشكل رقم (17):الإشباعات المعرفية التي يحققها تطبيق الماسنجر.

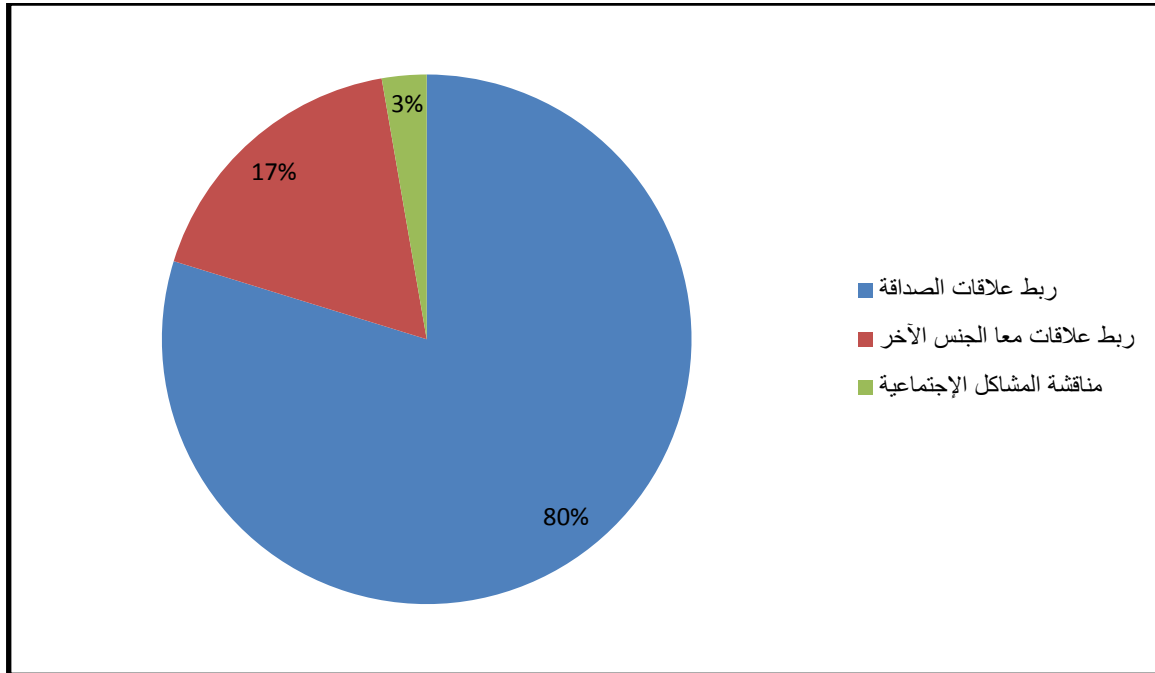


من خلال الجدول نرى أن معظم الإشباعات المعرفية التي يحققها الماسنجر للمستخدمين هي إثارة النقاش المعرفي بتكرار 30 وبنسبة (50%)، ويليهما خيار يزيد من ثقافتك بتكرار 29 وبنسبة (48.3%)، في حين جاءت الإشباعات النفسية بتكرار 1 وبنسبة (1.7%). ومن خلال تحليلنا للجدول يتضح أن إجابات تتراوح ما بين من يرون أن الماسنجر يثير النقاش المعرفي لديهم وبين من يرون انه يزيد من ثقافتهم، وهذا راجع إلى طبيعة المبحوثين ومستواهم التعليمي حيث ينعكس هذا على استخدامهم الماسنجر.

الجدول رقم (18):الإشباعات الإجتماعية التي يحققها تطبيق الماسنجر.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
ربط علاقات الصداقة	41	68,3 %
ربط علاقات مع الجنس الآخر	9	15,0 %
مناقشة المشاكل الإجتماعية	10	16,7 %
المجموع	60	100 %

الشكل رقم (18):الإشباعات الإجتماعية التي يحققها تطبيق الماسنجر.



