

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم علوم الاعلام والاتصال

استهلاك تكنولوجيا الاعلام والاتصال في زمن
جائحة كورونا (كوفيد 19) من قبل الشباب الجزائري
دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية غرداية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال
تخصص: الاتصال والعلاقات العامة

تحت اشراف الدكتور:
أ. صابر بقور

اعداد الطالبين:
- أحمد رزمة
- مصطفى غشي

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الصفة
د. بكير قشار	أستاذ محاضر أ	رئيسا
د. صابر بقور	أستاذ مساعد ب	مشرفا ومقررا
أ. أبو بكر صيتي	أستاذ مساعد أ	مناقشا

الموسم الجامعي: 1442-1443هـ / 2021-2022م

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الاعلام والاتصال

استهلاك تكنولوجيا الاعلام والاتصال في زمن جائحة كورونا (كوفيد 19) من قبل الشباب الجزائري

دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية غرداية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: الاتصال والعلاقات العامة

تحت اشراف الدكتور:

أ. صابر بقور

اعداد الطالبين:

- أحمد رزمة

- مصطفى غشي

الموسم الجامعي: 1442-1443هـ / 2021-2022م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

دعاء

يا رب لا تدعنا نصاب بالغرور إذا نجحنا ولا نصاب باليأس إذا فشلنا بل ذكرنا دائما بأن التسامح هو أكبر مراتب القوة وأن حب الانتقام هو أول مظاهر الضعف.

يا رب ان جردتنا من المال أترك لنا الأمل، وان جردتنا من النجاح أترك لنا العناد حتى نتغلب على الفشل وإذ جردتنا من نعمة الصحة فالترك لنا نعمة الايمان.

يا رب اذ أعطيتنا تواضعا لا تأخذ اعتزازنا بكرامتنا

يا رب إذا أسئنا للناس أعطينا شجاعة الاعتذار وإذا أساء الناس الينا أعطينا شجاعة العفو والغفران

يا رب إذا نسينا فلا تنسنا

اللهم انا هذا الوباء قد غدا من حولنا وأمره بين يديك فحل بيننا وبينه بلطفك وسترك وعفوك ورحمتك واحمي بلادنا من شره وبلائه

آمين يا رب العالمين

الإهداء

الحمد لله الواحد القهار مسير الليل والنهار، شاق الأفئدة والأبصار، والصلاة

والسلام على المختار، خاتم الأنبياء الأبرار، وعلى آله، وصحبه الأخيار.

يارب أهدي إليك شيئاً من جزيل عطائك اجعله لقلبي ضياء ولبصري جلاء ولأسقامي

دواء، واجعله في ميزان حسناتي، وارحم به أهلي، أينما حلوا، وارتحلوا.

إلى حبيبتنا خير الأنام منبع السلام محمد عليه الصلاة والسلام.

إلى منبع العطف والحنان الغالية غلاة الروح، والطيبة طيبة النفس، والعزيزة عزة الأمل،

والدافئة دفي المشاعر، الشمعة التي أنارت دربي، شجعتني وجاهدت من أجلي، أمي

الغالية.

إلى رمز العطاء والوفاء: أبي الغالي

وإلى إخوتي وأخواتي وإلى كل الأصدقاء

رزمة أحمد

الأهداء



أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع:

إلى من قال فيهما عز وجل: (وَقُلْ رَبِّ ارْحَمَهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا)

إلى منبع الحنان والدتي ... أطال الله عمرها .

إلى أبي العزيز... أطال الله في عمره .

إلى جميع إخوتي وكل أفراد أسرتي وإلى زميلتي كوثر والاستاذة يمينة وكريمة و إلى كل من

علمني وكل أساتذتي ومن كان لهم الفضل في تعليمي .

إلى جميع الأصدقاء و الزملاء و الى الاخ و الصديق الوفي رزمة أحمد

إلى كل من مديد العون و أفسح الطريق أمام طارقي أبواب المعرفة .

إلى كل من ثابر في سبيل العلم وجعله نوراً إلى هؤلاء جميعاً: أهدي هذا الجهد حباً و وفاءً

وتقديرًا

غثبي مصطفى

شكر والتقدير

نشكر الله العلي القدير على النعم التي نعلمها والتي لا نعلمها، وعلى رأسها نعمة العلم وعلى أن يسر لنا انهاء هذه الدراسة.

قال رسول الله (صلى الله عليه وسلم): " من صنع اليكم معروفًا فكافئوه، فان لم تجدول ما تكافئونه به فادعوا له حتى تروا أنكم كافأتموه".... (رواه أبو داود).

بدايتنا نتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير والامتنان الى الذين حملوا أقدس رسالة في الحياة، الى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة، الى من آمنوا بأن الطموح ليس له حدود، الى الذين صاغوا لنا من علمهم حروفاً ومن فكرهم منارة تنير لنا طريق العلم والنجاح الى جميع معلمينا وأساتذتنا الأفاضل

كما ونخص بالشكر والتقدير الى الذي انحنى بشموخه تواضعا لتحمل عناء الاشراف علينا، الى الفاعل الذي لا يكل ولا يمل الى الأستاذ الدكتور المشرف "صابر بقور" الذي بذل معنا مجهوداته في سبيل اخراج هذا العمل الى النور وتحمل معنا عناء البحث ولم يدخر أي جهد في اسداء النصائح القيمة، الممزوجة بالاحترام وكذا الصبر معنا على مشاق العمل فنقول له بشراك قول الرسول صلى الله عليه وسلم " ان الحوت في البحر والطير في السماء يصلون على معلم الناس الخير"

كما يسرنا أن نوجه أسمى آيات التقدير والعرفان للأساتذة الكرام على ارشاداتهم وآرائهم وتوجيهاتهم كما ونشكر الزملاء الذين كانوا لي السند والدعم الإيجابي لإتمام هذه المذكرة " لكحل حسين بن عبد الرحمان موسى والصدیق 'سلامات عبد الكريم الزهرة".

ومن باب من لم يشكر الناس لم يشكر الله، فشكر موصول الى لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة هذه المذكرة وتصحيحها

ملخص الدراسة:

تناولت دراستنا موضوع استهلاك تكنولوجيا الاعلام والاتصال في زمن جائحة كورونا (كوفيد 19) من قبل الشباب الجزائري دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية غرداية، وتمحورت إشكالية دراستنا حول أثر جائحة كورونا على استهلاك شباب ولاية غرداية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، كما ركزت على مختلف وسائل ووسائط تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة من طرف شباب ولاية غرداية أثناء جائحة كورونا، وكذا عادات ودوافع استخدامها.

اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي الوصفي باستخدام أداة الاستبيان، من خلال تصميم استمارة مكونة من مجموعة محاور، حيث تم نشرها إلكترونيا لتحصل على عينة متاحة مكونة من 400 شاب من ولاية غرداية.

توصلنا في الأخير إلى نتائج أهمها الاستهلاك الكبير لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال الجائحة، أين احتل الهاتف الذكي والحاسوب صدارة الاستخدام، كما يعد سبب "بيع وشراء المنتجات" دافعا أساسيا لدى عينة الدراسة في استهلاكها لتكنولوجيا الإعلام والاتصال خلال تفشي فيروس كورونا في الجزائر، سجلت الدراسة أيضا خلال هذه الفترة استهلاكًا كبيرًا لمواقع التواصل الاجتماعي خصوصا "الدردشة" بنسب مرتفعة جدا لدى شباب ولاية غرداية.

الكلمات المفتاحية: الاستهلاك، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، الشباب، جائحة كورونا، كوفيد

19.

Study summary:

Our study dealt with the issue of the consumption of information and communication technology in the time of the Corona pandemic (Covid 19) by Algerian youth, a field study on a sample of the youth of the state of Ghardaia. Information and communication technology used by the youth of Ghardaia during the Corona pandemic, as well as the habits and motives for its use.

In our study, we relied on the descriptive survey method using the questionnaire tool, by designing a questionnaire consisting of a set of axes, which was published electronically in order to obtain an available sample of 400 young people from the state of Ghardaia.

- In the end, we reached results, the most important of which is the large consumption of information and communication technology by the youth of the state of Ghardaia during the pandemic, where the smartphone and computer took the lead in use, and the reason for “selling and buying products” is a primary motive for the study sample in its consumption of information and communication technology during the outbreak of the Corona virus. In Algeria, the study also recorded during this period a large consumption of social networking sites, especially “chat” with very high rates among the youth of the state of Ghardaia.

Key words: consumption, information and communication technology, youth, corona pandemic, covid 19.

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
ج	الاهداء 1
د	الاهداء 2
هـ	شكر وتقدير
و	ملخص الدراسة
ز	ملخص الدراسة بالأجنبية
ح	فهرس المحتويات
ي	فهرس الجداول
م	فهرس الاشكال
ن	فهرس الملاحق
1	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
05	إشكالية الدراسة
06	التساؤلات الفرعية للدراسة
07	فرضيات الدراسة
07	تحديد المصطلحات ومفاهيم الدراسة
11	أسباب اختيار الموضوع
12	منهج الدراسة وأدواتها ونوعها
14	مجتمع الدراسة وعينتها
15	الدراسات السابقة
15	منظور الدراسة
الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي للدراسة	
18	تمهيد

19	I . الاستهلاك
19	1 تعريف الاستهلاك
19	2 انواع الاستهلاك
20	3 العوامل المؤثرة على الاستهلاك
21	4 نظريات الاستهلاك
24	II . تكنولوجيا الاعلام والاتصال واستخداماتها
24	1 وسائل تكنولوجيا الاعلام والاتصال (الهاتف، الحاسوب، اللوح الذكي)
27	2 وسائط تكنولوجيا الاعلام والاتصال (الانترنت، المواقع الالكترونية، مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات)
33	3خدمات تكنولوجيا الاعلام والاتصال (الالعاب الالكترونية، التجارة الالكترونية، الخدمات التعليمية (التعليم عن بعد)
37	III . جائحة كورونا وآثارها
37	1 مفهوم جائحة كوفيد 19
39	2 تأثير جائحة كوفيد 19 على الشباب العربي
39	3 آثار جائحة كوفيد 19(الاقتصادية، الاجتماعية، النفسية)
43	خلاصة
الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة التطبيقية	
45	I . مجتمع وعينة الدراسة:
45	II . لمحة عامة حول توزيع وخصائص عينة الدراسة
47	III . عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية
88	IV . نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات
92	V . النتائج العامة للدراسة
96	خاتمة
98	قائمة المراجع
105	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
45	يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
45	يبين توزيع أفراد العينة حسب السن	02
46	يبين توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة	03
46	يبين توزيع أفراد العينة حسب الدخل الفردي	04
47	يبين استخدام وسائل تكنولوجيا الاعلام والاتصال المستخدمة حسب الدخل	05
48	يوضح نتائج اختبار ك 2 للفروق الإحصائية بين استخدام وسائل تكنولوجيا الاعلام والاتصال والدخل	06
49	يبين استخدام وسائل تكنولوجيا الاعلام والاتصال الاكثر استخداما حسب السن	07
49	يوضح نتائج اختبار ك 2 للفروق الإحصائية بين استخدام وسائل تكنولوجيا الاعلام والاتصال والسن	08
51	يوضح متوسط استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال يوميا حسب الوظيفة	09
51	يوضح نتائج اختبار ك 2 للفروق الإحصائية بين متوسط استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال يوميا والوظيفة	10
52	يبين الاستجابة لدعوات الالتزام بالحجر الصحي عبر مختلف منصات مواقع التواصل الاجتماعي حسب السن	11
53	يوضح نتائج اختبار ك 2 للفروق الإحصائية بين الاستجابة لدعوات الالتزام بالحجر الصحي عبر مختلف منصات مواقع التواصل الاجتماعي والسن	12
54	يبين استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا حسب الوظيفة	13
54	يوضح نتائج اختبار ك 2 للفروق الإحصائية بين استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا والوظيفة	14

55	يبين دوافع استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا حسب الجنس	15
56	يوضح نتائج اختبار ك 2 للفروق الإحصائية بين دوافع استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا والجنس	16
57	يبين استخدام الهاتف بكثرة في اتصالات أفراد العينة خلال جائحة كورونا حسب الجنس	17
58	يبين استخدام اللوح الذكي بشكل كبير أثناء جائحة كورونا حسب الجنس	18
59	يبين الاعتماد على الحاسوب خلال جائحة كورونا حسب الجنس	19
60	يبين زيادة استهلاك تكنولوجيا الإعلام والاتصال في ظل جائحة كورونا حسب الوظيفة	20
61	يبين اقتناء الهاتف خلال فترة الجائحة حسب الدخل	21
62	يبين اقتناء الحاسوب خلال فترة الجائحة حسب الدخل	22
63	يبين اقتناء تلفاز ذكي خلال فترة الجائحة حسب الدخل	23
64	يبين اقتناء جهاز ألعاب إلكترونية خلال فترة الجائحة حسب السن	24
65	يبين الاعتماد على تطبيقات شراء المنتجات عبر الانترنت خلال الجائحة حسب الدخل	25
66	يبين القيام بتسديد فواتير (الانترنت - الكهرباء _ الماء -الهاتف) خلال الجائحة حسب الدخل:	26
68	يبين القيام بتحميل تطبيقات على هاتفي لمتابعة تطورات الجائحة حسب السن	27
69	يبين القيام باقتناء حقوق المشاهدة المحتويات حسب الطلب (التفليكس) خلال الجائحة حسب الجنس	28
70	يبين الحصول من المعارف على حقوق مشاهدة المحتويات حسب الطلب خلال الجائحة (التفليكس) حسب الجنس	29
71	يوضح نتائج اختبار T لأبعاد الاستهلاك التقني لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا مع متغير الجنس	30
72	يوضح نتائج اختبار انوفا Anova لأبعاد الاستهلاك التقني لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا مع متغير السن	31
72	يوضح نتائج اختبار انوفا Anova لأبعاد الاستهلاك التقني لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا مع متغير الدخل	32

73	يبين الاعتماد على شبكة الأنترنت للحصول على معلومات حول كورونا حسب الوظيفة	33
74	يبين تفضيل استخدام المدونات الإلكترونية أثناء جائحة كورونا حسب الوظيفة	34
75	يبين استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية أثناء جائحة كورونا حسب الوظيفة	35
76	يبين الاعتماد بشكل كبير على الدردشة عبر شبكات التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا حسب الجنس	36
77	يبين استخدام الفيسبوك كثيرا خلال الجائحة حسب الجنس	37
78	يبين استخدام الانستغرام كثيرا خلال الجائحة حسب الجنس	38
79	يبين استخدام اليوتيوب كثيرا خلال الجائحة حسب الجنس	39
80	يبين مشاهدة الأفلام والمسلسلات كثيرا خلال الجائحة حسب السن	40
81	يبين مشاهدة المباريات الرياضية كثيرا خلال الجائحة حسب السن	41
82	يبين متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي كثيرا خلال الجائحة حسب السن	42
83	يبين لعب الألعاب الإلكترونية كثيرا خلال فترة الجائحة حسب السن	43
85	يوضح نتائج اختبار T لأبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا مع متغير الجنس	44
85	يوضح نتائج اختبار T لأبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا مع متغير الوظيفة	45
86	يوضح نتائج اختبار انوفا Anova لأبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا مع متغير السن	46
87	يوضح نتائج اختبار انوفا Anova لأبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا مع متغير الدخل	47

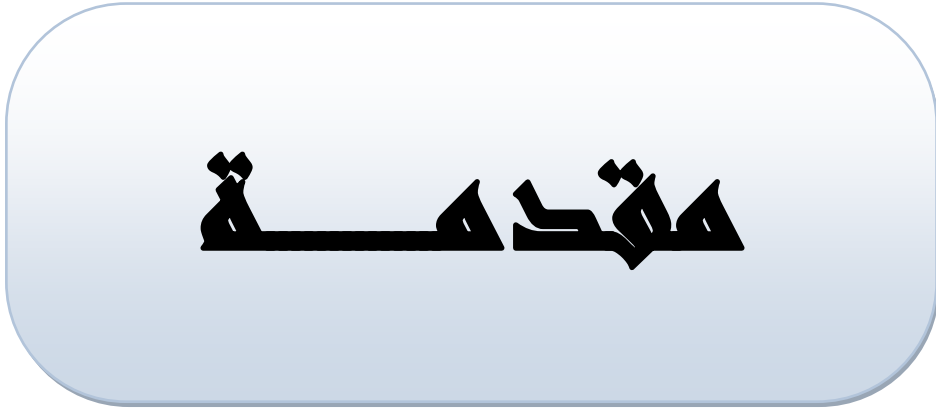
فهرس الاشكال

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
48	يوضح استخدام وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال حسب الدخل	01
50	يوضح استخدام وسائط تكنولوجيا الإعلام والاتصال حسب السن	02
51	يوضح متوسط استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال يوميا حسب الوظيفة	03
53	يوضح الاستجابة لدعوات الالتزام بالحجر الصحي عبر مختلف منصات مواقع التواصل الاجتماعي حسب السن	04
55	يوضح استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا حسب الوظيفة	05
57	يوضح دوافع استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا حسب الجنس	06
58	يوضح استخدام الهاتف بكثرة في اتصالات أفراد العينة خلال جائحة كورونا حسب الجنس	07
59	يوضح استخدام اللوح الذكي بشكل كبير أثناء جائحة كورونا حسب الجنس	08
60	يوضح الاعتماد على الحاسوب خلال جائحة كورونا حسب الجنس	09
61	يوضح زيادة استهلاك تكنولوجيا الإعلام والاتصال في ظل جائحة كورونا حسب الوظيفة	10
62	يوضح اقتناء الهاتف خلال فترة الجائحة حسب الدخل	11
63	يوضح اقتناء الحاسوب خلال فترة الجائحة حسب الدخل	12
64	يوضح اقتناء تلفاز ذكي خلال فترة الجائحة حسب الدخل	13
65	يوضح اقتناء جهاز ألعاب إلكترونية خلال فترة الجائحة حسب السن	14
66	يوضح الاعتماد على تطبيقات شراء المنتجات عبر الانترنت خلال الجائحة حسب الدخل	15
67	يوضح القيام بتسديد فواتير (الانترنت - الكهرباء _ الماء -الهاتف) خلال الجائحة حسب الدخل	16
69	يوضح القيام بتحميل تطبيقات على هاتفي لمتابعة تطورات الجائحة حسب السن	17

70	يوضح القيام باقتناء حقوق المشاهدة المحتويات حسب الطلب (التفليكس) خلال الجائحة حسب الجنس	18
71	يوضح الحصول من المعارف على حقوق مشاهدة المحتويات حسب الطلب خلال الجائحة (التفليكس) حسب الجنس	19
74	يوضح الاعتماد على شبكة الأنترنت بعد للحصول على معلومات حول كورونا حسب الوظيفة	20
75	يوضح تفضيل استخدام المدونات الإلكترونية أثناء جائحة كورونا حسب الوظيفة	21
76	يوضح استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية أثناء جائحة كورونا حسب الوظيفة	22
77	يوضح الاعتماد بشكل كبير على الدردشة عبر شبكات التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا حسب الجنس	23
78	يوضح استخدام الفايبروك كثيرا خلال الجائحة حسب الجنس	24
79	يوضح استخدام الأنستغرام كثيرا خلال الجائحة حسب الجنس	25
80	يوضح استخدام اليوتيوب كثيرا خلال الجائحة حسب الجنس	26
81	يوضح مشاهدة الأفلام والمسلسلات كثيرا خلال الجائحة حسب السن	27
82	يوضح مشاهدة المباريات الرياضية كثيرا خلال الجائحة حسب السن	28
83	يوضح متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي كثيرا خلال الجائحة حسب السن	29
84	يوضح لعب الألعاب الإلكترونية كثيرا خلال فترة الجائحة حسب السن	30

قائمة الملاحق

الصفحة	العنوان	رقم الملحق
105	استمارة الاستبيان الخاصة بالدراسة	01



مقدمة:

تعرف تكنولوجيا الاتصال والإعلام تطورا هائلا ومتسارعا منذ بداية القرن الواحد والعشرين، حيث شهدت دجما بين وسائل الاتصال التقليدية وتقنيات المعلومات مما صنع ما يعرف بتكنولوجيا الاتصال التفاعلي والاتصال المتعدد الوسائط وقدم لنا مصطلحات جديدة لم نكن نعرفها سابقا مثل الميديا الجديدة ومواقع التواصل الاجتماعي، الأمر الذي غير مفهوم المكان والزمان واختصر المسافات وقرب بين الشعوب والثقافات المختلفة وفتح الأفاق للتواصل والتفاعل بين أفرادها مما جعل من العالم عبارة عن قرية واحدة.

ونظرا لسرعة انتشار هذه التكنولوجيا الحديثة، وسهولة استخدامها أصبحت ضرورة عند كل المجتمعات وذلك لكثرة مجالات استعمالها ونخص بالذكر مواقع التواصل الاجتماعي التي باتت فضاء يتردد عليه اغلب الشباب، حيث استطاعت التقنيات الجديدة أن تغير من نمطية تدفق المعلومات، فتحدد الهدف من شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل بين الشعوب بعضها البعض ونقل الحضارات بين الشعوب والتسلية.