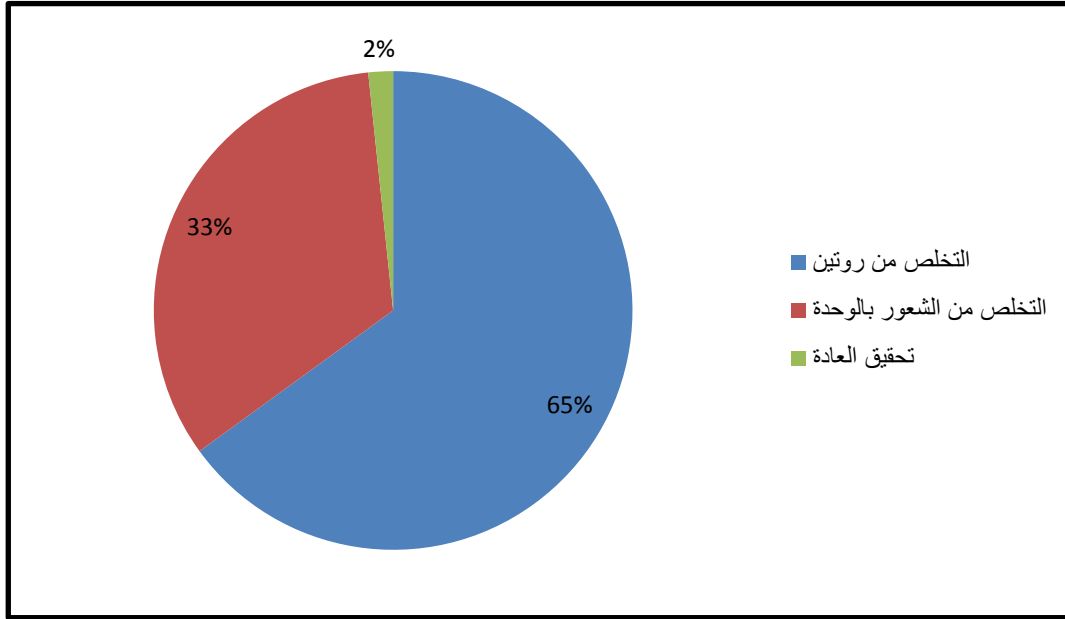
من خلال الجدول نرى أن جل الإشباعات الاجتماعية التي يحققها الماسنجر للمستخدمين هي ربط علاقات صداقة بتكرار 41 بنسبة (68.3%) ، وتليها مناقشة المشاكل الاجتماعية بتكرار 10 بنسبة (16.7%) ،بينما جاءت ربط العلاقات مع الجنس الآخر بتكرار 9 بنسبة (15%).

وعليه فان ربط علاقات صداقة هو الإشباع الغالب الذي يحققه الماسنجر للمبحوثين وقد يكون هذا بسبب انجذاب الأفراد إلى تكون علاقات صداقة مع الآخرين وهذا بفضل خدمات الدردشة التي يتيحها الماسنجر .

الجدول رقم(19):الإشباعات النفسية التي يحققها تطبيق الماسنجر.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
التخلص من روتين	39	65 %
التخلص من الشعور بالوحدة	20	33,3 %
تحقيق العادة	1	1,7 %
المجموع	60	100 %

الشكل رقم(19):الإشباع النفسى التي يحققها تطبيق الماسنجر.



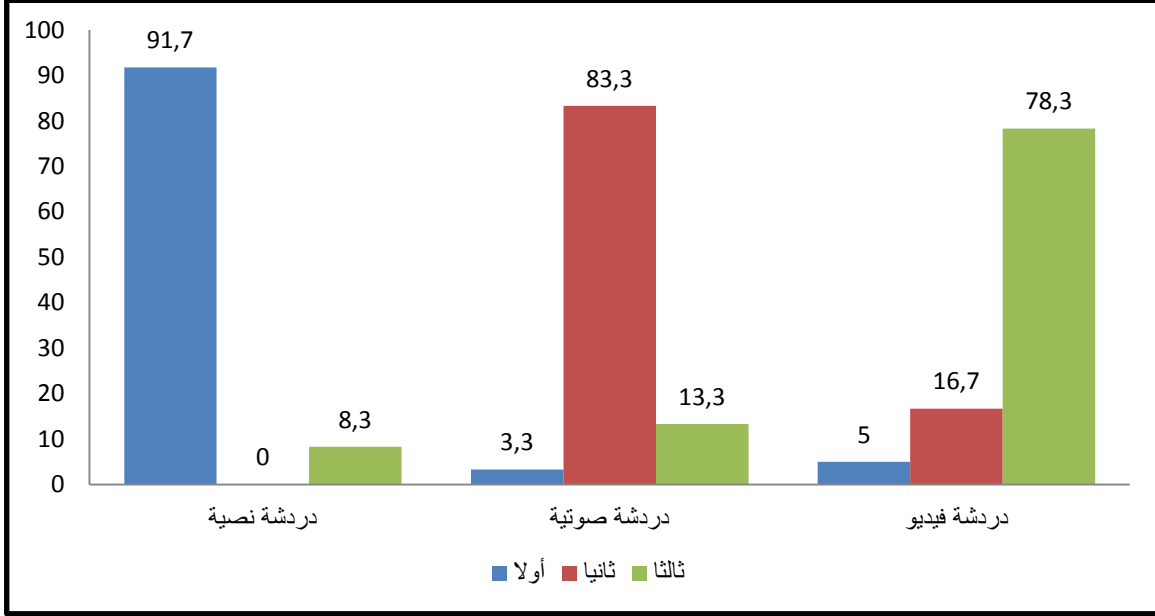
نلاحظ من خلال الجدول أن الإشباع النفسى التي يحققها الماسنجر اغلبها هي التخلص من الروتين بتكرار 39 بنسبة (65%)، وجاءت عبارة التخلص من الشعور بالوحدة بتكرار 20 بنسبة (33.3%)، أما عبارة تحقيق العادة بتكرار 1 أي بنسبة (1.7%).

نستنتج من خلال النتائج أن التخلص من الروتين هو الإشباع النفسى الغالب ، قد يكون هذا باعتبار أن الدردشة عبر الماسنجر متنفس يلجا إليها الأشخاص للترويح عن أنفسهم والتخلص من المشاكل اليومية .

الجدول رقم (20) : ترتيب خدمات تطبيق الماسنجر حسب استعمالها (من 1الى 3).

الإجابة		أولا		ثانيا		ثالثا	
التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
55	91.7%	0	0%	5	8.3%		
2	3.3%	50	83.3%	8	13.3%		
3	5%	10	16.7%	47	78.3%		
60	100%	60	100%	60	100%		

الشكل رقم (20) : ترتيب خدمات تطبيق الماسنجر حسب استعمالها (من 1 الى 3).

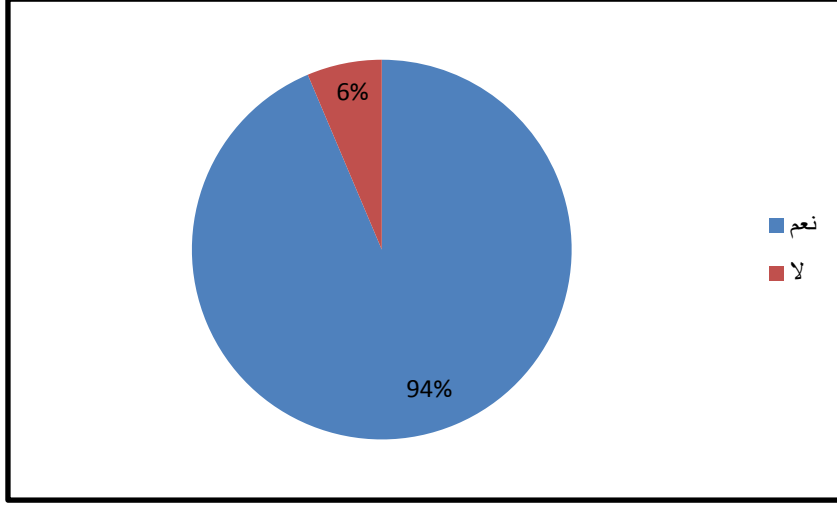


من خلال قراءتنا للجدول نرى بان خدمة الدردشة النصية جاءت في المرتبة الأولى من حيث الاستخدام بتكرار 55 أي بنسبة (91.5%)، وتليها دردشة الفيديو في المرتبة الثانية بتكرار 3 بنسبة (5%)، وأخيرا الدردشة الصوتية بتكرار 2 أي بنسبة (3.3%) . ونستنتج من خلال النسب أن اغلب المبحوثين يفضلون استخدام الدردشة النصية قد يكون هذا بسبب أن المستخدمين يشعرون براحة كبيرة أثناء استخدام الدردشة النصية فهي تتيح لهم حرية اكبر إضافة إلى سهولة استخدامها وتحمل تعبيرات أكثر أثناء الاتصال مع الاخرين.