وبسبب جائحة كورونا التي شهدها العالم في الآونة الأخيرة، تغير الهدف من مواقع التواصل الاجتماعي بعدما كانت فضاء للتسلية والترفيه ، وتكوين صداقات مختلفة والتعرف على ثقافات الشعوب الأخرى ، إلى تحقيق التعايش خاصة وقات الحظر التي استمرت فترة طويلة وفي أثناء العزل والحظر الذي مر به سكان العالم ، حيث تم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في أثناء الحظر أو العزل الصحي بعدد من الاستخدامات المختلفة، فكانت شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك هي الوسيلة الأقرب والأسهل للتواصل بين الأهل والأصدقاء بعضهم بعضا في فترات الحظر الصحي بكل أشكاله.

كما قامت شبكة الفيس بوك بدعم القدرة على التواصل بين المجتمعات من خلال تقديم خدمات معلومات إضافية منها مركز معلومات كوفيد -19 لتوصيل المعلومات الصحيحة لمن يريد

من المستخدمين، مع توفير معلومات محلية خاصة بالمنطقة التي يعيش فيها المستخدم وفق الهاتف الخاص به، وذلك عن طريق تقديم أحدث المعلومات لرقم المتاحة من الجهات الرسمية، بما في ذلك عدد الاصابات والوفيات محليا وعالميا كما انها لعبت دورا بارزا في توعية الافراد بخصوص هذه الجائحة وتداعياتها.

كما تزايد استهلاك الشباب الجزائري على وجه الخصوص لتكنولوجيا الإعلام والاتصال خلال تلك الجائحة، لذلك كان موضوع دراستنا تحت عنوان " استهلاك تكنولوجيا الإعلام والاتصال في زمن جائحة كورونا من قبل الشباب الجزائري " من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية غرداية، حيث تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة فصول، حيث جاء الفصل الأول والذي يحمل عنوان الإطار المنهجي للدراسة والذي خصص ل طرح إشكالية الدراسة وتحديد أهدافها وأهميتها وكذا منظور الدراسة.

يليه الفصل المفاهيمي للدراسة والذي تم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث جاء المبحث الأول بعنوان الاستهلاك والذي تضمن أربعة مطالب، يليه المبحث الثاني بعنوان تكنولوجيا الاعلام والاتصال واستخداماتها والذي تضمن ثلاثة مطالب، أما المبحث الأخير بعنوان جائحة كورونا وآثارها فقد تناولنا فيه ثلاث مطالب.

ويليه الفصل الثالث وهو فصل الإجراءات المنهجية للدراسة التطبيقية والذي يحتوي على عرض مجتمع وعينة الدراسة ثم لمحة عامة حول توزيع وخصائص عينة الدراسة ثم عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية لنعرض في الأخير نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات والنتائج العامة للدراسة ثم خاتمة وهي خلاصة ما توصلنا إليه في دراستنا.

المفصل الأول

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

✓ إشكالية الدراسة

✓ التساؤلات الفرعية للدراسة

✓ فرضيات الدراسة

✓ تحديد المصطلحات ومفاهيم الدراسة

✓ أسباب اختيار الموضوع

✓ منهج الدراسة وأدواتها ونوعها

✓ مجتمع الدراسة وعينتها

✓ الدراسات السابقة

✓ منظور الدراسة

1. الإشكالية:

تدرج الانسان على هذه البسيطة منذ بداياته من الاقتصاد الزراعي مروراً بالاقتصاد الصناعي وصولاً إلى اقتصاد المعرفة واقتصاد المعلومات الذي نعيشه اليوم والذي يعتمد على تقنيات الاعلام والاتصال بشكل غير مسبوق ، حيث كانت بدايات هذا التحول في القرن 14 ميلادي في أوروبا حينما اكتشف غوتنبرغ عام 1436م الطباعة ، وفي القرن 19 ميلادي كنت الثورة الحقيقية في الوسائل الاعلامية الحديثة مثل - التلبرنتر Teleprinter 1913 م " وتعتبر هذه المرحلة مرحلة التطور الإعلامي والحضاري، حيث أصبح العالم سوقاً للإعلام الحديث " ¹ ، مصطلح الاقتصاد المعلوماتي المبني على المعرفة knowledge-based economy ، الذي محتواه وهو إدراك مكانة المعرفة والتكنولوجيا والعمل على استثمارها في العملية الانتاجية، لذلك فهو يقوم على أساس تكنولوجيا المعلومات والاتصال كركيزة اساسية ونقطة الانطلاق ، ولم يكن ليتواجد بالأساس لو لا ثورة المعلومات والاتصال " الإعلام الجديد " و هناك مصطلحات عديدة في نفس السياق منها اقتصاد انترنت واقتصاد الرقمي، والاقتصاد الافتراضي والالكتروني والاقتصاد الشبكي واللاملموسات كذلك مصطلحات تشير في كليتها إلى اقتصاد المعرفة الذي فرضته اساليب جديدة مرتبطة بالمعرفة التكنولوجية.

ومن الخصائص المهمة لتكنولوجيا الاعلام والاتصال، الدور الاجتماعي لوسائل الاعلام والاتصال المتمثل في النقد وذكر الحقائق وتنوع وجهات النظر وتعددتها " تناول متوازن للقضايا الخلافية وهو ما يعني إجمالاً الالتزام بقضايا المجتمع والواقع الاجتماعي كقيمة اتصالية إعلامية مهمة. " ² ، لذلك يمكن حصر سمات تكنولوجيا الاتصال من خلال هذا الواقع الاجتماعي في التفاعلية، واللامهيرية، واللامتزامية، وقابلية التحرك والحركة والتحويل والتوصيل والشيوع والانتشار والكونية حيث اصبح العالم قرية صغيرة .

من مسلمات القرية الصغيرة أو القرية الكونية حسب ماكلوهان هي سيطرت التكنولوجيا ووسائلها على الحياة العامة والخاصة للأفراد بما تتميز به هذه الوسائل فاصبح مصطلح الإدمان الالكتروني أو التصفح القهري للإنترنت خصوصاً خلال جائحة كورونا، فأصبح سمة هذا العصر الذي تحكمت فيه التكنولوجيا على سلوك الاشخاص، "كما أن الاعلام بوسائله صار يتغلغل في شتى نواحي حياتنا، ولم

¹ الطنوبي محمد عمر ، نظريات الاتصال ، ط1، دار المطبوعات ، الاسكندرية ، مصر ، 1985ص24
² سيد أحمد طارق : الإعلام المحلي وقضايا المجتمع ، د.ط، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية، مصر، 2004، ص61

يعد يخفى على احد حاجة المجتمع أي مجتمع إلى الإعلام، فلولا الإعلام ما درى معظم الأفراد بما يحدث فيما وراء متناول أبصارهم وأسماعهم.¹

ويعتبر فيروس كورونا مرض تفشّي للمرة الأولى في مدينة ووهان الصينية في أوائل شهر ديسمبر عام 2019. أعلنت منظمة الصحة العالمية رسميًا في 30 يناير أن تفشي الفيروس يُشكل حالة طوارئ صحية عامة تبعث على القلق الدولي، وأكدت تحول الفاشية إلى جائحة يوم 11 مارس 2020، وبذلك دخل العالم في حرب متعددة الواجه ولعل الحرب الاعلامية كانت الأهم نظراً لذعر الذي خلفته هذه الجائحة وتأثر الجانب الاقتصادي على مستوى الدول والافراد وتدني مستويات المعيشة بسبب تقلص فرص العمل في السوق المحلية والعالمية ، وعلى المستوى الاجتماعي من خلال اجراءات التضيق على الوباء الذي أثر على نفسية وحياة الناس وفي الجانب الثقافي عرف ركود كبير بسبب الاجراءات الامنية التي الغت كل التظاهرات الفنية والثقافية واصبح التباعد الجسدي والبرتوكول الصحي مميزات عصر كورونا، وكذلك ساهمت هذه الجائحة بقدر كبير في استهلاك تكنولوجيا الاعلام والاتصال من اجل الاطلاع المستمر والدائم على التطورات في هذه الجائحة أو كسر الروتين من خلال التصفح للمواقع نتيجة الملل والإكتئاب نظرا للفراغ والعزلة التي عاشها الأفراد في الحجر، ومن خلال ما سبق تتضح معالم أو سؤال العلاقة بين الجائحة واستهلاك تكنولوجيا الإعلام والاتصال لنطرح إشكاليتنا على النحو التالي: ما هو اثر جائحة كورونا على استهلاك شباب ولاية غرداية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال ؟

2. التساؤلات الفرعية للدراسة:

- 1- ماهي عادات وأنماط امتلاك شباب ولاية غرداية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال؟
- 2- ماهي دوافع وأسباب استهلاك شباب ولاية غرداية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا؟
- 3- ماهي أبعاد الاستهلاك التقني لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا؟
- 4- ماهي أبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا؟

¹ سيد أحمد طارق: مرجع سابق، ص26

3. فرضيات الدراسة:

- 1- يمتلك عادة اغلب شباب غرداية هاتفاً ذكياً قبل انتشار جائحة كورونا.
- 2- من أهم دوافع وأسباب استهلاك شباب ولاية غرداية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال لترفيهه والتواصل .
- 3- يستهلك شباب ولاية غرداية الهاتف الذكي ومواقع التواصل الاجتماعي بكثرة خلال جائحة كورونا.
- 4- أكثر المحتويات استهلاكاً عبر تكنولوجيا الاعلام والاتصال من قبل شباب غرداية أخبار الجائحة والالعاب الالكترونية.

4. تحديد المصطلحات ومفاهيم الدراسة:**أولاً: تعريف الاستهلاك:**

أ لغة: جاء في لسان العرب افعل كذا إما هلكت هلك وهلك بالتخفيف منونا وغير منون، لكان وجهل قويا ومجراه مجرى قولهم افعل ذلك على ما خيلت أي على كل حال.¹

ب اصطلاحاً: بأنه إنفاق الدخل على السلع والخدمات التي يمكن استعمالها في فترة قصيرة كاستهلاك المواد الغذائية والملابس والسيارات، يعني الاستهلاك عادة الأنفاق الاستهلاكي على السلع الاستهلاكية طبقاً لهذا المفهوم فإن الدخل الذي لا ينفق يذهب إلى الادخار ثم يمكن استهلاكه في المستقبل.²

ج التعريف الإجرائي: يقصد بالاستهلاك أنه يتكون من عنصرين مهمين وهو الدخل والإذخار وهو استعمال مباشر للسلع والخدمات لكي يشبع رغبات الإنسان وحاجاته، ونقصد بالاستهلاك في هذه الدراسة استهلاك تقنيات ومحتويات تكنولوجيا الاعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا .

ثانياً : تكنولوجيا الإعلام والاتصال :**1. التكنولوجيا :**

¹ ابن منظور، لسان العرب، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، 2009م، ص 613.

² مجيد علي حسين وآخرون ، مقدمة في التحليل الإقتصادي الكلي ، دار وائل للنشر ، عمان ، الطبعة 1 ، 2004، ص 127.

أ لغة : إذا أردنا أن نعود إلى أصل كلمة تكنولوجيا ، نجد أنها تعريب لكلمة (Technologie) المشتقة من اليونانية Techno وتعني فنا أو صناعة و Logy مأخوذ من Logos وتعني علما ، وبتركيب المقطعين يصبح المصطلح " علم صناعة المعرفة " ، ويترجم البعض هذه الكلمة إلى العربية بتقنية، وبعبارة أوضح هي التطبيق المنظم للمعرفة ومستجداتها من الاكتشافات في أغراض علمية.¹ ب اصطلاحا : هي عبارة عن مجموعة من المعارف والمهارات والخبرات المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية التي يستخدمها الإنسان لاستغلال موارد البيئة وتطوير ما فيها من موارد وطاقات خدمته في أداء عمل أو وظيفة ما في مجال حياته اليومية لإشباع حاجات المادية والمعنوية سواء على مستوى الفرد أو المجتمع.² وفي سياق آخر يشير الباحث برونسون (jack bronson) في تعريفه للتكنولوجيا إلى أنها عملية تصميم السلعة وتقنيات الإنتاج وأنظمة التسيير من أجل التنظيم وتنفيذ مخطط الإنتاج.³

2. الإعلام :

أ لغة : من مادة علم ، يعلم علما ، ويدل على أثر بالشيء يتميز به.⁴ ب اصطلاحا : الاعلام هو تلك العملية التي يترتب عنها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير والارتقاء بمستوى الرأي ويقوم الاعلام على التنوير والتثقيف، مستخدما أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي.⁵

3. الاتصال :

أ لغة : اتصل الشيء بمعنى التام ولم ينقطع، واتصل بفلان بمعنى بلغه وانتهى إليه، كما يقال : اتصل به بخبر بمعنى أعلمه.⁶

¹ جوردوخ مليكة عبد القادر، تكنولوجيا الطباعة الصحفية، دار أسامة للنشر، الطبعة 1، 2015، ص 37

² أحمد أبو الزيد الرسول، التنمية المتواصلة: الإبعاد والمنهج، مكتبة بستان المعرفة، الإسكندرية، 2007، ص 185.

³ جوردوخ مليكة عبد القادر، تكنولوجيا الطباعة الصحفية، دار أسامة للنشر، الطبعة 1، 2015، ص 37.

⁴ ابن فارس، معجم مقاييس اللغة العربية، باب العين واللام، 4/109، ص 14.

⁵ محمد الفاتح حمدي واخرون، تكنولوجيا الاتصال والاعلام الحديثة الاستخدام والتأثير، دار كنوز الحكمة، 2011، ص 03

⁶ المنجد في اللغة العربية المعاصرة، 2001، ص 73.

ويقال كان على اتصال به أي على علاقة، ارتباط وصلة، كما يرد بمعنى التصاق، تقارب واشتراك، يقال اتصلت الأشياء أي تتابعت، واتصل به الخبر، أي علمه، واتصل فلان بفلان أي خابره هاتفياً.¹

ب اصطلاحاً : يعرفه كارل هو فلانند إن الاتصال هو العملية التي ينقل بمقتضاها الفرد (القائم بالاتصال). وفي هذه المسألة ينص التعريف على أن القائم بالاتصال ينقل عمداً (منبهات) لإحداث تأثير معين.²

ويعرفه جورج لندبرج إن الاتصال هو نوع من التفاعل الذي يحدث بواسطة العلامات والرموز (حركات وصور ولغة)، تعمل كمنبه للسلوك، أي أن التفاعل يحدث بواسطة الرموز.³ ويعرفه أيضاً محمد عبد الحميد بأنه العملية الإجتماعية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والآراء والأفكار في رموز دالة بين الأفراد والجماعات داخل المجتمع، لتحقيق أهداف معينة.⁴

4 تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال: هي مجموعة التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي.⁵

التعريف الإجرائي:

نقصد بتكنولوجيا الإعلام والاتصال في هذه الدراسة تقنيات وتطبيقات ومحتويات تكنولوجيا الإعلام والاتصال بمختلف الوسائل التقنية الموصولة بشبكة الانترنت كالهاتف الذكي والحاسوب واللوح الذكي والتطبيقات كمواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الألعاب الالكترونية والدراسة عن بعد... ومختلف المحتويات الموجودة عبر الانترنت.

ثالثاً : تعريف الجائحة :

¹ معجم مدرسي، المجاني المصور، 2000، ص12.

² محمد فريد محمود عزت، الاتصال ووسائله الجماهيرية التقليدية والتكنولوجية، دار النشر للجامعات، ط1، القاهرة، 2018، ص12.

³ محمد فريد محمود عزت، مرجع سابق، ص13.

⁴ محمد فريد محمود عزت، مرجع سابق، ص13.

⁵ ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف الكاكي: تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار الإعصار العلمي، 2015، ص70.

أ. لغة : وهي الشدة والنازلة العظيمة التي تجتاح المال من سنة، أو فتنة وهي مأخوذة من الجوح الإهلاك، والاستئصال، وفي الحديث (إن أبي يجتاح مالي) أي يستأصله، ويأتي عليه أخذا وإنفاقا.¹

ب. اصطلاحا : عرفها الفقهاء الأحناف بأنها الآفات السماوية التي لا يمكن معها تضمين أحد مثل الريح والبرد ونحو ذلك.²

وأیضا هي التي تحدث عندما ينتشر الوباء إلى عدة بلدان أو قارات وعادة ما يصاب عدد كبير من السكان.³

ج. تعريف فيروس كورونا/ كوفيد19 :

هو مرض يسببه نوع جديد او مستجد من فيروسات كورونا أكتشف لأول مرة عندما حدث تفش للمرض في ديسمبر 2019. وفيروسات كورونا هي عائلة كبيرة من الفيروسات التي يمكن أن تسبب أمراض تتراوح ما بين الأمراض الطفيفة، مثل نزلات البرد الشائعة، إلى أمراض أكثر شدة، مثل المتلازمة التنفسية الحادة الشديدة (سارس) ومتلازمة الشرق الأوسط التنفسية. ولأن فيروس كورونا 2 المرتبط بالمتلازمة التنفسية الحادة الشديدة. ولم يتأكد المتخصصون بعد من مصدر هذا الفيروس المرتبط بالمتلازمة الحادة الشديدة، الذي يسبب كوفيد-19، ولكن من المحتمل أنه انتقل إلى البشر من الخنازير.⁴

د. التعريف الإجرائي :

نقصد بجائحة كورونا في هذه الدراسة الوباء الذي انتشر في العالم ثم فالجزائر وولاية غرداية بالتحديد في الفترة من 2019 الى يومنا هذا الا اننا نركز على السنتين الاولى والثانية من الوباء 2019 - 2020 على اعتبار انهما الاشد خطورة وأكثر مرحلة تم فيها عزل الناس الاشخاص واجبارهم على الحجر الصحي.

رابعا: تعريف الشباب:

¹ ابن نجيم، زين العابدين، ابن إبراهيم: الأشباه والنظائر، دار الكتب العلمية، بيروت، ص83.

² محمد محي الدين سليم، ماهية الجائحة في الشريعة الإسلامية، كلية الحقوق جامعة مدينة السادات، المقالة 7، المجلد 6، الصيف 2020، ص 3.

³ خاف العقلة، خيرية السلامي، طارق الدريدي، جائحة كورونا كوفيد-19 وتداعياتها على أهداف التنمية المستدامة، طباعة رقمية للمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، ص8.

⁴ ميري جنيفر ما رخام، كوفيد19، الولايات المتحدة، 2020، ص1.

أ. لغة: عن اللغويين فقد جاء في تعريف كلمة الشباب في المعجم الوسيط "هو من أدرك سن البلوغ إلى سن الكهولة" والشباب هو "الحدثاء" وشباب الشيء هو "أوله".
وفي المصباح المنير فالشباب يعني "النشاط والقوة والسرعة"، أما في لسان العرب لابن منظور "شب الشباب: الفتاء والحدثاء"، والشباب جمع شاب.¹

ب. اصطلاحاً: يطلق على مرحلة عمرية هي ذروة القوة والحيوية والنشاط بين جميع مراحل العمر لدى البشر، وتختلف تلك المراحل العمرية لدى بقية الكائنات الأخرى.²

ج. التعريف الإجرائي: يعد الشباب عنصر أساسي في تطور الشعوب في المجتمع، كما أن له دور مهم في بناءه ونهوضه ولديه قدرة على العلم والعمل والإنتاج والتطوير³، وفي دراستنا كانت الفئة العمرية المحددة من 18 سنة إلى 32 سنة فما فوق.

5. أسباب اختيار الموضوع: يرجع اختيارنا لهذا الموضوع الى الاسباب التالية:

أولاً: الأسباب ذاتية

- انتماء الموضوع الى مجال الاتصال عموماً وتخصصنا الأكاديمي خصوصاً والمتمثل في "اتصال وعلاقات عامة"

- قابلية موضوعنا للدراسة من حيث الامكانية العلمية والمادية والزمانية.

- الرغبة في الإثراء والاطلاع في هذا الموضوع.

- الميول الشخصي لمواضيع تخص تكنولوجيا الاعلام والاتصال.

ثانياً: الأسباب الموضوعية:

-جدة وراهنية الموضوع نظراً لارتباطه بجائحة كورونا/ كوفيد 19.

- ابراز مدى استهلاك تكنولوجيا الاعلام والاتصال في ظل جائحة كورونا.

- التعرف على مفاهيم ومصطلحات (تكنولوجيا الاعلام والاتصال، جائحة كورونا)

-التمرس العميق على الاجراءات المنهجية والتطبيقية للبحث في مجال علوم الاعلام والاتصال.

¹ ابن منظور لسان العرب. المجلد3. دار صادر للطباعة والنشر. لبنان1997. ص 388-389.

² ستيقي أميرة، بوهزيلة مروة، استخدام الأنترنت وتأثيراتها على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، دراسة ميدانية بجامعة قلمة، مذكرة ماستر، إعلام واتصال، جامعة قلمة، الجزائر، 2020-2021، ص20.