الجدول رقم (21) :زيادة تطبيق الماسنجر من المعارف الشخصية.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	47	% 78,3
لا	13	% 21.7
المجموع	60	%100

الشكل رقم (21): زيادة تطبيق الماسنجر من المعارف الشخصية.

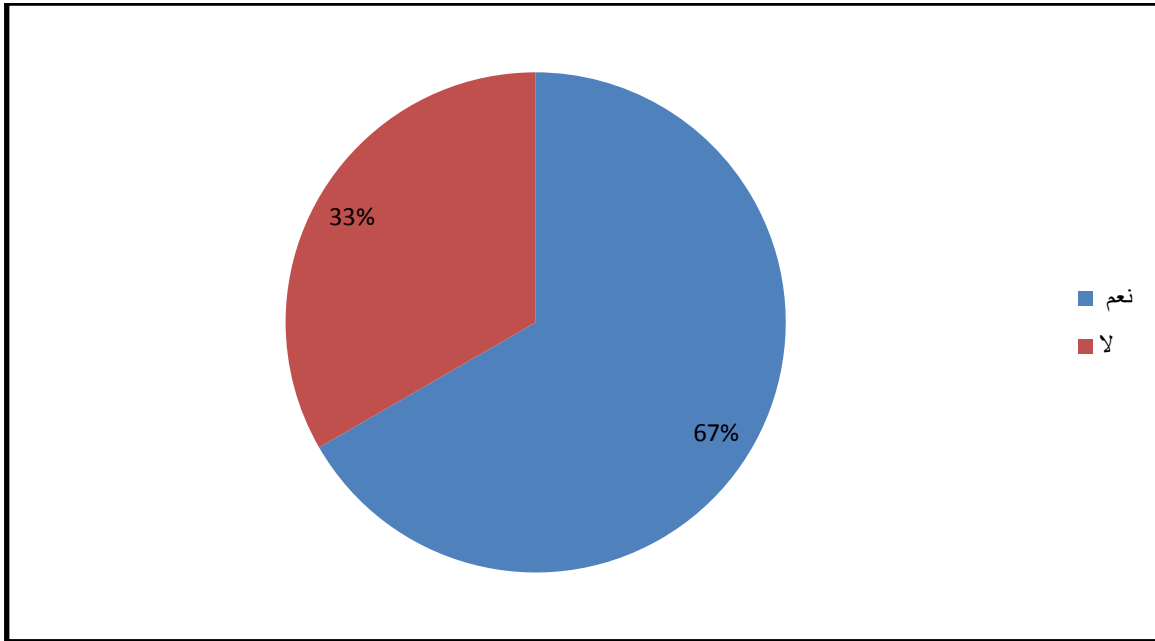


يتضح لنا من خلال الجدول أن معظم المبحوثين يرون أن تطبيق الماسنجر زاد من معارفهم الشخصية بتكرار 47 وبنسبة (78.9%)، بينما الآخرون يرون أن تطبيق الماسنجر لم يزد من معارفهم الشخصية بتكرار 13 وبنسبة (21.7%). ومن خلال النتائج نستنتج أن الماسنجر زاد من المعارف الشخصية للأفراد، وقد يكون هذا بسبب مميزات الماسنجر التي مكنته مستخدميه من تكوين وربط علاقات صداقة مع الآخرين.

الجدول رقم (22): مساهمة تطبيق الماسنجر في توطيد العلاقات الإجتماعية.

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	40	66,7%
لا	20	33,3%
المجموع	60	100%

الشكل رقم (22): مساهمة تطبيق الماسنجر في توطيد العلاقات الإجتماعية.