³ فهمي، أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الاسلامية، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، ال عدد69، الجزء الثالث، يوليو لسنة 2016، ص331.

- محاولة تطبيق الاجراءات المنهجية للبحث العلمي على هذا الموضوع.
- قلة الدراسات المتخصصة في هذا الموضوع.
- حداثة الموضوع وحاجة مكتبتنا (مكتبة العلوم الاجتماعية والانسانية) إلى هذا النوع من البحوث.
- ثالثا: أهداف الدراسة:** تتمثل أهداف دراستنا فيما يلي:
- تقديم الأطر النظرية والمعرفية لمتغيرات الدراسة مما يسمح بزيادة وضوحها مفاهيميا.
- إبراز اهم العادات وأنماط استخدام شباب ولاية غرداية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال في ظل جائحة كورونا
- التعرف على أهم تطبيقات الإعلام والاتصال الجديد التي ساهمت في الاستهلاك لدى الشباب.
- التعرف على حدود دور تكنولوجيا الإعلام الجديد في التأثير على شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا.
- رابعا: أهمية الدراسة:** تكمن أهمية الدراسة في تعريف وتسليط الضوء على موضوع استهلاك تكنولوجيا الاعلام والاتصال في ظل جائحة كورونا على الشباب، حيث تعد دراسة هذا الموضوع غاية في الأهمية لأنه حديث النشأة، والأهم من ذلك تركيزنا على فئة الشباب والتي تعبر الأكثر استهلاكاً لتكنولوجيا الاعلام والاتصال، خاصة في زمن الجائحة التي فرضت حجر صحي الذي أجبر الشباب على قضاء جل أوقاتهم في مواقع التواصل الاجتماعي.

6. منهج الدراسة وأدواتها ونوعها:

أولاً: منهج الدراسة: يُعرف المنهج لغة بأنه: مصدر مشتق من الفعل (نَهَج) بمعنى: طرق أو سلك أو اتبع، والنهج والمنهج، والمنهاج تعني: الطريق الواضح،¹ أما اصطلاحاً فيعرف على أنه: طريقة يصل بها إنسان إلى حقيقة أو معرفة². وهو بذلك ينتمي إلى علم الأبتمولوجيا ويعني علم المعرفيات أو نظرية المعرفة.³

ويعرفه محمد البدوي المنهجية بأنه علم يعتني بالبحث في أيسر الطرق؛ للوصول إلى المعلومة مع توفير الجهد والوقت، وتفيد كذلك معنى ترتيب المادة المعرفية وتبويبها وفق أحكام مضبوطة.⁴

¹ أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت: مادة (النهج)، ط1 (ت711هـ)، ص1.

² علي جواد الطاهر، منهج البحث الأدبي، مكتبة اللغة العربية، بغداد_ شارع المتنبي، ط3، 1774م، ص19.

³ عبد المنعم حنفي، المعجم الشامل لمصطلحات الفلسفة، الناشر مكتبة مدبولي- القاهرة، ط3، 200م، ص17.

⁴ محمد البدوي، المنهجية في البحوث و الدراسات الأدبية، دار المعارف للطباعة والنشر، سوسة-تونس، 1771م، ص9.

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي، وهو أحد مناهج البحث العلمي الذي يدرس الظواهر الطبيعية والاجتماعية والسياسية الراهنة دراسة كيفية توضح خصائص هذه الظاهرة، ودراسة كمية توضح حجمها وتغيراتها ودرجات ارتباطها مع الظواهر الاخرى، والمنهج الوصفي يهتم بتحديد دقيق للأنشطة والأشياء والعمليات والأشخاص كما هي في الوقت الحاضر وحدد العلاقات بين الظواهر والممارسات التي تبدو في عملية نمو، ويمكن عن طريق البحث الوصفي وضع تنبؤات عن الأحداث المقبلة. وبذلك فإن المنهج الوصفي يختلف عن المنهج التاريخي، ففي الوقت الذي يجبرنا فيه البحث التاريخي عما جرى في الماضي، يجبرنا البحث الوصفي عما هو موجود حالياً.

ويهدف المنهج الوصفي إلى تحديد أوصاف دقيقة للأنشطة والأشياء والعمليات والأشخاص والمشكلات والظواهر في وضعها الذي هي عليه، وإبراز جوانب معينة فيها وتحديد العلاقات التي يوجد بينها. أو تحديد الصورة التي يجب أن تكون عليها هذه الظواهر في ظل معايير محددة، مع تقديم توصيات أو اقتراحات من شأنها تعديل الواقع للوصول إلى ما يجب أن تكون عليه هذه الظواهر.¹

ثانياً: أدوات جمع البيانات

اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة استمارة الاستبيان في جمع البيانات المتعلقة بها، ويعد الاستبيان أحد ادوات المسح المهمة لجمع البيانات المرتبط بموضوع معين من خلال إعداد مجموعة من الأسئلة المكتوبة يقوم المبحوث بالإجابة عنها بنفسه، والاستبيان أداة للحصول على الحقائق وتجميع البيانات عن الظروف والأساليب القائمة بالفعل، ويعتمد الاستبيان على إداد مجموعة من الأسئلة ترسل لعدد كبير نسبياً من أفراد المجتمع ويعد من أكثر جمع وسائل للبيانات استخداماً في البحوث التربوية والنفسية والاجتماعية.²

كما تعد استمارة الاستبيان سلسلة من الأسئلة يصيغها الباحث بعناية فائقة، وتختلف الاستبيانات من حيث الحجم، الشكل، والمضمون، والهدف، والتنظيم، فبينما توجد استبيانات من عدة صفحات يصمم بعض الباحثين استبيانات تزيد عن عشر صفحات، بعضها مطبوع والبعض الآخر مكتوب باليد على ورق أبيض أو ملون، وتوزع بالبريد العادي أو الإلكتروني أو شخصياً أو تنشر في

¹ إسماعيل إبراهيم. مناهج البحوث الإعلامية. دار الفجر للنشر والتوزيع. الطبعة 1. القاهرة-مصر، 2017، ص53.

² عصام حسن أحمد الدليمي. البحث العلمي أسسه ومناهجه. (علي عبد الرحيم صالح). دار الرضوان للنشر والتوزيع. الطبعة الأولى 2014م-1435هـ، ص91.

الصحف أو تملى هاتفيا أو تذاق في الإذاعة أو تعرض في التلفزيون، وتستخدم لأغراض تحديد رغبات المستهلكين أو قياس انطباعات الطلاب وأولياء الأمور ومختلف فئات المجتمع.¹

هذا وقد اعتمدنا في دراستنا على الاستمارة الإلكترونية لخدمة GOOGLE FORMS نظرا للسهولة التي توفرها في نشرها على أكبر نطاق ممكن، مما يمكننا من ايصالها لأكثر عدد ممكن من شباب ولاية غرداية في حدود عينتنا.

كما تم عرض استمارة الاستبيان الخاصة بدراستنا على أساتذة في التخصص من أجل تحكيمها وهم الأساتذة التالية أسمائهم:

1- أ. الحاج عمر إبراهيم.

2- أ. رقايدة السعيد.

ثالثا: نوع الدراسة

تقعُ دراستنا ضمن نطاق الدراسات الاستكشافية/ الاستطلاعية التي يتم الاعتماد عليها في دراسة المواضيع الجديدة التي لم يسبق التطرق إليها من قبل علمياً، وتعتمد الدراسات الاستكشافية على مسح التراث العلمي، وسؤال ذوي الخبرة، وتحليل الحالات والأمثلة التي يمكن الاستدلال من خلالها عن نتائج تثري الدراسة.²

7. مجتمع الدراسة وعينتها:

مجتمع الدراسة هو المجتمع الإحصائي تجري عليه الدراسة ويشمل كل أنواع المفردات مثل الاشخاص، السيارات، الشوارع³...، أما عن مجتمع دراستنا فيمثل شباب ولاية غرداية مجتمعاً لها.

أما عن عينة الدراسة فقد اعتمدنا على نمط مزدوج من المعاينة بين العينة المتاحة وعينة كرة الثلج، ذلك أن مجتمع دراستنا الممثل في شباب ولاية غرداية غير قابل للتحديد والإحصاء وبالتالي فهو غير محدد ومعرف إحصائياً وبالتالي لا يمكننا اعتماد نمط المعاينة العشوائية/ الاحتمالية، إذن اعتمدنا نمط طريقة المعاينة غير الاحتمالية من خلال العينة المتاحة وعينة كرة الثلج ذلك أنه ما أتيج لنا من إجابات على استمارتنا الإلكترونية التي نشرناها عبر العديد من الصفحات والمجموعات التي يتواجد

¹ إسماعيل إبراهيم. مناهج البحوث الإعلامية. دار الفجر للنشر والتوزيع. الطبعة 1. القاهرة-مصر. 2017.

² سعد سلمان المشهداني: مناهج البحث الإعلامي. دار الكتاب الجامعي. دولة الإمارات العبية المتحدة-الجمهورية اللبنانية. 2017، ص23.

³ محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، دار الكتب، الطبعة الثالثة، صنعاء، 2019م/1441، ص158.

بها شباب ولاية غرداية الذي يدخل ضمن عينتنا، ناهيك أننا ارسلناها لعدد كبير من الأشخاص بشكل فردي وطلبنا منهم ارسالها لأشخاص آخرين لذلك يدخل هنا نمط معاينة كرة الثلج ويمكن تعريف العينة المتاحة التي يطلق عليها أيضا اسم العينة الصدفية أو العرضية أو المتاحة أنها الطريقة التي يتم فيها سحب العينة من الجزء الخاص بالمجتمع المستهدف السكاني الذي في متناول اليد أو المتاح بسهولة أو العنصر الملائم، ويستخدم هذا النوع من العينة عندما يصعب على الباحث الوصول إلى عينة من اختياره بسبب خصوصية مجتمع الدراسة أو حيلولة التحكم فيه.¹

كما تعرف عينة كرة الثلج بأنها تلك الطريقة التي تقوم على اختيار فرد معين، وبناء على ما يقدمه هذا الفرد من معلومات تم موضوع دراسة الباحث يقرر الباحث من هو الشخص الثاني الذي سيقوم باختياره لاستكمال المعلومات والمشاهدات المطلوبة لذلك سميت بعينة الكرة الثلجية حيث يعتبر الفرد الأول النقطة التي سيبدأ حولها التكتيف لاكتمال للكرة أي اكتمال العينة.²

8. الدراسات السابقة: نظرا لحدثة موضوع دراستنا ووقوعه ضمن نطاق الدراسات الاستكشافية الحديثة، فإننا لم نجد أي دراسة سابقة مقارنة أو مشابهة لدراستنا.

9. منظور الدراسة: التشكيل الاجتماعي للتكنولوجيا: بما أن دراستنا تعالج موضوعا اجتماعيا حول استخدام الشباب لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في زمن الجائحة، حيث اعتمدنا في هذه الدراسة على نظرية التشكيل الاجتماعي للتكنولوجيا كمقاربة نظرية اجتماعية.

1. رواد النظرية: MacKenzie and Wajcman,

كما أنها تصب أفكارها في تصميم التكنولوجيا وتطويرها حيث تقع في مجالات مثل علم اجتماع التكنولوجيا، علوم الكمبيوتر وأنثروبولوجيا العمل، وعادة ما يتم تنظيمها ضمن فئة اجتماعية عامة البناء، يؤكد هذا البحث أن التقنيات كانت وما زالت اجتماعية. واهتمامنا تمحورت حول استكشاف التقاطع بين البناء الاجتماعي ودراسة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مكان العمل.

أ - علم اجتماع المعرفة العلمية (SSK): يعتبر منهجا مستخدما على نطاق واسع في تاريخ وعلم اجتماع العلوم. ودراسة تطور مجال علمي، ويقوم على "الاختلاف" أو "المرونة التفسيرية"، وينتج الغموض. بعد تحديد نقاط "الاتصال"

¹ أنول باتشيري: بحوث العلوم الاجتماعية المبادئ والمناهج والممارسات، ترجمة خالد بن ناصر آل حيان، دار اليازوري، الأردن، 2015، ص 201.

² محمد، در. أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي. دار المنظومة 2016، ص 315.

ب - نقد الحتمية التكنولوجية حيث نشأ منظور التكوين الاجتماعي من نقد طويل الأمد للأشكال الخام للحتمية التكنولوجية .

ج . للتكنولوجيا "تأثيراً" ضرورياً وحاسماً على العمل والحياة الاقتصادية والمجتمع ككل: وبالتالي ينتج التغيير التكنولوجي تغييراً اجتماعياً وتنظيمياً. كان مرتبطاً بمعارضة الأيديولوجيات "الحتمية التكنولوجية".

د . دراسات نقدية لسياسة التكنولوجيا: (شكل التكنولوجيا، المحتوى التكنولوجي، المصنوعات والممارسات، التغيير التكنولوجي عواقبه والاختلاف فيه)، حيث يعتبر الاختيار محوراً رئيسياً للبحث فغالباً ما تم مواجهة التأثيرات الاجتماعية والاقتصادية لأن الاقتصاد هو أيضاً، بالتأكيد الاجتماعي. في الواقع، يعتبر التشكيل الاقتصادي أحد أبرز سمات التشكيل الاجتماعي للتكنولوجيا.

هـ . التشكيل الاجتماعي للاستهلاك ودور الأسواق: على الرغم من أن أبحاث تكنولوجيا تشكيل علم الاجتماع غالباً ما تبدأ من تصميم المصنوعات اليدوية، إلا أن النموذج التفاعلي يسلط الضوء على الحاجة إلى إلقاء نظرة على دائرة التكنولوجيا، من التصميم والإنتاج إلى الاستهلاك والاستخدام، لفهم كيفية تشكيل التقنيات والآثار الاجتماعية.¹

إسقاط النظرية على موضوع الدراسة: وقد اعتمدنا في دراستنا على نظرية التشكيل الاجتماعي، للنظر في كيفية التشكيل الاجتماعي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من خلال السلوك الاستهلاكي لهذه الأخيرة من قبل عينة الدراسة، وخياراتهم ايزاءها، وما هي خصوصية هذه الخيارات الاستهلاكية خلال تفشي فيروس كورونا في الجزائر.

¹ رويين ويليامز، ديفيد ايدج، التشكيل الاجتماعي للتكنولوجيا، مجلة سياسة البحث، ع6، 1996، ص25.

الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي للدراسة

تمهيد

I. الاستهلاك

1 تعريف الاستهلاك

2 انواع الاستهلاك

3 العوامل المؤثرة على الاستهلاك

4 نظريات الاستهلاك

II. تكنولوجيا الاعلام والاتصال واستخداماتها

1 وسائل تكنولوجيا الاعلام والاتصال (الهاتف،

الحاسوب، اللوح الذكي)

2 وسائط تكنولوجيا الاعلام والاتصال (الانترنت، المواقع

الالكترونية، مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات)

3 خدمات تكنولوجيا الاعلام والاتصال (الالعاب

الالكترونية، التجارة الالكترونية، الخدمات التعليمية

(التعليم عن بعد)

III. جائحة كورونا وآثارها

1 مفهوم جائحة كوفيد 19

2 تأثير جائحة كوفيد 19 على الشباب العربي

3 آثار جائحة كوفيد 19 (الاقتصادية، الاجتماعية،

النفسية)

خلاصة

تمهيد

يعد الاستهلاك على انه الاستخدام المستمر لوسائل تكنولوجيا الاعلام والاتصال وهذا لإشباع حاجات ورغبات الفرد، حيث يمكن وصفه بأنه عملية اقتناء الفرد لتلك التكنولوجيا سواء وسائل أو وسائط أو محتوى، وهناك عدة عوامل تتحكم في هذه العملية من خلال الخدمات التي تقدمها خاصة في فترة جائحة كورونا التي فرضت غلق يومي لكل نشاط الافراد، اد اصبحت تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة تسهل على الفرد التواصل ومواكبة كل ما هو جديد لصالح الافراد، وهذا ما سنتطرق اليه في هذا الفصل، أي سنتحدث عن استهلاك تكنولوجيا الاعلام والاتصال في ظل جائحة كورونا.

I. الاستهلاك ونظرياته

1- تعريف الاستهلاك

أولاً: الاستهلاك:

أ- لغة: استهلك في كذا: جهد نفسه فيه و-المال ونحوه: أنفقه أو اهلكه، ويقال: استهلك ما عنده من طعام أو متاع.¹

ب- اصطلاحاً: يعرف الاستهلاك على انه استخدام السلع أو التمتع بالخدمات، من أجل إشباع حاجات ورغبات الأفراد المستهلكين سواء كانوا نهائين أو مؤسسات أو هيئات رسمية أو شبه رسمية، ويعد الاستهلاك المحرك الرئيسي لدى العملية الإنتاجية. فالاستهلاك هو الجزء المقتطع من الدخل الكلي الذي يتم إنفاقه على السلع والخدمات بغرض إشباع رغبات الفرد بطريقة مباشرة.² ويعرف على أنه الفعل المتدفق من قبل الفرد في شراء أو استخدام أو الانتفاع من منتج أو خدمة متضمنة عدد من العمليات الذهنية والاجتماعية التي تقود الى تحقيق ذلك الفعل.³

2- أنواع الاستهلاك

لتحديد أنواع الاستهلاك نعتد على عدة معايير لتقسيمه ومن بين هذه المعايير:

أولاً: على أساس الغرض من الاستهلاك: حيث يقسم الاستهلاك الى نوعين:

أ- الاستهلاك النهائي: يشمل على الاستهلاك المرتبط بالأفراد والهيئات المختلفة، الذين يقومون بشراء السلع من أجل استخدام الشخصي أو العائلي أو المنزلي.

ب- الاستهلاك الوسيط: يرتبط باستهلاك الوحدات الإنتاجية للسلع والخدمات في العمليات الإنتاجية.

ثانياً: على حسب الجهة المستهلكة: حيث يقسم إلى استهلاك خاص واستهلاك عام، فيعرف الاستهلاك الخاص على أنه عملية استخدام السلع والخدمات لإشباع حاجات الأفراد والعائلات. أما الاستهلاك العام: فهو الاستهلاك الذي تقوم به الهيئات والوحدات الحكومية وشبه الحكومية المختلفة.

ثالثاً: بالاعتماد على مصدر السلع والخدمات المستهلكة: يقسم الاستهلاك في هذا المعيار إلى:

¹ معجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، ط1، القاهرة، 2008م.

² -ناظم محمد نور الشمري، محمد موسى الشروف، مدخل في علم الاقتصاد، دار زهران، عمان الأردن، 1999، ص15.

³ بكري تامر، الاتصالات التسويقية والترويج، دار حماد، عمان، 2009 ص23

الاستهلاك السوقي والاستهلاك الذاتي: الاستهلاك السوقي حيث تكون عملية استعمال السلع والخدمات لإشباع حاجات عن طريق شراء هذه السلع والخدمات من الأسواق مقابل مبالغ نقدية، بينما الاستهلاك الذاتي تكون عن طريق استهلاك جزء من الوحدة المنتجة قصد تلبية حاجاتها.

رابعاً: على أساس نوعية الشيء المستهلك: أي سلعة كانت أم خدمة فاستهلاك السلع يعرف على أنه استخدام لماله الخاص وجود مادي، مثل السكر والحليب لإشباع حاجات الفرد من الغذاء. بينما الاستهلاك الخدماتي: فيعرف بأنه استخدام ما ليس له وجود مادي، مثل النقل العلاج التعليم وغيرها من الخدمات.¹

3- العوامل المؤثرة على الاستهلاك:

توجد العديد من العوامل التي تؤثر على معدلات الاستهلاك وبالتالي تؤدي الى انتقال منحني الاستهلاك إلى اليسار، ويعني ذلك زيادة الاستهلاك أو انتقال منحني الاستهلاك إلى اليمين ويعني ذلك انخفاض الاستهلاك ومن هذه العوامل:²

أولاً: عوامل شخصية:

يرى كينز أن هنالك عوامل رئيسية تؤدي إلى ميل الأفراد إلى الإقلاع من الأنفاق من دخولهم وأهمها:

- تكوين احتياطي الأحداث الطارئة.
- لإيجاد ظروف في المستقبل مثل إيجاد ظروف أحسن عندما يكبر الإنسان في السن أو تعليم أفراد الأسرة أو ما شابه ذلك.
- للتمتع باستهلاك حقيقي أكبر والرغبة في المستقبل والرغبة في المعيشة في مستوى أفضل.
- للتمتع بالاستقلال في السلطة.
- للقيام بالمضاربة في أسواق الأوراق المالية كما كانت الفرصة مواتية.
- تكوين ثروة لخلفه من بعده والإقلاع من الأنفاق لمجرد التشبع.
- ولا شك أن عكس ذلك يؤدي إلى زيادة الأنفاق وهذه الحوافز أطلق عليها أسم حوافز

¹ بن يحي رحمة، مالكي سمية: تحليل نموذج الاستهلاك في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، تخصص اقتصاد نقدي ومالي، جامعة أبو بكر بالقائد تلمسان، 2016، ص11.