نلاحظ من خلال الجدول أن جل المبحوثين يرون بان الماسنجر ساهم في توطيد العلاقات الاجتماعية لديهم بتكرار 40 وبنسبة (66.7%)، في حين يرى الآخرون بأنه لم يساهم في توطيد العلاقات الاجتماعية بتكرار 20 بنسبة (33.3%). وعليه نستنتج أن الماسنجر قد ساهم في توطيد العلاقات الاجتماعية للأفراد قد يكون ذلك بسبب التواصل الدائم بين الأفراد والاطمئنان على بعضهم البعض الذي يدل على الاهتمام المتبادل مما يساهم في تقوية الروابط الاجتماعية فيما بينهم.

الاستنتاجات العامة للدراسة:

- أسفرت الدراسة الميدانية على مجموعة من النتائج وهي كالتالي:
- يتضح من خلال الدراسة أن اغلب المبحوثين لهم أكثر من ثلاث سنوات في استخدام تطبيق الماسنجر.
 - معظم المبحوثين يستخدمون تطبيق الماسنجر دائما أكثر من ثلاث ساعات .
 - أن اغلب المبحوثين لا يوجد وقت محدد لديهم لدرشة عبر تطبيق الماسنجر .
 - يتضح من خلال الدراسة أن اغلب المبحوثين يفضلون استخدام تطبيق الماسنجر لوحدهم .
 - أن اغلب المبحوثين يفضلون استخدام اسمهم الحقيقي في حسابهم على الماسنجر.
 - أن معظم المبحوثين يهدفون من خلال استخدام الماسنجر للتواصل مع الآخرين .
 - إن جل المبحوثين يرون أن الحاجيات التي يلبيها لهم الماسنجر هي التخلص من القلق والملل، حيث نجد أن فئة الإناث هن الأكثر اعتمادا على الماسنجر في تلبية احتياجاتهم.
 - يتبين أن اغلب المبحوثين لا يهتمون بتكوين علاقات عبر الماسنجر.
 - يتضح من خلال النتائج أن معظم مستخدمي الماسنجر هم أعضاء في مجموعات معينة .
 - يتبين أن جل المبحوثين هم أعضاء في مجموعات ثقافية، وتليها فئة المجموعات الاجتماعية .
 - أن جل المبحوثين يفضلون استخدام الدردشة الفردية، ومعظمهم يمتلكون اقل من 50 صديق .
 - يتضح أن جل المبحوثين أحيانا ما يجدون ما يلبي اشباعاتهم، واغلبها اشباعات اجتماعية.
 - إن جل الإشباعات الاجتماعية التي يحققها الماسنجر للمستخدمين هي ربط علاقات صداقة.
 - أن معظم الإشباعات المعرفية التي يحققها الماسنجر للمستخدمين هي إثارة النقاش المعرفي .
 - أن الإشباعات النفسية التي يحققها الماسنجر اغلبها هي التخلص من الروتين .

- اغلب المبحوثين يفضلون استخدام الدردشة النصية، ومعظمهم يرون أن تطبيق الماسنجر زاد من معارفهم الشخصية، ساهم في توطيد العلاقات الاجتماعية لديهم .
- ان معظم المبحوثين حسب متغير الجنس كانوا من جنس الإناث، أما حسب متغير السن فان اغلب المبحوثين كانوا من الفئة العمرية (18- 24 سنة) .
- أن اغلب المبحوثين يستخدمون الماسنجر أكثر من ثلاثة سنوات، حيث نجد أن فئة الذكور هم السباقون في استخدام الماسنجر، في حين انخفضت لدى فئة الإناث، بينما ازدادت فئة الإناث اللواتي يستخدمن الماسنجر من سنة إلى سنتين، في حين تراجعت لدى فئة الذكور.
- أن معظم المبحوثين يستخدمون الماسنجر من اجل التخلص من القلق والملل، حيث نجد أن فئة الإناث هن الأكثر استعمالا للماسنجر، في حين تناقصت لدى فئة الذكور، بينما فئة إشباع الفضول والحصول على المعلومات ارتفعت لدى فئة الذكور وتراجعت في فئة الإناث.
- إن النسب متقاربة بين الجنسين في فئة أحيانا، بينما فئة نادرا ارتفعت لدى الإناث ، وتراجعت عند الذكور .