² هيبية إسحاق علي، محددات الانفاق الاستهلاكي الخاص في السودان في الفترة 1972-2011، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في الاقتصاد التطبيقي، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، 2014، ص27

الاحتياطي وبعد النظر والتقدير للمستقبل وبلاستثمارات، ويطلق على نسبة الزيادات الطفيفة في الاستهلاك إلى الزيادات الطفيفة في الدخل أسم الميل الحدي للاستهلاك وهذه النسبة عادة ما تكون كمية موجبة وأقل من الواحد الصحيح فإذا كان الاستهلاك يزيد بنسبة متناقصة مع كل زيادة في الدخل فإن هذا يترتب عليه أن تزداد الفجوة بين مستوى الدخل بحيث يتناسب مع المستوى المرغوب فيه، ولذلك كلما زاد الدخل زادت الحاجة إلى كميات أكبر من الاستثمار.¹

ثانيا: عوامل اقتصادية:

أ- مستوى الأسعار:

تتأثر معد للآلات الاستهلاك بمستوى الأسعار السائد، فعند ارتفاع الأسعار تقل القوة الشرائية للنقود، وبالتالي تقل معدلات الاستهلاك، وإذا قلت معدلات الأسعار فإن القوة الشرائية للنقود ستزداد وبالتالي تزداد معدلات الاستهلاك.

ب- معدلات الفائدة:

تعتبر أسعار الفائدة عوائد وحوافز الادخار، فعند زيادة أسعار الفائدة تزداد الفرص الضائعة على الاستهلاك وهذا يؤدي إلى زيادة مستوى الادخار، أي أنفاق مبالغ أقل على السلع والخدمات، وبالتالي فإن زيادة أسعار الفائدة ستؤدي إلى انتقال منحنى الاستهلاك إلى الأسفل بمعنى أنه عند نفس مستوى الدخل السابق تنخفض الكميات الاستهلاكية وعندما تنخفض أسعار الفائدة سيؤدي ذلك إلى انتقال منحنى الاستهلاك إلى أعلى أي تزيد الكميات الاستهلاكية.²

4- نظريات الاستهلاك:

أولا: نظرية الدخل المطلق:

تشير هذه النظرية إلى أن الاستهلاك يتحدد بالمستوى المطلق للدخل ، وهذا يعنى ان العلاقة الأساسية بين الاستهلاك والدخل تتمثل في دالة الاستهلاك في الأجل القصير ، ويرى مؤيدو هذه النظرية أن هذه الدالة سوف تنتقل إلى أعلى مع مرور الزمن وينشأ عنها دالة استهلاك الأجل الطويل ، وهنالك أسباب مختلفة لانتقال دالة الاستهلاك إلى أعلى فقد تنتقل إلى أعلى بسبب هجرة العمال من الريف الى الحضر، فمن الملاحظ أن عمال الحضر ينفقون جزءاً من الدخل على

¹ عبد القادر محمد عبد القادر عطية وآخرون: مفكرة النظرية الاقتصادية الكلية، قسم الاقتصاد كلية التجارة جامعة الإسكندرية، القاهرة، 2005، ص167.

² المرجع نفسه، ص167.

الاستهلاك أكبر مما ينفقه سكان الريف . وهذا يعني أن الهجرة الداخلية من الريف إلى الحضر تعمل على زيادة الاستهلاك. هنالك سبب آخر لانتقال دالة الاستهلاك الى اعلى وهو انتاج انواع جديدة من السلع، وذلك لان السلع الجديدة وما يواكبها من اعلان ودعاية تؤثر في سلوك المستهلك وتؤدي إلى زيادة في الاستهلاك، اما جيمس توبن James Tobin أعتبر انتقال دالة الاستهلاك الى أعلي في الاجل القصير يعود الى زيادة في ثروة الأمم.

وتتكون الثروة في مفهوم جيمس توبن من اصول سائلة تضم اساساً النقد الحاضر والودائع المصرفية والادخار، ويرى جيمس توبن انه كلما زادت حيازة الاصول مع بقاء الاشياء الأخرى على حالها فان ذلك يؤدي الى زيادة الاستهلاك.

وبنا على هذا فهو يعتقد أن نمو الاصول لدى الدولة الى جانب الدخل قد تكون كافية لارتفاع دالة الاستهلاك مادام الميل المتوسط للاستهلاك ثابت عبر الزمن¹.

ثانياً: نظرية الدخل النسبي:

في ظل فرض الدخل النسبي فان الاستهلاك يكون دالة للدخل الجاري بالنسبة للمستوى الأعلى للدخل السابق وتوجد وجهات نظر متعددة بالنسبة لهذه النظرية منها وجهة نظر ديزنبري الذي يرى أن هنالك اتجاهات قوية لدى الناس لمحاكاة جيرانهم والسعي لرفع مستوى معيشتهم ، لذلك لو أن دخول الأفراد تتزايد بحيث يظل توزيع الدخل كما هو فإن الاستهلاك يتزايد كنسبة من زيادة الدخل وفي نطاق هذه الدوافع والحقيقة القائلة بأن الدخل يزيد في الأجل الطويل فإن دالة الاستهلاك المناظرة سوف تكون في دالة الاستهلاك في الأجل الطويل ، وعلى هذا فإنه في اطار فرض الدخل النسبي تكون الدالة الاساسية للاستهلاك هي دالة الاجل الطويل . وتنشأ دالة الاستهلاك في الأجل القصير عن التغيرات الدورية في الدخل.²

ثالثاً: نظرية الدخل الدائم :

صاحب نظرية الدخل الدائم هو ميلتون فريديان (M. Friedman) ، ونظريته تتفق مع نظرية المحاكاة من حيث كون الاستهلاك يعتمد على الدخل الحالي منسوبا إلى أقصى دخل سابق، لكنها

¹ هيبية إسحاق علي، مرجع سابق ص18

² هيبية اسحاق علي، نفس المرجع، ص19.

تضيف عليها أن الاستهلاك يعتمد أيضا على الدخل المستقبلي (المتوقع)، لذا نجد أن الأسرة التي تتوقع ارتفاع دخلها مستقبلاً تستهلك أكثر مما يشير إليه مستوى دخلها الحالي.¹

رابعا: نظرية دورة الحياة:

تنسب هذه النظرية لعالم الاقتصاد الشهير فرانكو مديغلياني (F. Modigliani) وطالبه ريتشارد برومبيرج (R. Brumberg) وقد طورها بداية الخمسينات من القرن العشرين. تنظر النظرية للدخل (والاستهلاك) للفرد ليس لفترة زمنية معينة، بل لمدة حياة الفرد، وتنظر هذه النظرية للدخل على أنه كل ما يكتسبه الإنسان طيلة فترة حياته العملية من بدئه العمل إلى أن يتوقف عن العمل (التقاعد)، وخلال هذه الفترة يستهلك الفرد جزءا من دخله ويدخر جزءاً آخر. ومن البديهي أن يستمر استهلاك الفرد إلى نهاية عمره الزمني، غير أن الانفاق على الاستهلاك بعد سن التقاعد إنما يكون من المدخرات.²

¹ عبد الكريم قندوز، نظريات الاستهلاك في الفكر الاقتصادي، مجلة بيت المشورة، العدد 10، قطر، 2019، ص 111

² عبد الكريم قندوز، نفس المرجع، ص 112

II. تكنولوجيا الاعلام والاتصال واستخداماتها

1- وسائل تكنولوجيا الاعلام والاتصال

أولاً: مفهوم تكنولوجيا الاعلام والاتصال

أ- تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

عرفها روبن بأنها آلة أو تقنية أو وسيلة خاصة تعمل على إنتاج، أو تخزين أو استرجاع أو توزيع أو استقبال أو عرض المعلومات، ومنهم من يعرفها على أنها مجموعة التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها، لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو الجمعي أو التنظيمي أو الواسطي والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة، المكتوبة، المصورة أو المرسومة، أو المسموعة المرئية، أو المطبوعة، أو الرقمية (من خلال الحاسبات الالكترونية)، ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات، ثم استرجاعها في الوقت المناسب، ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين المسموعة، أو مسموعة مرئية، أو مطبوعة أو رقمية ونقلها من مكان إلى مكان آخر وتبادلها وقد تكون تلك التقنية آلية، أو إلكترونية أو كهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور.¹

فيما يرى محمود علم الدين أنها: "مجملة المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة، والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها أي توصيلها إلى الأفراد والمجتمعات"²

ب- خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال::

تتسم تكنولوجيا الاعلام والاتصال بمجموعة من الخصائص من بينها :

1- التفاعلية : حيث يؤثر المشاركون في العملية الاتصالية على أدوار الآخرين وأفكارهم.

2 - اللاتزامنية : وتعني امكانية ارسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب لفرد المستخدم ولا تتطلب من كل مشارك أن يستخدم النظام في الوقت نفسه.

¹ محي محمد مسعي ، ظاهرة العولمة والايهام والحقائق، مطبعة ومكتبة الشعاع ، ط1 ، مصر ، 1999، ص26

² رحيمة الطيب عيساني الوسائط التقنية الحديثة واثرها على الاعلام المرئي والمسموع، جهاز اذاعة وتلفزيون الخليج، الرياض ، 2010 ، ص16

3 - اللاجماهيرية: يقصد بها أن الرسائل الاتصالية من الممكن أن تتوجه الى فرد واحد أو الى جماعة معينة وليس الى جماهير ضخمة.¹

ثانيا: الهاتف

يعرف الهاتف النقال كذلك انه جهاز إرسال واستقبال موصل بأسلاك مع مقسم رئيسي يربط بين عدد من المشاركين باستخدام دوائر إلكترونية مركبة في مقسمات رئيسة تتعدي تيار ثابت مقداره 48 فولت تولدت هذه الدوائر ما يعرف بالخطوط الهاتفية التي يتم برمجتها بأرقام تميز المشاركين بعضهم وتمكنهم من الاتصال فيما بينهم من خلال توليد نغمة الاتصال التي يسمعونها كل مشترك عند رفعه سماعة الهاتف.²

خدمات الهاتف يشهد استخدام الهواتف المحمولة تطورا مذهلا على مر الزمان وسيظل يشهد المزيد بخطى دائمة ومتسارعة ويوفر هذا النظام عدد من الخدمات ومن بينها:

أ- تحديد الأرقام: تتيح هذه الخدمة للمستخدم تحديد الأرقام التي يتم الاتصال بها سواء أرقام محلية أو دولية، فلا الاتصال إلا بهذه الأرقام.

ب- الوسائط المتعددة: تتيح هذه الخدمة للمستخدم نقل صور وبيانات لا يمكن إرسالها برسالة نصية إلى أشخاص بعينين عنه.

ج- الاتصال المرئي: وهي تمكن المستخدم من إجراء واستقبال المكالمات المرئية عبر جهازه وهذه الخدمة فقط للجيل الثالث.³

ثالثا: الحاسوب

يعرف على انه عبارة عن آلة الكترونية مصممة بطريقة تسمح باستقبال البيانات واختزانها ومعالجتها بحيث يمكن إجراء جميع العمليات البسيطة والمعقدة بسرعة، والحصول على نتائج هذه العمليات بطريقة آلية.

مكونات الحاسوب: يتكون الحاسوب من مجموعة من الوحدات وهي:

¹ نوال مغزيلي، تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الجزائر دراسة للمؤشرات وتشخيص للمعيقات، المجلة الجزائرية للامن والتنمية، العدد 12، جامعة قسنطينة، 2018، ص 172.173.

² فاطمة زكور. فاطمة قادير تأثير الهاتف النقال على سلوكيات الاطفال. مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر اكايمي جامعة قاصدي مرياح، 2015، ص 20/19

³ خالد منصر، علاقة استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة باغتراب الشباب الجامعي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة باتنة، الجزائر، 2012، ص 93

وحدات الإدخال: وهي الأدوات التي يتم عن طريقها إدخال كافة البيانات للحاسب الآلي ليتم حفظها ومعالجتها، وعن طريقها يتم تنفيذ الأوامر الموجهة للحاسوب وبدونها لا يمكن إدخال أي بيانات إلى الحاسوب أو تنفيذ أي أوامر ، ومن بين وحدات الإدخال مايلي:¹

- المفاتيح، الفأرة، المسح الضوئي . الميكرفون.

وحدات الإخراج: وهي الوحدات التي يتم عن طريقها إخراج البيانات و المعلومات من جهاز الحاسب للمستخدم وتضم: الشاشة، الطابعة ، الراسمة²

وحدة المعالجة المركزية: وهي التي تحول البيانات من صيغة إلى صيغة أخرى وإخراجها في صورة تسمح بالإفادة بها عند اتخاذ القرارات وتتم هذه العملية عن طريق وحدة المعالجة المركزية CPU³

رابعاً: اللوح الذكي

عبارة عن لوحة لمس حاسة يتم التحكم بها عن طريق قلم إلكتروني خاص بها أو عن طريق المس باليد، حيث تقوم بعرض المحتوى التعليمي (صوت، صور، فيديو....) بطريقة تتطلب تفاعل من قبل المتعلم للحصول على أفضل النتائج في العملية التعليمية العلمية⁴

الاهمية التربوية للوح الذكي

يعد اللوح الذكي أحد الوسائل التكنولوجية التي بدأت تنتشر في المدارس بسبب أهميتها في التعليم وتوصلت إلى أن أهميته تكمن في الآتي:

أ- **التعاون بين المعلمين في التدريس:** يتيح اللوح الذكي تعاون المعلمين لتبادل المادة العلمية المشروحة فيوقت سابق ، كما يتيح للمعلمين تبادل الآراء والمقترحات في الدروس، وكذا الاطلاع على المواقع التعليمية مثل موقع وزارة التربية والتعليم.

¹ طلال بن حسن كابلي.أسامة سعيد علي الهنداوي .واخرون التعليم الإلكتروني التقنية المعاصرة ومعاصرة التقنية. مكتبة دار الإيمان للنشر والتوزيع .المدينة المنورة السعودية 2012 ص12

² طلال بن حسن كابلي.أسامة سعيد علي الهنداوي .واخرون، نفس المرجع السابق ص15

³ طلال بن حسن كابلي.أسامة سعيد علي الهنداوي .واخرون، نفس المرجع السابق ص17.

⁴ احمد سلامة صندوقة، اثر استخدام اللوح الابيض التفاعلي في تحصيل طلبة الصف الثامن الاساسي في مقرر العلوم في مدارس محافظة العاصمة عمّان رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات درجة الماجستير في تكنولوجيا المعلومات، 2018ص12

ب- تسجيل الدروس وإعادة عرضها: تكمن أهمية اللوح الذكي في هذا اللوح الذكي في هذه النقطة إمكانية تسجيل الدروس وإعادة عرضه بعد حفظها بحيث يمكن عرضها على الطلاب الغائبين، كما أنه بالمكان إرساله بالبريد الإلكتروني عن طريق الانترنت.

ج- توفير الوقت والجهد: يوفر اللوح الذكي الكثير من الوقت والجهد للمعلم، فالأستاذ مثلاً يحتاج في لغة الاجتماعيات خرائط ورسومات مما يكلف المعلم مادياً، لذا فإن اللوح الذكي هو البديل الأمثل لكل معلم مبدع لما يتضمنه الوح الذكي من صور وأشكال ونماذج وإبداعات¹.

2- وسائل تكنولوجيا الاعلام والاتصال

أولاً: الانترنت

هي شبكة عالمية تنظم ملايين الحاسبات في العالم وتتيح لملايين المستخدمين فرصة تبادل ومشاركة المعلومات. وتحتوي مئات الآلاف من الحاسبات المتصلة بالشبكة على كم هائل من البيانات، والتي يمكن الدخول إليها من خلال الكمبيوتر الشخصي في أي وقت.²

فالانترنت عبارة عن حاسب آلي يتحدث إلى حاسب آلي آخر يرتبطان بواسطة سلك التليفون العادي، أو أي فرع آخر من الكوابل، وإذا كانت الحواسيب موجودة في أماكن بعيدة ومتفرقة، فيمكن استخدام الأقمار الصناعية للربط بينها لتحقيق بذلك الاتصال الدولي عبر الانترنت.³

والانترنت هي شبكة ضخمة من الكمبيوترات المتصلة فيما بينها، وهي الأكبر في العالم كما أنها مفتوحة للجميع وكل شخص مستعد لدفع مبلغ شهري ثمناً للاتصال بالشبكة، عن طريق مزودي الخدمة الهاتفية يمكنه أن ينظم إلى الملايين المستخدمين للانترنت⁴.

الآثار المترتبة على استخدام الانترنت: تترتب على استخدام الانترنت العديد من الآثار من بينها الآثار الاجتماعية و النفسية:

¹ دلال مصطفى دور استخدام اللوح التفاعلي في تنمية المهارات التعليمية. المجلة الفلسطينية للتعليم المفتوح والتعلم الإلكتروني م 6 العدد 12 السنة 2018 ص 96

² طلال بن حسن كابلي. أسامة سعيد الهنداوي. محمد عبد الرحمان مرسي. ابراهيم يوسف محمد محمود، مرجع سابق، ص 166.

³ علي محمد شمو. التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والانترنت. لشركة السعودية للأبحاث والنشر. جدة، المملكة العربية السعودية. دت. ص 19

⁴ صافية أمينة. آثار إستعمال التكنولوجيات الحديثة على أفراد الأسرة الجزائرية. أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم النفس الأسري. أم البواقي. الجزائر، 2016. ص 26

أ- الاثار الاجتماعية:

- **العزلة**: من الناحية الاجتماعية سيؤدي التعامل اليومي مع الانترنت إلى نشوء ظاهرة العزلة الاجتماعية لهؤلاء المتعاملين مع الشبكة الذين سينسحبون من دائرة التفاعل الحي والحلاق إلى محيط التفاعل في المجتمعات الافتراضية التي تزخر بها شبكة الانترنت . "بعد مقدم الانترنت وازدياد مخاطر الانعزال عن المجتمع وضعف روابط الاتصال نتيجة للجلوس ساعات طويلة أمام جهاز الكمبيوتر للإبحار في محيط الشبكة العنكبوتية بكل ما تزخر به من معلومات ومصادر فكرية وثقافية بل و وسائل للتسلية والترفيه لا حدود لها.¹"

فكثرة استخدام الانترنت تؤدي إلى الإحساس بالعزلة وبالانسلاخ الثقافي والحضاري والاجتماعي، بحيث أن الشباب يعيش في عالم آخر عبر الانترنت يكون بعيدا كل البعد عن العالم الحقيقي والواقعي الذي يعيش فيه، وهذا ما يؤدي إلى نوع من الانفصام، وضعف مهارات الاتصال الاجتماعي، والابتعاد عن الواقع والانسلاخ عن النسيج الاجتماعي الذي يعيش فيه الشباب، فالذوبان في الآخر من خلال الانترنت يؤدي إلى تخصيص وقتا كبيرا جدا لعالم الانترنت على حساب التواصل العائلي والتواصل مع الأصدقاء ومع الفضاء الطبيعي للشباب.²

- **العلاقات الاجتماعية الالكترونية** قد "أدت التكنولوجيات الجديدة إلى استبدال علاقة الإنسان بالآلة بعلاقة البشر ببعضهم البعض، وأسهمت بذلك في تغيير النظرة إلى القيم التي تحكم السلوك الإنساني، واقتضت في رأي الكثيرين قيام قيم جديدة تراعي الاتجاهات والأفكار والعلاقات القائمة الآن، والتي تختلف في جوانب عديدة عما كان سائدا في الماضي غير البعيدة:³

ب- الاثار السيكولوجية

تتميز الانترنت غالبا بأن لها تأثيرا سيكولوجيا ايجابيا فيما يتعلق بتطوير الإدراك، وهذا من خلال اكتساب الإنسان طرق مستحدثة للتفكير تجعل تفكيره متحركا ومتكاملا ومرنا، فإنه يمكن القول أنه بهذه السمات أصبح يعرف كثيرا من الأمور في أقل وقت ممكن بحكم التعدد

¹ السيد يسين، المعلوماتية وحضارة العولمة (رؤية نقدية عربية)، نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001 ص 252.

² بورحلة سليمان؛ أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم - دراسة ميدانية- مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال جامعة الجزائر؛ يوسف بن خدة؛ 2008؛ ص95.

³ احمد أبو زيد، قيم جديدة لعصر جديد، مجلة العربي، الكويت، العدد 580 مارس، 2007 ص 3.

اللانهائي لمصادر المعلومات والمعرفة في الانترنت¹، ولكن للانترنت تأثيرات سيكولوجية سلبية نذكر منها ما يلي:

- القضاء على الذاتية
- الفائض الإدراكي والمعرفي للمستخدم
- فقدان الوجهة
- إدمان الانترنت

ثانيا: المواقع الالكترونية:

أ- تعريف المواقع الالكترونية :

هو عبارة عن مجموعة من الموضوعات والملفات الموجودة على خادم الويب، وهو ايضا عبارة عن مساحات الكترونية يتم شراؤها من قبل الشركات المتخصصة في هذا المجال، وهو يعد وسيلة مملوكة الجهة التي تتولى الانفاق عليه وبذلك يصبح وسيلة لخدمة مصالح هذه الجهة التي تتولى الاشراف عليها.²

ب- أقسام المواقع الإلكترونية:

وتنقسم هذه المواقع الإلكترونية إلى قسمين رئيسيين هما:

- المواقع المؤسسية: هي مواقع مملوكة لمؤسسة أو شركة، وهي عبارة عن مجموعة من الصفحات الثابتة، تحتوي على معلومات عامة عن تلك الشركة أو المؤسسة، وعن نشاطاتها والخدمات التي تقدمها، والمنتجات التي تعرضها وتروج لها، كما وأنها تحتوي على بيانات تخصها، وعناوينها وطرق الاتصال بها

و تتميز هذه المواقع كما يراها الدكتور محمد الموسوي بالتالي:

- دعم المنتج الذي تصنعه أو تبيعه الشركة التي ترعى الموقع.
- الإعلان عن المنتج الذي تقوم الشركة أو المؤسسة بإنتاجه.
- المساعدة على بيع المنتج الذي تقوم الشركة صاحبة الموقع بإنتاجه، من خلال عمليات التسويق الشبكي.

¹ السيد يسين، مرجع سابق، ص 245.

² كريمة عرامة، اتجاهات المواقع الالكترونية الاسلامية دراسة تحليلية لموقع شبكة الالوكة، المجلة الجزائرية للابحاث والدراسات، جامعة عنابة 2018، ص 161.

- لا تعتمد هذه المواقع على هياكل إدارية كبيرة، وغالبا ما يتم متابعتها من خلال شركات متخصصة تقوم بتحديث بيانات الشركة أو إضافة الإعلانات المطلوبة، وربما يتم تدريب بعض الموظفين في الشركة أو المؤسسة للقيام بمهمة التحديث.

- لا تعتمد هذه المواقع على خبرات إعلامية أو صحفية متخصصة وربما يلجأ بعضها إلى خبراء في مجال الإعلان والدعاية، خاصة في المواقع المملوكة لكبرى الشركات التجارية¹

- **المواقع الشخصية:** هي مجموعة من الصفحات الخاصة بصاحب الموقع، تحتوي على معلومات خاصة به، وكتابات وأفلام فيديو وتسجيلات صوتية وصور فوتوغرافية، ويعرض فيها آرائه ومواقفه، وهذا ما يتيح لزوار الموقع الاطلاع عليها ومناقشتها بشكل مباشر معه. ويفضل بعض أصحاب المواقع أن يجعلوها مغلقة، ولا تتاح للزوار فرصة التعليق والردود والإضافات والتغيرات، كالحذف والإضافة للصور والتسجيلات وأفلام الفيديو وغيرها، ويتاح لهم فقط تصفح الموقع والاطلاع على محتوياته. ويعتمد البعض الآخر من أصحاب المواقع على إضافة خدمات إضافية لجلب الزوار من متصفحي الإنترنت مثل: عرض أحوال الطقس وأسعار العملات ودليل المواقع الأخرى، كذلك إضافة صفحات ثقافية ورياضية وغيرها².

ثالثا: مواقع التواصل الاجتماعي:

هي شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الأنترنت منذ سنوات وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم³.

من بين المواقع الأكثر شيوعا نذكر:

أ- **الفيسبوك:** هو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، وقد عرف موقع ويب أوبيديا الموقع الإلكتروني الاجتماعي على أنه التعبير المستخدم لوصف أي موقع إلكتروني يخول مستخدميه إنشاء

¹ الموسوي، محمد جاسم فلحي، اتجاهات إعلامية معاصرة، منشورات الأكاديمية العربية المفتوحة الدانمارك. 2006. ص36.

² حسن السوداني ومحمد المنصور. شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين. مركز الكتاب الأكاديمي. عمان. ط. 1. 2016. ص53.

³ سهام بوقلوف، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واثرها على القيم الاخلاقية والاجتماعية، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال جامعة الجزائر 3 الجزائر، 2018، ص33

ملفات شخصية ونشرها بشكل علني عبر ذلك الموقع وتكوين علاقات مع مشتركين آخرين على نفس الموقع ويكون بإمكانهم الدخول الى ملفاتهم الشخصية¹.

ولقد انطلق موقع الفيسبوك في 28 أكتوبر 2003 ، عندما مارك زوكربيرج وهو طالب في السنة الثانية في جامعة هارفارد الامريكية بابتكار الفيس ماش مع زميله في غرفة السكن ميسكوفيتز وهيوز حيث تم استخدام صور لطلبة المدينة الجامعية، عن طريق وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوت الطلاب المستخدمين الاكثر جاذبية².

ب- اليوتيوب: هو: موقع لمقاطع الفيديو متفرع من غوغل، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشاركين فيه ويزوره الملايين يومياً، وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو، التي لم تتمكن شبكات مراسيلها من الحصول عليها، كما يستفيد مرتادي الفيس بوك من مقاطع الفيديو التي تتعلق بالانتفاضات الجماهيرية في كل البلدان العربية والشرق الأوسط وعرضها على صفحات الفيس بوك، ويعتبر اليوتيوب من شبكات التواصل الإجتماعية الهامة³.

وقد بدأ موقع يوتيوب في الظهور على شبكة الإنترنت ، وهو أشهر المواقع الإلكترونية التي تقدم المواد المصورة المنتجة بواسطة المستخدمين ، في 15 فبراير عام 2005 بواسطة ثلاث موظفين من شركة باي بال Paypal هم :

تشاد هيرلي Chad Hurley وهو شاب جامعي من مواليد ، 1977 كان يعمل في شركة ، Paypal وهو الذي قام بتصميم شعارها .

وستيف تشين Steve Chen الشاب الجامعي أيضا المولود في تايوان عام 1978 م .
وجاود كريم Jawed Karim المولود في ألمانيا عام 1979 م ، وصاحب جمعية شبابية أقامها لدعم الطلاب الجامعيين للانطلاق في مشاريعهم المميزة ، وصاحب أول فيديو تم رفعه على اليوتيوب، وقد صوره لنفسه وهو في حديقة الحيوانات⁴.

¹ ليلي أحمد جرار، الفيسبوك والشباب العربي ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، الكويت ، ط2012، 1، ص51.

² ليلي أحمد جرار، مرجع سابق، ص52

³ حسن السوداني ومحمد المنصور ، مرجع سابق، ص118.

⁴ رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الانترنت ، جامعة مملكة البحرين ، البحرين ، 2009، ص512.

ج- الانستغرام: يعدّ الانستغرام أحد شبكات التواصل الاجتماعي، أطلق في أكتوبر عام 2010 ويستخدم لالتقاط الصور الفوتوغرافية والفيديو، وتعديلها، ثمّ مشاركتها، كما أنّه يعتبر من تطبيقات التواصل الاجتماعي؛ حيث إنّهُ مخصّص لمشاركة الصور ومقاطع الفيديو من الهواتف الذكية كغيره من مواقع التواصل، وعندما يُنشئ الشخص حساباً عليه فإنّه يظهر له الملف الشخصي الخاص به، كما سيتمكن من نشر صورة أو مقطع فيديو، ثمّ يتمّ عرضها على ذلك الملف، ويستطيع المتابعون لهذا الشخص رؤية المنشور، وكذلك سير الشخص مشاركات الآخرين الذين يتابعهم، ومن الجدير بالذكر أنّهُ يمكن التفاعل مع مستخدمي الانستغرام عن طريق متابعتهم، والتعليق لهم، والإعجاب بمشاركاتهم، ويوجد أيضاً ميزات الرسائل الخاصة، وحفظ الصور الموجودة عليه.¹

رابعاً: المدونات:

المدونة هي تطبيق من تطبيقات شبكة الإنترنت، تكتب فيها التدوينات لنقل الاخبار أو التعبير عن الأفكار، وهي تعمل من خلال نظام إدارة المحتوى، فهي عبارة عن صفحة ويب على شبكة الإنترنت تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتبّة ترتيباً زمنياً تصاعدياً ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، حيث أن للمدونات أنواع نذكر منها:

- **المدونات الشخصية:** وهي اليوميات أو التعليقات المستمرة من قبل الأفراد، ويعد هذا النوع من المدونات الأكثر شيوعاً بين الأنواع الأخرى.
- **مدونات المؤسسات أو الشركات:** ويستخدم هذا النوع من المدونات للقطاعات الخاصة أو للأغراض التجارية، بحيث تستخدم أما داخلياً لتحسين الاتصال والتواصل في الشركة، أو خارجياً للتسويق والعلامات التجارية أو لأغراض العلاقات العامة، وتسمى بمدونات الشركات
- **مدونات لنوع معين:** هناك نوع من المدونات التي تقوم بالتركيز على موضوع معين مثل: المدونات السياسية مدونات السفر مدونات المنازل، مدونات الأزياء، مدونات المشاريع، مدونات التعليم...إلخ.

¹ فوزية عبو، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الزوجية دراسة أنثوغرافية على عينة من الأسر بولاية مستغانم" المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة الجزائر (المجلد 03) (العدد 02) 2020ص286.

- مدونات حسب نوع الوسائط¹: هناك أنواع عديدة من المدونات حسب نوع الوسائط التي تقدمها مثل: مدونات الفيديو التي تسمى vlog ومدونات الروابط التي تسمى linklog ومدونات الرسوم التي يطلق عليها sketchblog ومدونات الصور التي تسمى photoblog، وهناك مدونات ذات الوظائف القصيرة وفيها أنواع مختلطة من الوسائط.

3- خدمات تكنولوجيا الاعلام والاتصال

أولاً: الألعاب الالكترونية:

أ- تعريف الألعاب الالكترونية: هي نوع من الألعاب الحديثة الأكثر شعبية في العالم والتي تعرض على شاشة التلفاز "ألعاب الفيديو" أو على شاشة الحاسوب "ألعاب الحاسوب"، والتي تلعب أيضا على حوامل التحكم الخاصة بها أو في قاعات الألعاب الإلكترونية المخصصة لها، بحيث تزود هذه الألعاب الفرد بالمتعة من خلال تحد استخدام اليد مع العين "التأزر البصري الحركي" أو تحد للإمكانات العقلية، وهذا يكون من خلال تطوير البرامج الإلكترونية².

ب- أنواع الألعاب الالكترونية:

- ألعاب المتعة والإثارة: وهي تهدف عموما للتسلية وشغل الفراغ وتعتمد أساسا على تفاعل المستثمرين للعبة في أوضاع وحالات تبدأ بمستويات بسيطة يسهل التعامل معها لتصبح معقدة وسريعة، وغالبا ما تتجاوز سقف القدرات مهما أتقن تدريبه، وتتميز هذه الألعاب بأنها مثيرة وجذابة وتشد الانتباه لكثرة تنالي المواقف فيها، واستخدامها للصور والأصوات القريبة من الواقع وهي بهذا تستهوي كثيرا من الصغار³.

- ألعاب الذكاء: وتعتمد هذه الألعاب على المحاكاة المنطقية في اتخاذ القرار وتتطلب إعمال الفكر للتعامل معها، ولعل الشطرنج من أشهر الألعاب في هذا المجال إذ بات التعامل مع أجهزة الشطرنج الإلكترونية أو برامج الشطرنج الحاسوبية تحديا كبيرا يتجاوز في بعض الأحيان كبار اللاعبين⁴

¹ وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، مرجع سابق، ص192

² مريم قويدر، أثر الألعاب الإلكترونية على السلوكيات لدى الأطفال، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2012، ص106

³ دلال الواعر، تأثير الألعاب الالكترونية على سلوك الطفل الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة وإعلام الكتروني، أم البواقي، 2017، ص24.

⁴ دلال الواعر، نفس المرجع، ص24

- ألعاب الحركة: وهي الألعاب التي تركز على التحكم في الحركة وتتميز بتزايد السرعة والمهارات وتتوالى المستويات لتصبح أكثر صعوبة مما يتطلب انتباه وردة فعل سريعة... إلخ.¹
- الألعاب التربوية والتعليمية: تهدف الى التوازن بين المتعة ونقل المعلومة بطريقة سهلة للمستفيد وهي تغطي جميع الاعمار، فمن الالعاب البسيطة التي تعلم الطفل قراءة الارقام والحروف وكتابتها والالعاب التي تعلمه تركيب الجمل التي تهتم بالثقيف العام والمعلومات في مجالات عديدة كالرياضيات والعلوم والتاريخ وتعليم اللغات.²
- ألعاب المحاكاة: تعد ألعاب المحاكاة إعادة إنتاج صور لنشاطات واقعية، رياضية أساسا، فقواعد هذه النشاطات يتم الاحتفاظ بها مع تثبيت كبير بالجزئيات، وتستوحي هذه الألعاب إما من الواقع أو من تصورنا لهذا الواقع، ولا تركز هذه الألعاب فقط على الرسم القريب من الواقع ولكن أيضا على المكانة التي تعطي اللاعب نفسه، ففي العاب محاكاة الطيران مثل " فلايت سيمولانور" من ميكروسوفت.³

ج- تأثير الألعاب الالكترونية على الفرد والمجتمع:

- التأثير الصحي: كشفت الدراسات بسرعة أن مستعملي الألعاب الإلكترونية يستعملون وسائل ترفيه قليلة كمشاهدة التلفاز وقليل ما يطالعون الكتب، كما أكدت الدراسات أن إدمان نسبة كبيرة من الناس مختلف الأعمار يشكون بعض الألياء حالة أطفالهم ممن أصيبوا بمشاكل صحية.
- التأثير النفسي والسلوكي: يتأثر الطفل والمراهق سلبا بما يشاهده من الألعاب الإلكترونية والأقراص المدججة فهي تعمل على توليد نزعة الجبن لدى الأطفال، العنف، الكسل، العدوانية والحمول، و نزعة الشر والعدوانية والجريمة وغير ذلك من مظاهر مخاطر تأثير الألعاب الإلكترونية على الفرد والمجتمع.

¹ منال الاسود، فوزي لوحيدي، تأثير الالعاب الالكترونية على التحصيل الدراسي للتلميذ، مجلة المجتمع والرياضة، المجلد2، العدد2019، ص50.

² صيف الازهر، محمد الذيب، الالعاب الالكترونية وتشكل السلوك العدواني العنيف لدى الطفل داخل المدرسة، مجلة المجتمع والرياضة، المجلد2، العدد2، 2019، ص28

³ منال الاسود، فوزي لوحيدي، نفس المرجع، ص50

- **التأثير العلمي والتعليمي¹** : إن استخدام الألعاب الإلكترونية من طرف الأطفال والمراهقين والشباب ساعات طويلة أمام أجهزة الألعاب الإلكترونية الذي يجعلهم يهملون دروسهم وواجباتهم المدرسية، ويقلل من ميلهم للمطالعة وقراءة الكتب.

ثانيا: التجارة الالكترونية:

أ- **مفهوم التجارة الالكترونية:** هي نشاط تجاري يتم بفضل إجراءات تكنولوجية متقدمة، متعلق بتنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات، عن طريق بيانات ومعلومات تتسبب عبر شبكات الاتصال والشبكات التجارية العالمية الأخرى، منها شبكة الانترنت التي تعدت حدود الدول وحولت الركائز الورقية المستخدمة في المعاملات التجارية كالفواتير والعقود وقبض الثمن إلى ركائز الكترونية تتم كلها عبر الجهاز الآلي، الذي يتقابل بواسطته كل من البائع والمشتري والمنتج والمستهلك لتحقيق معاملاته التجارية رغم بعد المسافات واختلاف الحدود الجغرافية، حيث يتوقع لها البعض ان يتوسع نطاقها وتصبح الوسيط المطلق والمسيطر الشامل، حيث تكون كل المعروضات للبيع في العالم بأسره متاحة للمشتري في أي منطقة من العالم ليتفحصها ويقارنها بأخرى وحتى يجري عليها تعديلات إن أراد².

ب- أهمية التجارة الالكترونية: تتركز أهمية التجارة الالكترونية في النقاط التالية³:

- تعتبر وسيلة فعالة للقيام بعقد الصفقات بين المتعاملين عن طريق الاتصال الالكتروني المباشر بينهم وبذلك فهي تستغني عن المستندات الورقية وما تستلزمه من نفقات، كما أنها توفر النفقات العامة والإدارية ومصاريف الاتصال وغيرها، حيث تبلغ نسب الوقر في ذلك ما لا يقل عن 80%
- تعد وسيلة متميزة وغير مسبوقه للوصول إلى أسواق العالم جميعا في وقت واحد بأقل النفقات، حيث تساعد البائعين على تخطي حواجز المسافات والوصول إلى أسلوب بعيدة ومتنوعة ومتعددة، كما تساعد المشتريين أيضا على تخطي حواجز الزمن والتعامل مع الموردين

¹ سليمة بوسعيد، حنان عوادي، مخاطر تأثير الألعاب الإلكترونية على الفرد والمجتمع وطرق علاجها، مجلة المجتمع والرياضة، مج2، العدد1، جامعة ورقلة- الجزائر، 2019ص41-42.

² محمد الفاتح محمود بشير المغربي التجارة الالكترونية دار الجنان للنشر والتوزيع عمان ط1 السنة 2016ص 13

³ محمد الفاتح محمود، مرجع سابق، ص18

- تؤدي إلى تبادل المنافع ما بين المتعاملين من بائعين و مشترين كما تعمل على ترشيد القرارات التي يتخذها كل منهم بما تتميز به من تدفق المعلومات بينهم في الوقت المناسب، ولطريقة منسقة ودقيقة

- تساعد الشركات على إتباع نظام التصنيع الحديثة التي تتم بمساعدة الحاسب الالكتروني من حيث تحديد تعاقب عمليات التشغيل وأسلوب التشغيل على أجزاء المنتج، وعمليات التحكم والرقابة، وتخطيط الاحتياجات من المواد و موارد التصنيع والوقت المحدد.

ثالثا: الخدمات التعليمية(التعليم عن بعد): افرز التعليم عن بعد تغيرات كبرى في الاسلوب التنظيمي لعملية تقديم التعليم لعل ابرزها واكثرها وضوحا انه لم يعد مشروطا بحضور الطلبة الى الجامعة على فترات منتظمة ونتيجة لذلك اقتضى التعليم عن بعد وجود هيكلية مؤسساتية تختلف عما هو قائم لدى المؤسسات التعليمية التقليدية¹

وتتعدد التسميات الخاصة بهذا النمط الجديد من التعليم، ما بين التعليم عن بعد والتعليم الالكتروني، والتعليم الافتراضي والتعليم الغير حضوري، وكلها تسميات لمدلول واحد، فالتعليم عن بعد هو نمط من انماط التعليم الافتراضي تتباعد فيه مجموعات التعليم، وتستخدم نظم الاتصالات التفاعلية لربط المتعلمين والمعلمين ومصادر التعلم سويا².

¹ طوني بيتس، التكنولوجيا والتعلم الالكتروني والتعليم عن بعد، مكتبات العبيكان للنشر، السعودية ط2، 2007، ص53.

² كريم بوسالم ولعيدية رحوني، التعليم عن بعد بوصفه خيارا استراتيجيا بالجامعة الجزائرية في ظل استمرار جائحة كوفيد19، مجلة الليسانيات التطبيقية، جامعة البلدة مج 5، ع9، 2021، ص130.

III . جائحة كورونا وآثارها

1- مفهوم جائحة كوفيد 19

أولاً: تعريف الجائحة:

عرفت منظمة الصحة العالمية الجائحة : على انها وباء ينتشر على نطاق شديد الاتساع يتجاوز الحدود الدولية ، مؤثراً على عدد كبير من الأفراد، وقد تحدث الجوائح لتؤثر على البيئة والكائنات الزراعية من ماشية ومحاصيل زراعية والأسماك والأشجار وغير ذلك.¹

وقد قسمت منظمة الصحة العالمية ، دورة حدوث الجوائح إلى ستة مراحل وهي:

- المرحلة الأولى: فيروس يصيب الحيوان لكنه لا يسبب عدوى للبشر.
- المرحلة الثانية: فيروس يصيب الحيوان أدى لعدوى بشرية.
- المرحلة الثالثة: أدى الفيروس إلى إصابة حالات متفرقة أو إلى إصابة جماعات صغيرة بالمرض، ولكن لا زال غير كاف لحدوث وباء في المجتمع المحلي .
- المرحلة الرابعة: خطر حدوث وباء بات قريباً إلا أنه غير مؤكد، أصبح المرض كافياً لحدوث وباء في مجتمع محلي.
- المرحلة الخامسة: العدوى باتت منقولة من شخص إلى آخر وقد سببت لحدوث إصابات في بلدين مختلفين موجودين في اقليم واحد حسب توزيع الأقاليم المعتمد من منظمة الصحة العالمية.
- المرحلة السادسة: الوباء بات عالمياً وسجلت إصابات في اقليمين مختلفين اثنين على الأقل منظمة الصحة العالمية.²

ثانياً: تعريف جائحة كوفيد 19

عرف كوفيد 19 بانه مرض تتسبب فيه سلالة جديدة من الفيروسات التاجية (كورونا) ان فيروس كوفيد 19 هو فيروس جديد يرتبط بعائلات الفيروسات نفسها التي ينتمي لها الفيروس الذي يتسبب بمرض المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة وبعض انواع الزكام العادي ومن بين اعراضه الحمى والسعال وضيق التنفس وفي الحالات الشديدة يمكن للمرض ان يتسبب بالتهاب الرئة او صعوبة التنفس او ان يؤدي الى الوفاة في حالات اقل عدداً تتشابه هذه الاعراض مع اعراض الانفلونزا او الزكام العادي وهما

¹ سفيان سوام، التأمين ضد خطر جائحة فيروس كورونا (كوفيد 19)، حوليات جامعة الجزائر، جامعة محمد الشريف مساعديه سوق أهراس، جويلية 2020، ص 607

² سفيان سوام، نفس المرجع، ص 607.