خاتمة

خاتمة:

لقد تطرقنا من خلال دراستنا لموضوع استخدام الشباب الجامعي لمواقع الدردشة الإلكترونية، محاولين بذلك الكشف عن الدوافع التي تكمن وراء استخدامها وأهم الإشباعات المحققة منها، فقد أصبحت الدردشة عبر الماسنجر تشغل حيزا كبيرا من اهتمامات الشباب إذ انه من الصعب أن تجد من لا يستخدم الدردشة الإلكترونية كما أنها أصبحت تستخدم بصفة دائمة ويقضون معظم أوقاتهم معها، كما أنها لم تعد وسيلة اتصالية فحسب بل أصبحت منصة اجتماعية لتبادل الآراء والأفكار كما أن لها تأثيرا اكبر من الاتصال المواجهي، إذ أن الأفراد يتواصلون عن طريق الماسنجر أكثر من تواصلهم وجها لوجه، فالمميزات والخدمات التي يقدمها الماسنجر هي التي جعلت الشباب ينجذبون حوله.

كما أن الماسنجر يتيح للأفراد ذات الاهتمام المشترك بتكوين مجموعات معينة لتبادل الأفكار ومناقشة المواضيع المشتركة، وتبين من خلال الدراسة أن الماسنجر يحقق معظم اشباعات مستخدميه من اشباعات اجتماعية اشباعات معرفية ونفسية، ناهيك عن التسلية والتخلص من القلق والملل وكسر الروتين فتنطبق الماسنجر قد جمع بين الجانب الاجتماعي والمعرفي والترفيهي .

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

أولا الكتب :

1. احمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ن ط:2.
2. جارول مانهل يمر يتشار ريتش، ترجمة عبد المطلب وآخرون، التحليل السياسي الامبريقي، طرق البحث العلمي في العلوم السياسية، دار الربيع العربي للنشر، القاهرة، 1996.
3. عماد مكاوي وليلى حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية للنشر، مصر، 2001.
4. عباس مصطفى صادف، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط: 1، 2008.
5. فاطمة عوض صابر، ميرفت على خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، ط:1، 2002.
6. كاسر نصر المنصور، سلوك المستهلك "مدخل الإعلان"، دار حامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2006.
7. كمال خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام . التطور. الخصائص . النظريات، دار المسيرة للنشر، ط:2، عمان الأردن، 2014.
8. محمد خليل عباس وآخرون، مدخل الى مناهج البحث في التربية وعلم النفس، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 1998.
9. محمد عبد الغاني مسعود، محمد احمد الخضري، الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه مكتبة الانجلو المصرية، 1992.
10. محمد عبيدات وآخرون، البحث العلمي مفهومه أدواته وأساليبه، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 1998.
11. محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2010.

12. مرزوق عبد الحكيم العادلي، الإعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات و الإشباعات، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط:1، 2004.
13. ميشيل مان، موسوعة العلوم الاجتماعية، ترجمة عادل مختار الهواري، سعد عبد العزيز مصلوح، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1999.
14. وائل عبد الرحمان وعيسى محمد قحل، البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط:2.
15. ياسين قرناني، الشباب والانترنت دراسة في العادات والأنماط والدوافع والتأثير، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، ط:1.

ثانيا المعاجم:

16. محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010.
17. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2004.

ثالثا الرسائل الجامعية :

18. إبراهيم بعزیز، منتديات المحادثة والدرشة الالكترونية دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، سنة: 2008/2007.
19. مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الحاج لخضر باتنة، السنة الجامعية، 2011_2012.
20. حنان بنت شعشوع الشهري، اثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية، مذكرة ماجستير، جامعة الملك عبد العزيز السعودية، "2013/2012".

21. جبنون حمزة، بيتر سليمان، المحادثة الالكترونية و دورها في تأسيس علاقات اجتماعية بين الشباب الجامعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2016_2017.
22. رابعا المواقع الالكترونية:
23. موسوعة ويكيبيديا الحرة، (28 نوفمبر 2017)،
<https://ar.wikipedia.org/wiki>

الملاحق

جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص: تكنولوجيا الاتصال الجديدة

موضوع المذكرة

استخدام الشباب الجامعي لمواقع الدردشة الالكترونية

دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي تطبيق (الماسنجر)

استمارة مقدمة في إطار تحضير مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص تكنولوجيا

الاتصال الجديدة

نضع بين أيديكم هذه الاستمارة وأرجوا منكم الإجابة على جميع الأسئلة لوضع علامة (X)
أمام العبارة المناسبة علما أن هذه المعلومات التي سيتم جمعها لن تستعمل إلا لأغراض
البحث العلمي وسنحافظ على سريتها وشكرا.