أكثر انتشار بكثير من مرض كوفيد 19 ولهذا يلزم اجراء فحوصات للتأكد ما اذا كان الشخص مصابا بهذا المرض.¹

ثالثا: أسباب انتشار فيروس كوفيد19:

يعتبر فيروس كوفيد19 من أخطر الفيروسات انتشارا يرجع ذلك لعدة أسباب أدت لانتشاره في مختلف أنحاء العالم من بين هذه الاسباب :

-الإقامة مؤخرا في احدى المناطق التي شهدت انتشارا محليا لكوفيد 19 او الوصول مؤخرا من رحلة الى تلك المناطق التي حددتها مراكز مكافحة الامراض والوقاية منها او منظمة الصحة العالمية .
-المخالطة اللصيقة (ضمن 6 اقدم او مترين) مع شخص مصاب بكوفيد 19 او التعرض لسعال او عطاس شخص مصاب العدوى.

- على الرغم من ان اعراض معظم المصابين بكوفيد 19 تتراوح بين خفيفة الى معتدلة يمكن ان يسبب المرض مضاعفات طبية شديدة وان يؤدي الى الوفاة بالنسبة لبعض الاشخاص من بينهم كبار السن او من لديهم امراض مزمنة.²

رابعا: الوقاية من انتشار كوفيد19:

على الرغم من عدم توفر لقاح للوقاية من كوفيد 19 يمكنك اتخاذ خطوات لتقليل خطر الإصابة ومن بينها³:

- تجنب حضور الفعاليات والتجمعات الكبيرة .
- تجنب المخالطة اللصيقة مع اي شخص مريض او لديه اعراض.
- الزم منزلك قدر الامكان واغسل يديك كثيرا بالماء والصابون.
- ارتداء الكمامة في الاماكن العامة.
- نظف وعقم يوميا الاسطح التي تلمس بكثرة مثل مقابض الابواب ومفاتيح الاضاءة.

¹ كريمة بن صغير وإبتسام غانم التصورات الاجتماعية لجائحة فيروس كورونا كوفيد 19 لدى الشباب الجامعي الجزائري والقيم المصاحبة لها جامعة 8 ماي 1945 قالة مجلة الدراسات النفسية والتربوية مج 14 ع2، 2021 ص 630

² سامية خرخاش انعكاسات جائحة كوفيد 19 على علاقات العمل فالجزائر من وجهة نظر اساتذة التعليم العالي مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية مج 12 ع1 جامعة بوضياف محمد المسيلة 2021 ص541.

³ سامية خرخاش،مرجع سابق ص542

2- تأثير جائحة كوفيد 19 على الشباب العربي

فرضت جائحة كوفيد-19 إقفالا طالت مدته فزعزعت آثاره الاستقرار العالمي الاقتصادي والسياسي والاجتماعي. ولم يكن من الممكن أن تصيب الجائحة شباب المنطقة العربية في وقت أسوأ، إذ طالت آثارها 110 ملايين شابا وشابة (15-29 سنة) عرضة بالأصل لأوجه لا مساواة هيكلية. وعمدت الإسكوا إلى تقييم آثار الجائحة على الشباب الذين كانوا من قبل تفشيها يعانون من التمييز والاقصاء والبطالة وصعوبة الحصول على الخدمات، وفي بعض البلدان من التداعيات المدمرة للصراعات المتدلية، لتقترح توصيات في السياسة العامة للتخفيف من الآثار الاجتماعية والاقتصادية.¹

أولا: تأثير الحجر الصحي على الشباب العربي:

سيؤدي الحجر المطول حتما إلى زيادة بطالة الشباب، ففي المنطقة العربية عوائق هيكلية تحول دون حصولهم على وظائف لائقة، وتسجل المنطقة العربية أعلى مستويات البطالة الشباب وأسرعها تزايدا في العالم، يجد ملايين الشباب العرب أنفسهم على شفير السقوط في وهدة الفقر، ولا سيما من يعيش منهم في المناطق الريفية والشباب ذوو إعاقة، والشباب الذين يعيشون في المناطق المحرومة يتعرضون لخطر الإهمال ويفتقرون حاليا إلى إمكانية الحصول على التدريب في ظل الإغلاق المستمر، ما يزيد من حرمانهم من فرص التعلم واكتساب المهارات الرئيسية. وتتفاقم المشكلة مع بقاء أكثر من 25 مليون شاب، وشابة خارج دائرة العمل والتعليم والتدريب.²

3- الآثار الاقتصادية والاجتماعية والنفسية لجائحة كوفيد 19

أولا: الآثار الاقتصادية:

أحدثت جائحة فيروس كورونا كوفيد 19 اضطرابا شديدا فالاقتصاد العالمي على كل المستويات فاشتدت الاوضاع المالية بصورة حادة في مختلف أنحاء العالم فقد تجمد نشاط الاسواق فعليا في بعض الحالات وانشأ هذا طلبا هائلا على السيولة مع نقص حاد فالسيولة لدى الاسواق الصاعدة فقد وصفت مديرة صندوق النقد الدولي ما يجري بأنه ازمة عالمية منقطعة النظير تستدعي اجاية عالمية

¹ آثار جائحة كوفيد على الشباب في المنطقة العربية هيئة الامم المتحدة، موجز السياسات <http://www.unescwa.org> (الاسكوا) 2020 ص1. تم الاطلاع عليه يوم 2022/01/06.

² آثار جائحة كوفيد على الشباب في المنطقة العربية، مرجع سابق، ص02.

منقطعة النظر و اشارت ان معدلات نمو الدخل سوف تنخفض هذا العام في 170 بلد ومتوقعة ان يتراجع النشاط الاقتصادي العالمي لدرجة لم نشهدها منذ سنوات الكساد الكبير¹.

كان لازمة فيروس كورونا كوفيد 19 تداعيات عديدة على الاقتصادات في ما ياتي استعراض عام لاهم الاثار والمؤشرات الاقتصادية لجائحة كورونا:

_انخفاض اسعار النفط

_ارتفاع اسعار الذهب

_نقص فالعرض للمستلزمات والادوات الطبية

_زيادة الطلب على السلع الاستراتيجية الغذائية

_تدبدب في اسعار صرف العملات

_تضرر قطاع السياحة

_تعطل الحركة التجارية²

ثانيا: الاثار النفسية:

تتفاقم الاثار النفسية نتيجة الانتشار السريع والكثيف للفيروس مع عدم وجود علاج محدد له او ايجاد لقاح سريع للمرض مما يؤدي لحالات من الاكتئاب تتراوح حدتها من البسيط الى المزمن الاجراءات المصاحبة والتي تتخذها الدول المضطرة لمواجهة المرض لا تقل اهمية عن الجانب الصحي المرتبط بالمرض اجراءات كالحظر طويل الامد وتوقف الانشطة الاعتيادية وخاصة الاقتصادية منها ما يفاقم من الاثار النفسية لا بل اصبح مصدرا جديدا للقلق والخوف والاكتئاب³.

أ- الاكتئاب: يتضح من الاسم انه مرض عصبي نفسي وليس مرض عقليا فاغلب الاعراض تتركز حول ان المريض يشعر بالحزن وانه غير قادر على الاستمتاع مع فقدان الامل واحساسه بالضعف واضطراب نومه وطعامه ولا شك ان الناس لديهم استعداد ما للاستجابة الاكتئابية امام المشاكل والضعوط.

¹ احمد فايز الهرش ازمة الاغلاق الكبير الاثار الاقتصادية لفيروس كورونا كوفيد 19، مجلة بحوث الادارة والاقتصاد مج 2 ع 2
جامعة انقرة العلوم الاجتماعية تركيا 2020ص121

² احمد فايز الهرش، نفس المرجع، ص123

³ يوسف الدود جمعة عبدالله، الاثار النفسية المترتبة على الحجر الصحي جراء فيروس كورونا على عينة من المجتمع السوداني مجلة التميز الفكري للعلوم الاجتماعية والانسانية جامعة ام درمان السودان 2021ص384

ب- **الخوف** : المخاوف المرضية هي خوف مبالغ فيه يصل الى حد الرعب من موضوع او موقف معين لا يمثل في حد ذاته مصدر للخطر على الرغم من ادراك الشخص لعدم معقولية او منطقيته الا انه يسيطر عليه.

ج- **القلق** : يظهر لدى كل انسان مثل الغضب والفرح والحزن وغالبا ما يظهر القلق وفق نتائج الابحاث النفسية في المواقف التي يتم تقييمها على انها مهددة وغير مضمونة وغير قابلة للسيطرة وغالبا ما تعاش على انها مواقف غير مريحة¹

ثالثا: الاثار الاجتماعية

تسبب انتشار فيروس كورونا المستجد في مختلف دول العالم في ازمة صحية وانسانية واسعة النطاق مست كل شرائح المجتمع من عمال اجراء وغير اجراء ونالت بدرجة اكبر من الفئات الاكثر هشاشة فالمجتمع خاصة كبار السن ومن بينهم ذوي الاحتياجات الخاصة، ذوي الامراض المزمنة، الفئات المعوزة، اللاجئين والعمال المهاجرين، ولم يسلم منها حتى المؤسسات الصحية المتواجدة فالخط الامامي للجائحة ومن بين هذه الاثار مايلي:

أ- **العمل**: يعد الحق فالعمل من الحقوق الاساسية للإنسان نصت عليه المادة 6 الفقرة 1 من المعهد الدولي للحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وان هذا الحق يضمن لكل فرد فرصة كسب معيشته عن طريق عمل يختاره يضمن له كرامته وعلى الدول اتخاذ الخطوات المناسبة لتأمين هذا الحق فهذه الجائحة اثرت على العمال الذين توقفت قطاعاتهم عن الانتاج او تقديم الخدمات كقطاع النقل العام والخاص، مدارس والجامعات، القطاع السياحي، المطاعم والمقاهي... الخ واثرت بدرجة اكثر على العمال الغير مسجلين والغير نظاميين الذين يعملون لحسابهم الخاص²

ب- **الصحة**: اثر فيروس كوفيد 19 على الصحة في جميع الدول بما فيهم الدول الكبرى كالولايات المتحدة الامريكية التي عجزت مستشفياتها عن الاستجابة للطوارئ الصحية التي فرضتها الجائحة ومن اثار فيروس كوفيد 19 على الرعاية الصحية هو تأثيره على العاملين فالصحة³.

¹ يوسف الدود جمعة عبدالله، نفس المرجع، ص385

² نصت المادة 6 الفقرة 1 من المعهد الدولي للحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية المعتمدة من طرف الجمعية العامة للأمم المتحدة سنة 1966.

³ بن زحاف فيصل وعصامي ليلي، الحماية الاجتماعية الدولية من جائحة كوفيد 19 مجلة قانون العمل والتشغيل مج 5 ع4 جامعة وهران 2_2020 ص52.

ج- التعليم: اثرت الجائحة على فئات من الطلاب بمختلف اطواره وجعلتهم عرضة للتهميش والحرمان من الدراسة مما ادى الى اغلاق المدارس وعليه تم اطلاق منصات الكترونية على شبكات الانترنت عن طريق التعليم عن بعد والتواصل مع¹

د- الفئات الاجتماعية الضعيفة: الفئات الاجتماعية الضعيفة اثرت جائحة كوفيد 19 سلبا وضمرت نسيج المجتمعات المحلية في جميع دول العالم واصابت هذه الجائحة شرائح من المجتمع باضرار جسيمة لما تتميز به من ضعف وهشاشة وحرمان وفقير وان طبيعتها تجعلها تتاثر باي ازمة اقتصادية واجتماعية وصحية نذكر منها فئات النساء والاطفال وكبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة.²

¹ بن زحاف فيصل وعصماني ليلي ، نفس المرجع، ص54

² بن زحاف فيصل وعصماني ليلي ، نفس المرجع ، ص55.

خلاصة الفصل:

بعد التطرق لاستهلاك تكنولوجيا الاعلام والاتصال في ظل جائحة كورونا في هذا الفصل، نتوصل إلى أن لهذه التكنولوجيا اهمية كبيرة نظرا لما توفره من خدمات تتواءم مع الوضع الصحي في العالم بسبب الحجر الصحي المفروض على الافراد، الامر الذي جعل منها اداة اساسية لتسيير مصالح الافراد في الحياة اليومية وكذا عمليات الاتصال بينهم بالإضافة الى التخلص من آثار الملل الناتج عن البقاء في البيوت، حيث تمثل الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي والالعاب الالكترونية من بين اهم خدمات تكنولوجيا الاعلام والاتصال المستخدمة في ظل الجائحة.

الفصل الثالث: الاجراءات المنهجية للدراسة

التطبيقية

- .I مجتمع وعينة الدراسة
- .II لمحة عامة حول توزيع وخصائص عينة الدراسة
- .III عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية
- .IV نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات
- .V النتائج العامة للدراسة

الفصل التطبيقي للدراسة:

I. مجتمع وعينة الدراسة:

يعتبر شباب ولاية غرداية مجتمعاً لدراستنا، أما عن الدراسة فقد تحصلنا على 400 مفردة كعينة متاحة بعدما تم وضع استمارتنا الإلكترونية على أغلب المجموعات والصفحات الشبابية بولاية غرداية على موقع الفايسبوك على مدار 10 أيام كاملة.

II. لمحة عامة حول توزيع وخصائص عينة الدراسة:

الجدول رقم 01 يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

النسبة المئوية %	التكرار	الجنس
56.8%	227	ذكور
43.2%	173	إناث
100%	400	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يبين الجدول رقم 01 توزيع أفراد العينة حسب الجنس، حيث نلاحظ أن أغلبها من جنس الذكور بنسبة 56.8% بتكرار 227 فرد، بينما الإناث بنسبة 43.2% بتكرار 173 فرد.

الجدول رقم 02 يبين توزيع أفراد العينة حسب السن:

النسبة المئوية %	التكرار	السن
42.5%	170	18-24 سنة
43.8%	175	من 25-31 سنة
13.7%	55	32 سنة فما فوق
100%	400	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب متغير السن، فقد لاحظنا أن أعلى فئة عمرية ممن تتراوح أعمارهم من 25-31 بنسبة 43.8% بتكرار 175 فرد، أما أقل فئة عمرية فهي من فئة 32 سنة فما فوق بنسبة 13.7% بتكرار 55 فرد.

الجدول رقم 03 يبين توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة:

النسبة المئوية %	التكرار	الوظيفة
37.2%	149	عامل
62.8%	251	غير عامل
100%	400	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يبين الجدول رقم 03 توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة، حيث نلاحظ أن أغلبها من غير العاملين بنسبة 62.8% بتكرار 251 فرد، بينما العاملين بنسبة 37.2% بتكرار 149 فرد.

الجدول رقم 04 يبين توزيع أفراد العينة حسب الدخل الفردي:

النسبة المئوية %	التكرار	الدخل الفردي
8.2%	33	10000 دج
27%	108	20000 دج
59.5%	238	30000 دج
2.1%	9	40000 دج
3.2%	14	50000 دج فما فوق
100%	400	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يبين الجدول السابق توزيع أفراد العينة حسب الدخل الفردي، فنلاحظ من خلاله أن نسبة 59.5% منهم من ذوي الدخل 30000 دج بتكرار 238 فرد، وأقل نسبة في دخل أفراد العينة هي 2.1% بتكرار 9 أفراد.

III. عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية:

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام شباب ولاية غرداية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال
الجدول رقم 05 يبين استخدام وسائل تكنولوجيا الاعلام والاتصال المستخدمة حسب
الدخل:

المجموع	استخدام وسائل تكنولوجيا الاعلام والاتصال حسب الدخل										
	الهاتف		اللوحة الذكية		الحاسوب الشخصي		الحاسوب الثابت		التلفاز الذكي		المجموع
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	
10000 دج	20	60.6%	5	15.1%	6	18.2%	5	15.1%	5	15.1%	33
20000 دج	53	50%	5	4.7%	33	31.1%	12	11.3%	5	4.7%	106
30000 دج	108	54.5%	5	2.1%	66	27.7%	30	12.6%	28	11.8%	238
40000 دج	5	55.6%	5	55.5%	5	55.5%	5	55.5%	5	55.5%	9
50000 دج	9	64.3%	5	35.7%	5	35.7%	5	35.7%	5	35.7%	14
فما فوق											
المجموع	195	48.4%	11	2.8%	111	27.8%	43	10.8%	39	9.8%	400

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول أعلاه استخدام وسائل تكنولوجيا الاعلام والاتصال المستخدمة حسب الدخل، حيث نلاحظ أن نسبة 48.4% من أفراد العينة يستخدمون الهاتف بتكرار 195 كأعلى نسبة و 2.8% ممن يستخدمون اللوحة الذكية كأقل نسبة بتكرار 11 فرد، كما أن نسبة 60.6% بتكرار 20 فرد ممن يستخدمون الهاتف من الفئة ذات الدخل 10000 دج، وفئة الدخل 50000 دج فما فوق بنسبة 64.3% بتكرار 9، كما أن 238 فرد من أفراد العينة يستخدمون تكنولوجيا الإعلام والاتصال بشكل كبير من ذوي الدخل 30000 دج، عكس 9 أفراد من ذوي الدخل 40000 دج لا يستخدمونها بشكل كبير، مما يعني أن أصحاب الدخل المرتفع لا يستخدمون تكنولوجيا الإعلام والاتصال وأصحاب الدخل المنخفض يستخدمونها بكثرة خاصة الهاتف والحاسوب الشخصي، ومنه نستنتج أنه كلما نقص الدخل كلما زاد استهلاك تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

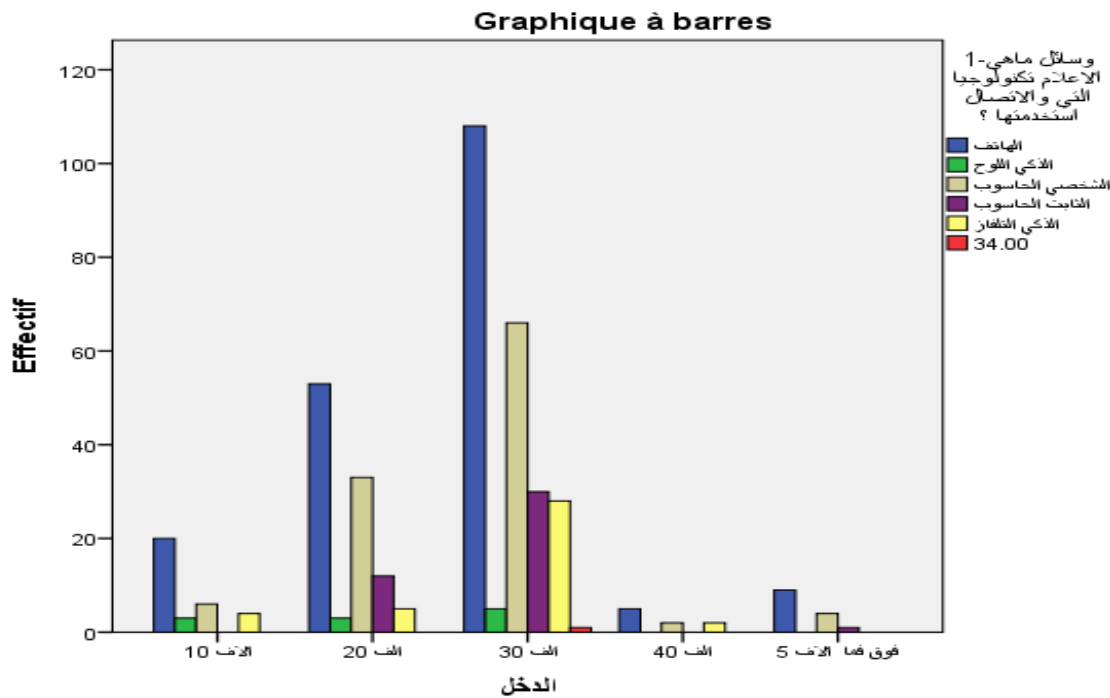
الجدول رقم 06 يوضح نتائج اختبار ك 2 للفروق الإحصائية بين استخدام وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال والدخل

	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)
khi-deux de Pearson	22.667 ^a	20	.305
Rapport de vraisemblance	27.929	20	.111
Association linéaire par linéaire	.938	1	.333
N d'observations valides	400		

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يحتوي الجدول على نتائج اختبار ك 2 للاستقلالية الذي يختبر درجة العلاقة بين المتغيرات الإسمية المتمثلة في وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال والدخل، وكما يتضح أعلاه فقد قدرت دلالة اختبار ك 2 ب 0.305 أي 30% وهي دلالة أكبر من 0.05 أي 5%، وبالتالي فإنه لا توجد فروق دالة إحصائية فيما يتعلق باستخدام وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال من حيث الدخل، ومنه لا توجد علاقة بين متغيري الدخل والاستخدام لدى عينة الدراسة.¹

الشكل رقم 01: يوضح استخدام وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال حسب الدخل



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

¹ ملاحظة: ك 2 أقل أو يساوي 0.05 توجد فروق دالة إحصائية.

ك 2 أكبر من 0.05 لا توجد فروق دالة إحصائية.

الجدول رقم 07 يبين استخدام وسائط تكنولوجيا الاعلام والاتصال الاكثر استخداما حسب السن:

استخدام وسائط تكنولوجيا الاعلام والاتصال الاكثر استخداما حسب السن								
المجموع		الألعاب الإلكترونية		شبكات التواصل الاجتماعي		المواقع الإلكترونية		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
%100	170	%77.6	132	%15.3	26	%07.1	12	24-18
%100	175	%73.1	128	%21.1	37	%05.7	10	31-25
%100	55	%69.1	38	%20	11	%10.9	6	32 سنة فما فوق
%100	400	%74.5	298	%18.5	74	%07	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

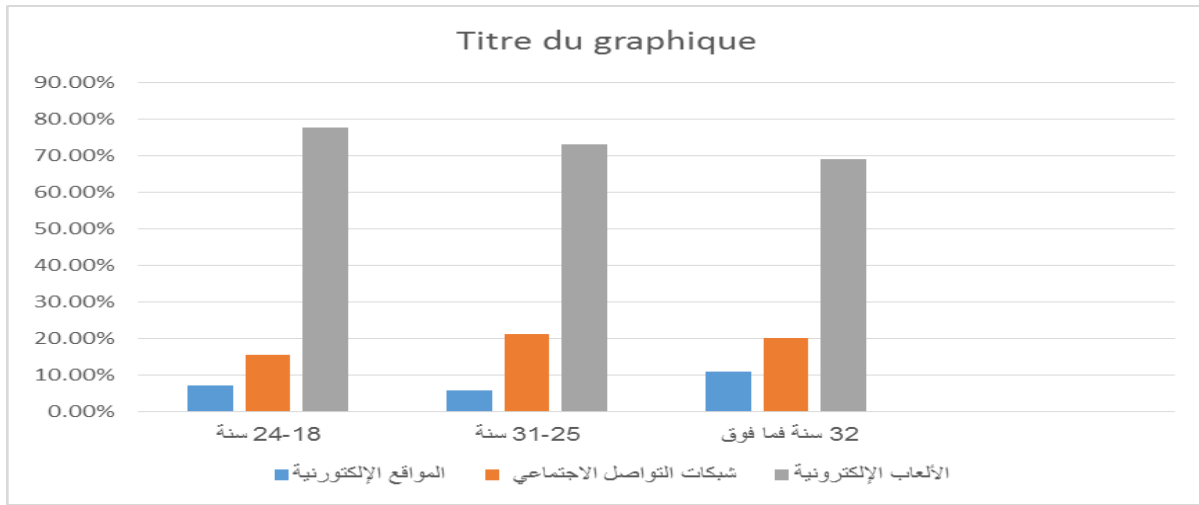
يوضح الجدول أعلاه استخدام وسائط تكنولوجيا الاعلام والاتصال المستخدمة حسب السن، حيث نلاحظ أن نسبة 77.6% ممن يستخدمون الألعاب الإلكترونية بشكل كبير في سن 18 إلى 24 سنة بتكرار 132 فرد، ونسبة 69.1% في سن 32 سنة فما فوق بتكرار 38 فرد ممن يستخدمونها بشكل أقل، كما نرى أن نسبة 20% يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي كثيرا وفي سن 32 سنة فما فوق بتكرار 11 فرد ونسبة 15.3% ممن يستخدمونها بشكل أقل بتكرار 26 فرد، كما نرى أن نسبة 10.9% ممن يستخدمون المواقع الإلكترونية كثيرا ومن سن 32 سنة فما فوق بتكرار 6 أفراد، ونسبة 5.7% ممن يستخدمونها بشكل أقل بتكرار 10 أفراد، أي أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الألعاب الإلكترونية بنسبة 74.5%، عكس المواقع الإلكترونية بنسبة 7%، أي أن الأفراد الأكبر سنا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية، والأصغر سنا يستخدمون الألعاب الإلكترونية، وبالتالي أنه كلما زاد السن كلما قل استخدام وسائط تكنولوجيا الاعلام والاتصال.

الجدول رقم 08 يوضح نتائج اختبار ك 2 للفروق الإحصائية بين استخدام وسائط تكنولوجيا الاعلام والاتصال والسن

	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)
khi-deux de Pearson	3.772 ^a	4	.438
Rapport de vraisemblance	3.655	4	.455
Association linéaire par linéaire	1.557	1	.212
N d'observations valides	400		

يحتوي الجدول على نتائج اختبار ك 2 للاستقلالية الذي يختبر درجة العلاقة بين المتغيرات الإسمية المتمثلة في وسائط تكنولوجيا الإعلام والاتصال والسن، وكما يتضح أعلاه فقد قدرت دلالة اختبار ك 2 ب 0.438 أي 43% وهي دلالة أكبر من 0.05 أي 5%، وبالتالي فإنه لا توجد فروق دالة إحصائية فيما يتعلق باستخدام وسائط تكنولوجيا الإعلام والاتصال من حيث السن، ومنه لا توجد علاقة بين متغيري السن والاستخدام لدى عينة الدراسة.¹

الشكل رقم 02: يوضح استخدام وسائط تكنولوجيا الإعلام والاتصال حسب السن



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

الجدول رقم 09 يوضح متوسط استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال يوميا حسب الوظيفة:

متوسط استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال يوميا حسب الوظيفة										
المجموع		5سا فما فوق		3سا-4سا		1سا-2سا		أقل من ساعة		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
100%	149	33.6%	50	40.9%	61	21.5%	32	4%	6	عامل
100%	251	27.5%	69	45.4%	114	24.3%	61	2.8%	7	غير عامل
100%	400	29.8%	119	43.8%	175	23.3%	93	3.3%	13	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول أعلاه متوسط استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال يوميا حسب الوظيفة، حيث نلاحظ أن نسبة 43.8% يستخدمون تكنولوجيا الاعلام والاتصال ما بين 3 و 4 ساعات يوميا

¹ملاحظة: ك 2 أقل أو يساوي 0.05 توجد فروق دالة إحصائية.

ك 2 أكبر من 0.05 لا توجد فروق دالة إحصائية.

بتكرار 175 فرد، ونسبة 03.3% ممن يستخدمونها في أقل من ساعة في اليوم بتكرار 13 فرد، بحيث نجد نسبة 45.4% من غير العاملين يستخدمون تكنولوجيا الإعلام والاتصال ما بين 3 و4 ساعات يوميا بتكرار 114 فرد، في حين نجد نسبة 40.9% من العاملين بتكرار 61 فرد، مما يعني أن غير العاملين يستخدمون تكنولوجيا الإعلام والاتصال بحجم ساعي كبير يوميا، وبالتالي نستنتج أنه كلما كان الفرد غير عامل كلما استخدم تكنولوجيا الإعلام والاتصال بساعات أكبر في اليوم وإذا كان عاملا فإن متوسط الاستخدام في اليوم يقل.

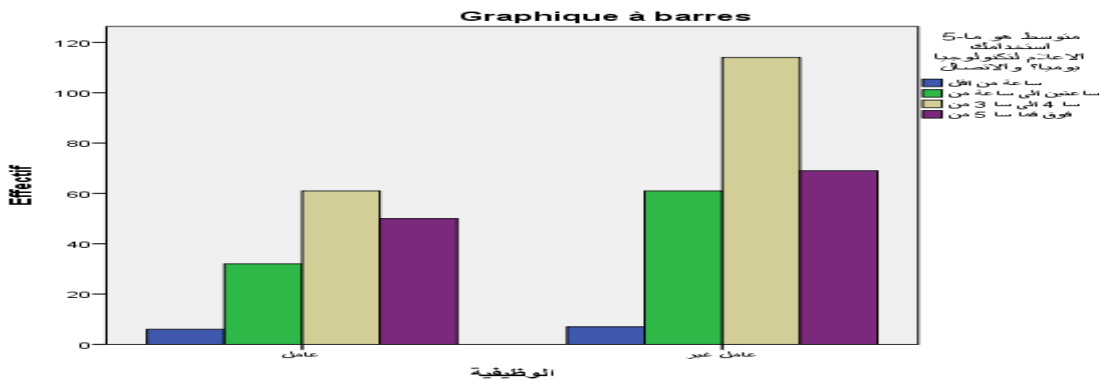
الجدول رقم 10 يوضح نتائج اختبار ك 2 للفروق الإحصائية بين متوسط استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال يوميا والوظيفة

	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)
khi-deux de Pearson	2.348 ^a	3	.503
Rapport de vraisemblance	2.326	3	.508
Association linéaire par linéaire	.582	1	.446
N d'observations valides	400		

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يحتوي الجدول على نتائج اختبار ك 2 للاستقلالية الذي يختبر درجة العلاقة بين المتغيرات الإسمية المتمثلة في متوسط استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال يوميا والوظيفة، وكما يتضح أعلاه فقد قدرت دلالة اختبار ك 2 ب 0.503 أي 50% وهي دلالة أكبر من 0.05 أي 5%، وبالتالي فإنه لا توجد فروق دالة إحصائية فيما يتعلق بمتوسط استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في اليوم من حيث الوظيفة، ومنه لا توجد علاقة بين متغيري الوظيفة ومتوسط الاستخدام اليومي لدى عينة الدراسة.¹

الشكل رقم 03: يوضح متوسط استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال يوميا حسب الوظيفة



¹ملاحظة: ك 2 أقل أو يساوي 0.05 توجد فروق دالة إحصائية.

ك 2 أكبر من 0.05 لا توجد فروق دالة إحصائية.

المحور الثاني: دوافع واسباب استخدام شباب ولاية غرداية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال خلال جائحة كورونا

الجدول رقم 11 يبين الاستجابة لدعوات الالتزام بالحجر الصحي عبر مختلف منصات مواقع التواصل الاجتماعي حسب السن:

الاستجابة لدعوات الالتزام بالحجر الصحي عبر مختلف منصات مواقع التواصل الاجتماعي حسب السن						
المجموع		لا		نعم		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
100%	170	15.3%	29	7.1%	141	24-18
100%	175	21.1%	34	5.7%	141	31-25
100%	55	20%	10	10.9%	45	32 سنة فما فوق
100%	400	18.3%	73	81.8%	327	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول أعلاه الاستجابة لدعوات الالتزام بالحجر الصحي عبر مختلف منصات مواقع التواصل الاجتماعي حسب السن، حيث نلاحظ أن نسبة 81.8% ممن استجابوا لدعوات الالتزام بالحجر الصحي بتكرار 327 فرد، ونسبة 18.5% ممن لم يستجيبوا لدعوات الالتزام بالحجر الصحي عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي بتكرار 73 فرد، بحيث نجد نسبة 21.1% ممن لم يستجيبوا لدعوات الالتزام من فئة السن ما بين 25 و 31 سنة بتكرار 34 فرد ونسبة 20% من فئة السن 32 سنة فما فوق بتكرار 10 أفراد، في حين نجد نسبة 10.9% من الذين استجابوا لها من فئة السن 32 سنة فما فوق بتكرار 45 فرد، ونسبة 5.7% من فئة السن ما بين 25 و 31 سنة بتكرار 141 فرد، مما يعني أن صغار السن يستجيبون لدعوات الالتزام بالحجر الصحي عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي عكس كبار السن، وقد يعود لقلة متابعتهم لهذه المواقع وعدم ثقتهم فيها من خلال انتشار الأخبار المغلوطة عبرها.

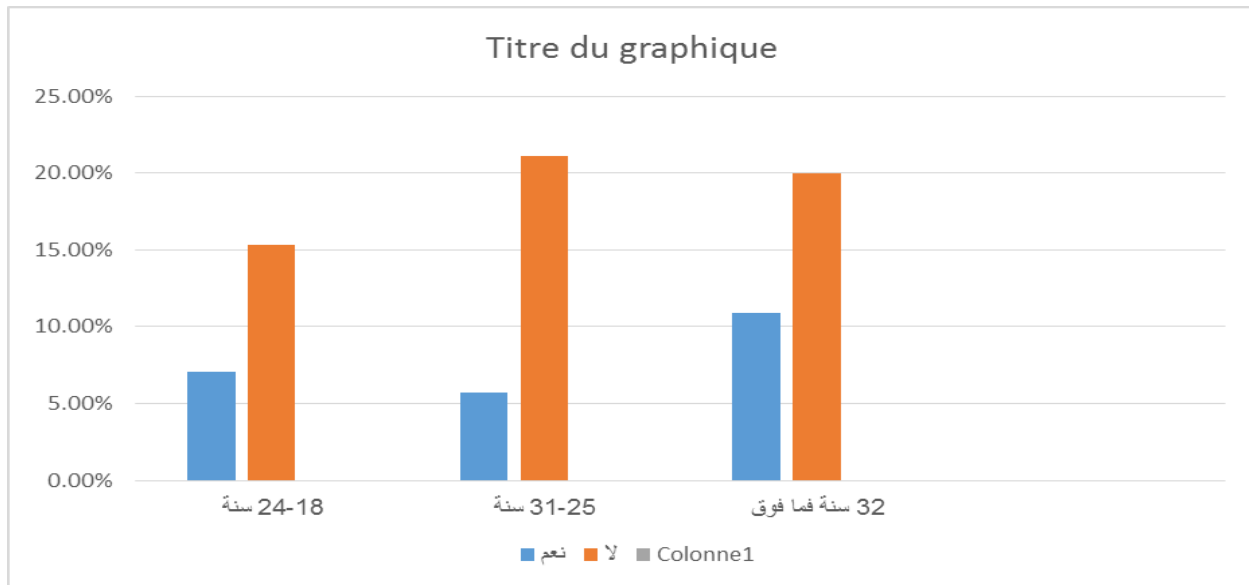
الجدول رقم 12 يوضح نتائج اختبار ك 2 للفروق الإحصائية بين الاستجابة لدعوات الالتزام بالحجر الصحي عبر مختلف منصات مواقع التواصل الاجتماعي والسن

	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)
khi-deux de Pearson	.325 ^a	2	.850
Rapport de vraisemblance	.325	2	.850
Association linéaire par linéaire	.138	1	.711
N d'observations valides	400		

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss إصدار 19

يحتوي الجدول على نتائج اختبار ك 2 للاستقلالية الذي يختبر درجة العلاقة بين المتغيرات الإسمية المتمثلة في الاستجابة لدعوات الالتزام بالحجر الصحي عبر مختلف منصات مواقع التواصل الاجتماعي والسن، وكما يتضح أعلاه فقد قدرت دلالة اختبار ك 2 ب 0.850 أي 85% وهي دلالة أكبر من 0.05 أي 5%، وبالتالي فإنه لا توجد فروق دالة إحصائية فيما يتعلق بالاستجابة لدعوات الالتزام بالحجر الصحي عبر مختلف منصات مواقع التواصل الاجتماعي من حيث السن، ومنه لا توجد علاقة بين متغيري السن والاستجابة لدعوات الالتزام بالحجر الصحي عبر مختلف منصات مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة¹.

الشكل رقم 04: يوضح الاستجابة لدعوات الالتزام بالحجر الصحي عبر مختلف منصات مواقع التواصل الاجتماعي حسب السن



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss إصدار 19

¹ملاحظة: ك 2 أقل أو يساوي 0.05 توجد فروق دالة إحصائية.

ك 2 أكبر من 0.05 لا توجد فروق دالة إحصائية.

الجدول رقم 13 يبين استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا حسب الوظيفة:

استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا حسب الوظيفة								
المجموع		قليل		متوسط		كثير		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
%100	149	%04.7	7	%32.9	49	%62.4	93	عامل
%100	251	%04.4	11	%26.3	66	%69.3	174	غير عامل
%100	400	%04.5	18	%28.7	115	%66.8	267	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول أعلاه استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا حسب الوظيفة، حيث نلاحظ أن نسبة 66.8% ممن يستخدمون تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا كثيرا بتكرار 267 فرد، ونسبة 04.5% ممن يستخدمونها قليلا بتكرار 18 فرد، حيث نجد أن نسبة 69.3% يستخدمونها كثيرا من غير العاملين بتكرار 174، ونسبة 04.4% من غير العاملين الذين يستخدمون تكنولوجيا الاعلام والاتصال قليلا بتكرار 11 فرد، في حين نجد نسبة 62.4% ممن يستخدمونها كثيرا من فئة العاملين بتكرار 93 فرد، ونسبة 04.7% يستخدمونها قليلا من العاملين، ومنه نستنتج أن الأفراد غير العاملين يستخدمون تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا بشكل كبير ومتقارب مع العاملين.

الجدول رقم 14 يوضح نتائج اختبار ك 2 للفروق الإحصائية بين استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا والوظيفة

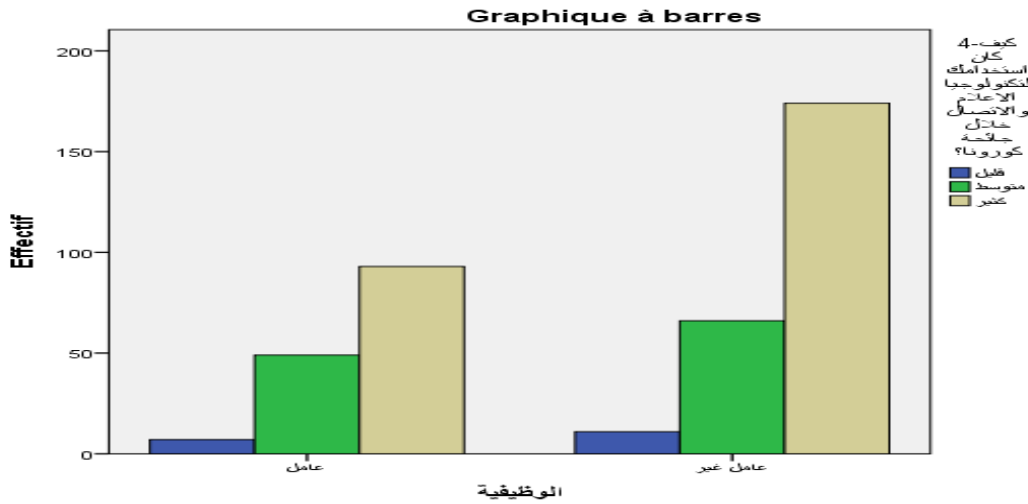
	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)
khi-deux de Pearson	2.102 ^a	2	.350
Rapport de vraisemblance	2.084	2	.353
Association linéaire par linéaire	1.497	1	.221
N d'observations valides	400		

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يحتوي الجدول على نتائج اختبار ك 2 للاستقلالية الذي يختبر درجة العلاقة بين المتغيرات الإسمية المتمثلة في استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا والوظيفة، وكما يتضح أعلاه فقد قدرت دلالة اختبار ك 2 ب 0.350 أي 35% وهي دلالة أكبر من 0.05 أي 5%،

وبالتالي فإنه لا توجد فروق دالة إحصائية فيما يتعلق باستخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا من حيث الوظيفة، ومنه لا توجد علاقة بين متغيري الوظيفة واستخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا لدى عينة الدراسة. 1

الشكل رقم 05: يوضح استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا حسب الوظيفة



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

الجدول رقم 15 يبين دوافع استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا حسب الجنس:

المجموع	دوافع استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا حسب الجنس											
	بيع وشراء المنتجات		الاتصال بالآخرين		مواصلة المهام الخاصة بالوظيفة		متابعة الدروس		متابعة الإحصائيات			
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
%100	227	%38.8	88	%24.2	55	%25.6	58	%08.4	19	%03.1	7	ذكر
%100	173	%26.6	46	%23.7	41	%35.8	62	%12.1	21	%02.8	5	أنثى
%100	400	%33.5	134	%24	96	%30	120	%10	40	%02.5	10	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

¹ملاحظة: ك 2 أقل أو يساوي 0.05 توجد فروق دالة إحصائية.

ك 2 أكبر من 0.05 لا توجد فروق دالة إحصائية.