تحت إشراف الأستاذة :

- فضيلة تومي

من إعداد الطلبة :

- غاته عبد المجيد

- بن جدية صلاح الدين

المحور الأول : دوافع استخدام تطبيق الماسنجر

(1) منذ متى وأنت تستخدم تطبيق الماسنجر ؟

أقل من سنة من سنة إلى سنتين أكثر من ثلاثة سنوات

(2) ما هو معدل استخدامك لتطبيق الماسنجر ؟

دائماً أحياناً نادراً

(3) ما هي المدة التي تقضيها في الدردشة عبر تطبيق الماسنجر ؟

أقل من ساعة من ساعة إلى ثلاثة ساعات أكثر من ثلاثة ساعات

(4) ما هو الوقت المناسب لديك لدردشة عبر تطبيق الماسنجر ؟

صباح مساءً ليل لا يوجد وقت محدد

(5) معاً من تكون حين تستخدم تطبيق الماسنجر ؟

لوحده مع الأصدقاء مع العائلة أشخاص آخرين

(6) ما هو الاسم الذي تستخدمه في حسابك على تطبيق الماسنجر ؟

اسم حقيقي اسم مستعار

(7) ما غايتك من استخدام تطبيق الماسنجر ؟

مواكبة التطور تقليد الآخرين بناء علاقات عاطفية

التواصل مع الآخرين

المحور الثاني : حاجات استخدام تطبيق الماسنجر

(8) ما هي حاجات التي تلبّيها لك الدردشة عبر تطبيق الماسنجر ؟

التخلص من القلق والملل الهروب من الواقع

إشباع الفضول والحصول على المعلومات التنفيس والتعبير بحرية

(9) هل أنت مهتم بتكوين علاقات عبر التطبيق الماسنجر ؟

نعم لا

10) هل أنت عضو في مجموعات معينة ؟

نعم لا

- إذا كانت الإجابة بنعم ، فما هي طبيعة هذه المجموعات ؟

سياسية اجتماعية ثقافية ترفيهية أخرى

11) ما نوع الدردشة التي تستخدمها أكثر عبر تطبيق الماسنجر ؟

دردشة فردية دردشة جماعية

12) ما هو عدد أصدقائك في حسابك على تطبيق الماسنجر ؟

أقل من 50 من 50 إلى 100 من 100 فما فوق

المحور الثالث : الإشباعات المحققة من استخدام تطبيق الماسنجر

13) هل تجد في تطبيق الماسنجر كل ما يلبي اشباعاتك ؟

دائماً أحياناً نادراً

14) رتب الإشباعات التي يحققها لك تطبيق الماسنجر (من 1 إلى 3) ؟

إشباعات معرفية

إشباعات اجتماعية

إشباعات نفسية

15) ما هي الإشباعات المعرفية التي يحققها لك تطبيق الماسنجر ؟

يزيد من ثقافتك إثارة النقاش المعرفي

16). ما هي الإشباعات الاجتماعية التي يحققها لك تطبيق الماسنجر ؟

ربط علاقات الصداقة ربط علاقات مع الجنس الآخر مناقشة المشاكل

الاجتماعية

17) ما هي الإشباعات النفسية التي يحققها لك تطبيق الماسنجر ؟

18) التخلص من روتين التخلص من الشعور بالوحدة تحقيق العادة

رتب خدمات تطبيق الماسنجر حسب استعمالك لها (من 1 الى 3) .

دردشة نصية

دردشة صوتية

دردشة الفيديو

19) هل زاد تطبيق الماسنجر من معارفك الشخصية ؟

نعم لا

20) هل ساهم تطبيق الماسنجر في توطيد العلاقات الاجتماعية لديك ؟

نعم لا

البيانات الشخصية :

جنس : ذكر أنثى

السن : من 18 إلى 24 سنة من 25 غالى 31 سنة

من 32 الى 38 سنة من 39 فما فوق

المستوى التعليمي:

السنة الثانية ليسانس السنة الثالثة ليسانس السنة أولى ماستر

السنة الثانية ماستر