يوضح الجدول أعلاه دوافع استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا حسب الجنس، حيث نلاحظ أن نسبة 33.5% ممن يستخدمون تكنولوجيا الإعلام والاتصال خلال جائحة كورونا بدافع بيع وشراء المنتجات بتكرار 134 فرد، ونسبة 38.8% من الذكور بتكرار 88 فرد ونسبة 26.6% من الإناث، كما أن نسبة 02.5% ممن يستخدمونها بدافع متابعة الإحصائيات بتكرار 10 أفراد، ونسبة 03.1% من الذكور بتكرار 7 أفراد، ونسبة 02.8% من الإناث بتكرار 5 أفراد، كما نجد أن نسبة 12.1% ممن يستخدمون تكنولوجيا الإعلام والاتصال بدافع متابعة الدراسة من الإناث بتكرار 21 فرد، ونسبة 08.4% من الذكور بتكرار 19 فرد، ونسبة 24.2% ممن يستخدمونها بدافع الاتصال بالآخرين من الذكور بتكرار 55 فرد، ونسبة 23.7% من الإناث بتكرار 41 فرد، أي أن الذكور يستخدمون تكنولوجيا الإعلام والاتصال خلال جائحة كورونا بدافع بيع وشراء المنتجات ومتابعة الإحصائيات والاتصال بالآخرين أكثر من الإناث، في حين أن الإناث يستخدمونها في متابعة الدروس ومواصلة المهام الخاصة بالوظيفة أكثر من الذكور.

الجدول رقم 16 يوضح نتائج اختبار ك 2 للفروق الإحصائية بين دوافع استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا والجنس

	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)
khi-deux de Pearson	9.930 ^a	4	.042
Rapport de vraisemblance	10.004	4	.040
Association linéaire par linéaire	5.486	1	.019
N d'observations valides	400		

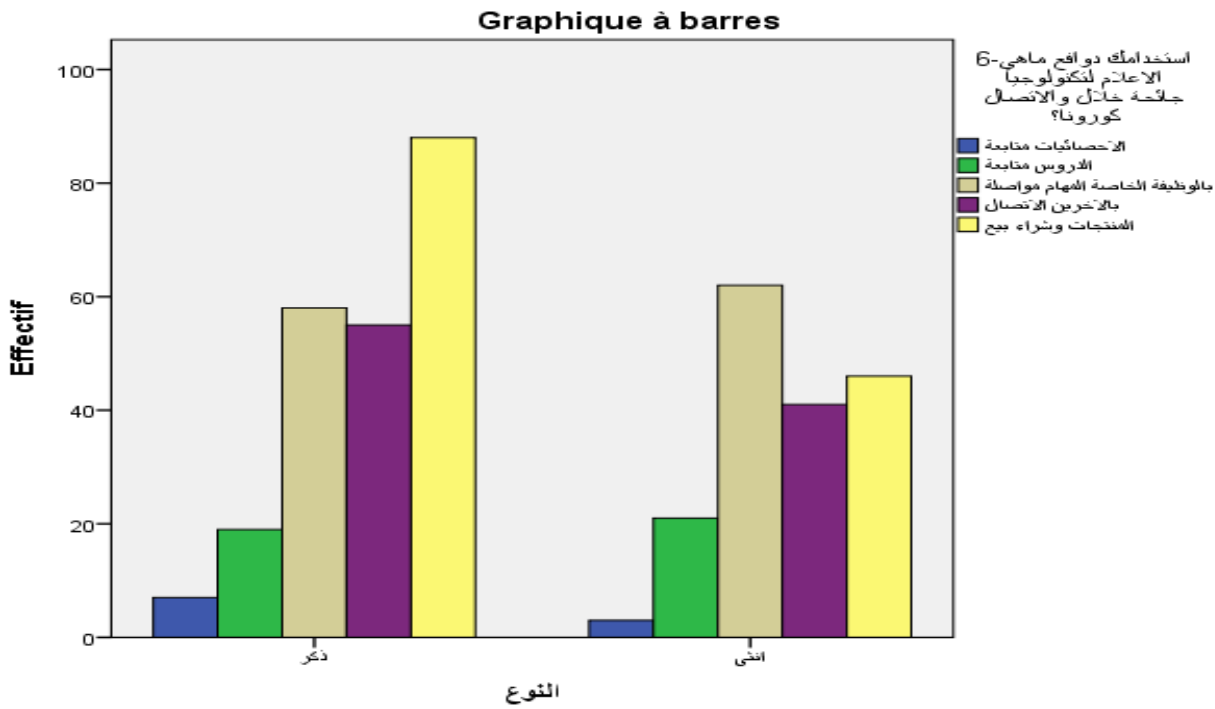
المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يحتوي الجدول على نتائج اختبار ك 2 للاستقلالية الذي يختبر درجة العلاقة بين المتغيرات الإسمية المتمثلة في دوافع استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا والجنس، وكما يتضح أعلاه فقد قدرت دلالة اختبار ك 2 ب 0.042 أي 04% وهي دلالة أقل من 0.05 أي 05%، وبالتالي فإنه توجد فروق دالة إحصائية فيما يتعلق بدوافع استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا من حيث الجنس، ومنه توجد علاقة بين متغيري الجنس ودوافع استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا لدى عينة الدراسة. 1

¹ملاحظة: ك 2 أقل أو يساوي 0.05 توجد فروق دالة إحصائية.

ك 2 أكبر من 0.05 لا توجد فروق دالة إحصائية.

الشكل رقم 06: يوضح دوافع استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss إصدار 19

المحور الثالث: أبعاد الاستهلاك التقني لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا

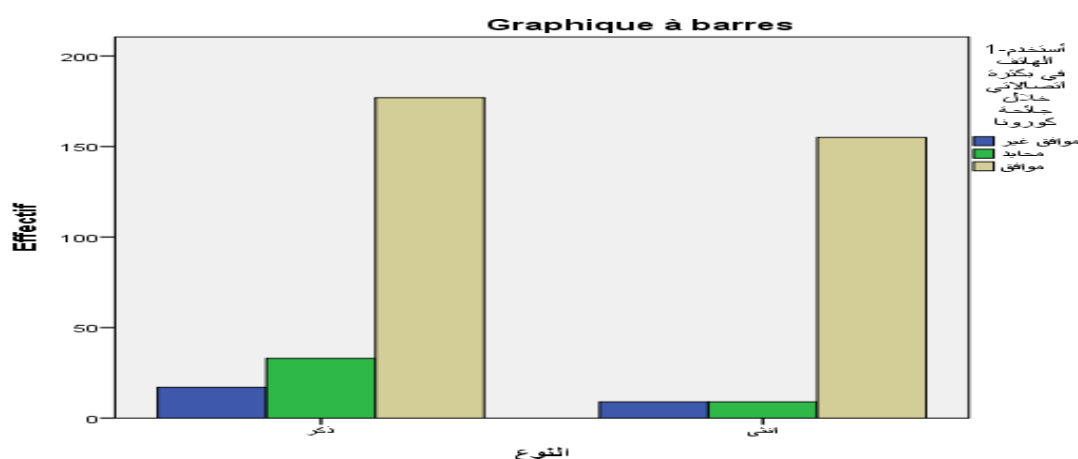
الجدول رقم 17 يبين استخدام الهاتف بكثرة في اتصالات أفراد العينة خلال جائحة كورونا حسب الجنس:

استخدام الهاتف بكثرة في اتصالات أفراد العينة خلال جائحة كورونا حسب الجنس								
المجموع		غير موافق		محايد		موافق		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
%100	227	%07.5	17	%14.5	33	%78	177	ذكر
%100	173	%05.2	9	%05.2	9	%89.6	155	أنثى
%100	400	%06.5	26	%10.5	42	%83	332	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss إصدار 19

يوضح الجدول أعلاه استخدام الهاتف بكثرة في اتصالات أفراد العينة خلال جائحة كورونا حسب الجنس، حيث نلاحظ أن نسبة 83% ممن يوافقون على أنهم يستخدمون الهاتف بكثرة في اتصالاتهم خلال جائحة كورونا بتكرار 332 فرد، ونسبة 06.5% ممن لا يوافقون على ذلك بتكرار 26 فرد، حيث نجد أن نسبة 89.6% ممن يستخدمون الهاتف بكثرة خلال جائحة كورونا من الإناث بتكرار 155 فرد، ونسبة 78% ممن يستخدمونها من الذكور بتكرار 177 فرد، كما نجد أن نسبة 07.5% ممن لا يوافقون على استخدام الهاتف بكثرة خلال جائحة كورونا بتكرار 17 فرد، ونسبة 05.2% من الإناث بتكرار 9 أفراد، أي أن الإناث يستخدمون الهاتف بكثرة في اتصالاتهم خلال جائحة كورونا أكثر من الذكور.

الشكل رقم 07: يوضح استخدام الهاتف بكثرة في اتصالات أفراد العينة خلال جائحة كورونا حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

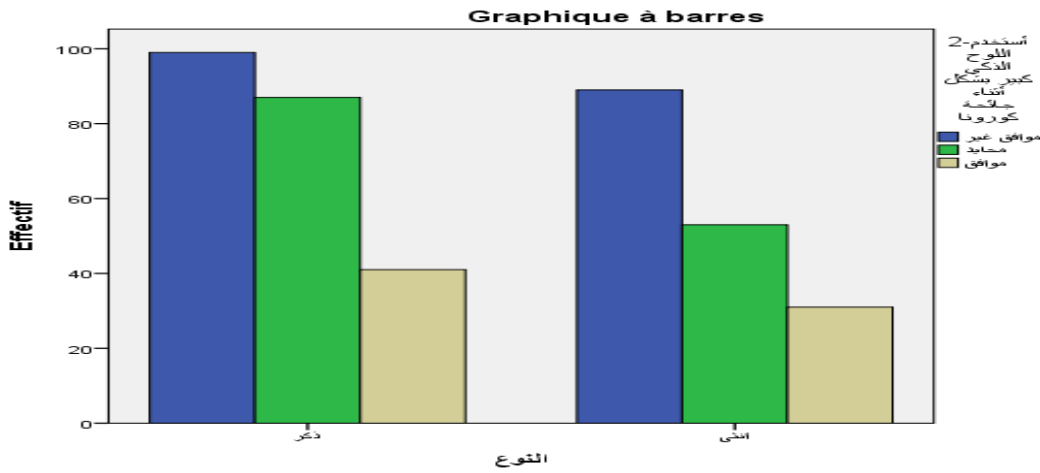
الجدول رقم 18 يبين استخدام اللوح الذكي بشكل كبير أثناء جائحة كورونا حسب الجنس:

استخدام اللوح الذكي بشكل كبير أثناء جائحة كورونا حسب الجنس								
المجموع		غير موافق		محايد		موافق		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
100%	227	43.6%	99	38.3%	87	18.1%	41	ذكر
100%	173	51.4%	89	30.6%	53	17.9%	31	أنثى
100%	400	47%	188	35%	140	18%	72	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول السابق استخدام اللوح الذكي بشكل كبير أثناء جائحة كورونا حسب الجنس، حيث نلاحظ أن نسبة 47% ممن لا يوافقون على استخدام اللوح الذكي بشكل كبير أثناء الجائحة بتكرار 188 فرد، ونسبة 18% من الذين يوافقون على العبارة بتكرار 72 فرد، حيث نجد أن نسبة 51.4% من غير الموافقين من الإناث بتكرار 89 فرد، ونسبة 43.6% منهم من الذكور بتكرار 99 فرد، كما نجد 18.1% ممن يوافقون على العبارة من الذكور بتكرار 41 فرد، ونسبة 17.9% منهم من الإناث بتكرار 31 فرد، أي أن أغلب الأفراد لا يوافقون على استخدام اللوح الذكي كثيرا أثناء الجائحة، والإناث بنسب مرتفعة أكثر من الذكور.

الشكل رقم 08: يوضح استخدام اللوح الذكي بشكل كبير أثناء جائحة كورونا حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

الجدول رقم 19 يبين الاعتماد على الحاسوب خلال جائحة كورونا حسب الجنس:

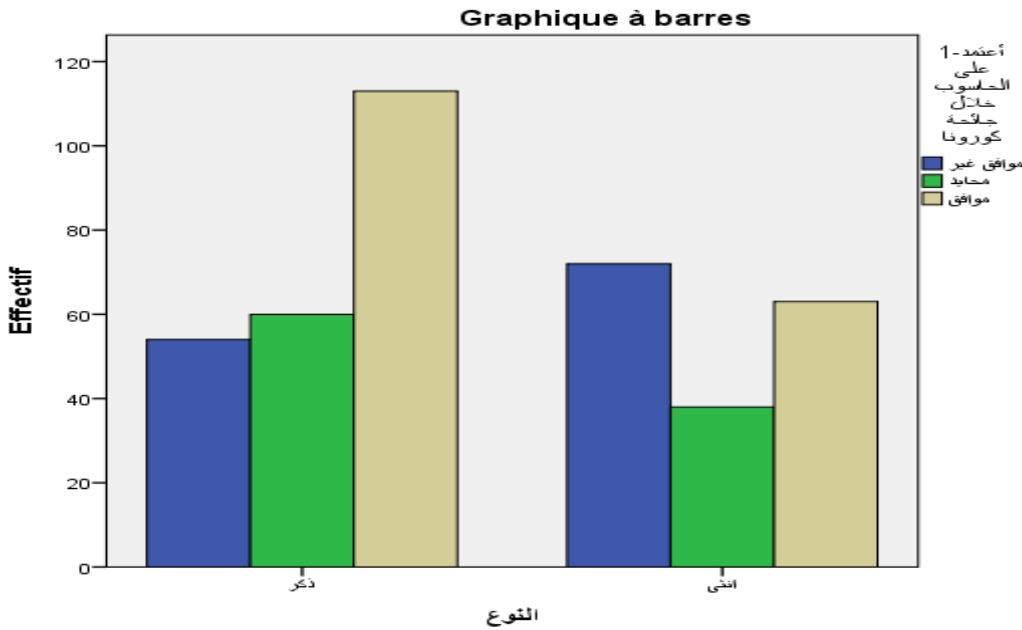
الاعتماد على الحاسوب خلال جائحة كورونا حسب الجنس								
المجموع		غير موافق		محايد		موافق		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
100%	227	23.8%	54	26.4%	60	49.8%	113	ذكر
100%	173	41.6%	72	22%	38	36.4%	63	أنثى
100%	400	31.5%	126	24.5%	98	44%	176	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول السابق الاعتماد على الحاسوب خلال جائحة كورونا حسب الجنس، حيث نلاحظ أن نسبة 44% ممن وافقوا على الاعتماد على الحاسوب خلال الجائحة بتكرار 176، ونسبة

24.5% من المحايدين، حيث نجد أن نسبة 49.8% من الموافقين على العبارة من الذكور بتكرار 113 فرد، ونسبة 36.4% منهم من الإناث بتكرار 63 فرد، كما نجد أن نسبة 26.4% من المحايدين من الذكور بتكرار 60 فرد، ونسبة 22% منهم من الإناث بتكرار 38 فرد، أي أن أغلب الأفراد يوافقون على الاعتماد على الحاسوب خلال الجائحة، كما أن الذكور أكثر من الإناث.

الشكل رقم 09: يوضح الاعتماد على الحاسوب خلال جائحة كورونا حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

الجدول رقم 20 يبين زيادة استهلاك تكنولوجيا الإعلام والاتصال في ظل جائحة كورونا حسب الوظيفة:

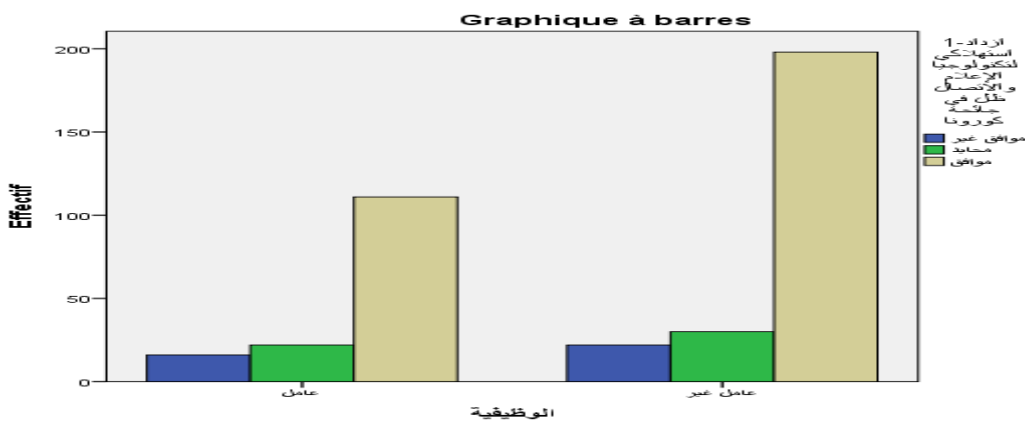
زيادة استهلاك تكنولوجيا الإعلام والاتصال في ظل جائحة كورونا حسب الوظيفة								
المجموع		غير موافق		محايد		موافق		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
100%	149	10.7%	16	14.8%	22	74.5%	111	عامل
100%	251	8.8%	22	12%	30	79.2%	198	غير عامل
100%	400	9.5%	38	13%	52	77.4%	309	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول السابق زيادة استهلاك تكنولوجيا الإعلام والاتصال في ظل جائحة كورونا حسب الوظيفة، حيث نلاحظ أن نسبة 77.4% من الموافقين على زيادة استهلاك تكنولوجيا الإعلام

والاتصال بتكرار 309 فرد، ونسبة 09.5% من غير الموافقين بتكرار 38 فرد، حيث نرى أن نسبة 79.2% من الموافقين من غير العاملين بتكرار 198 فرد، ونسبة 74.5% منهم من العاملين بتكرار 111 فرد، كما نجد أن نسبة 10.7% من غير الموافقين على العبارة من العاملين بتكرار 16 فرد، ونسبة 08.8% منهم من غير العاملين بتكرار 22 فرد، ومنه نستنتج أن الذين زاد استهلاكهم لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في ظل جائحة كورونا من غير العاملين أكثر من العاملين.

الشكل رقم 10: يوضح زيادة استهلاك تكنولوجيا الإعلام والاتصال في ظل جائحة كورونا حسب الوظيفة



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

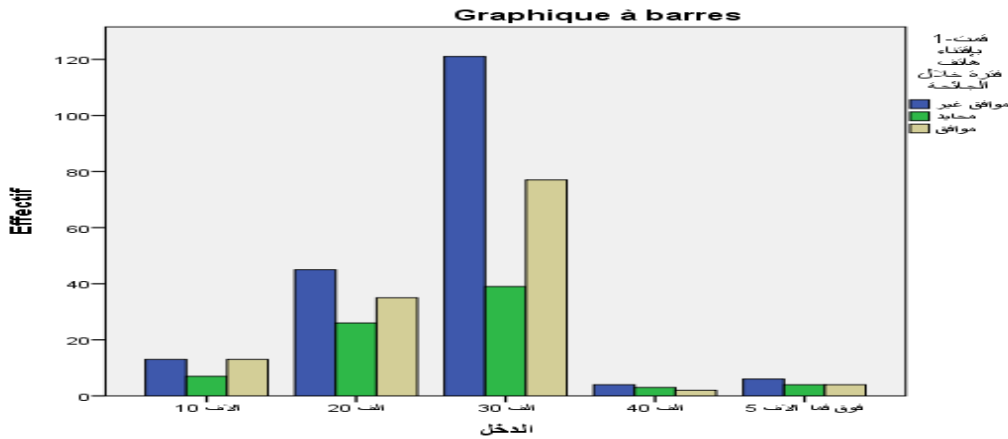
الجدول رقم 21 يبين اقتناء الهاتف خلال فترة الجائحة حسب الدخل:

اقتناء الهاتف خلال فترة الجائحة حسب الدخل								
المجموع		غير موافق		محايد		موافق		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
100%	33	39.4%	13	21.2%	7	39.4%	13	10000 دج
100%	106	42.5%	45	24.5%	26	33%	35	20000 دج
100%	238	51.1%	121	16.5%	39	32.5%	77	30000 دج
100%	9	55.5%	5	55.5%	5	55.6%	5	40000 دج
100%	14	42.9%	6	35.7%	5	35.7%	5	50000 دج فما فوق
100%	400	47.4%	189	19.8%	79	32.8%	131	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول السابق اقتناء الهاتف خلال فترة الجائحة حسب الدخل، حيث نلاحظ أن نسبة 47.4% من غير الموافقين على العبارة بتكرار 189 فرد، ونسبة 19.8% من المحايدون بتكرار 79 فرد، حيث نلاحظ أن نسبة 55.5% من غير الموافقين من فئة الدخل 40000 دج بتكرار 5 أفراد، ونسبة 39.4% منهم من فئة الدخل 10000 دج بتكرار 13 فرد، في حين نجد نسبة 55.6% من المحايدون من فئة الدخل 40000 دج بتكرار 5 أفراد، ونسبة 16.5% منهم من فئة الدخل 30000 دج بتكرار 39 فرد، أي أن أصحاب الدخل المرتفع يقتنون الهاتف خلال الجائحة، ومنه نستنتج أنه كلما زاد الدخل زاد اقتناء الهاتف خلال جائحة كورونا.

الشكل رقم 11: يوضح اقتناء الهاتف خلال فترة الجائحة حسب الدخل



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

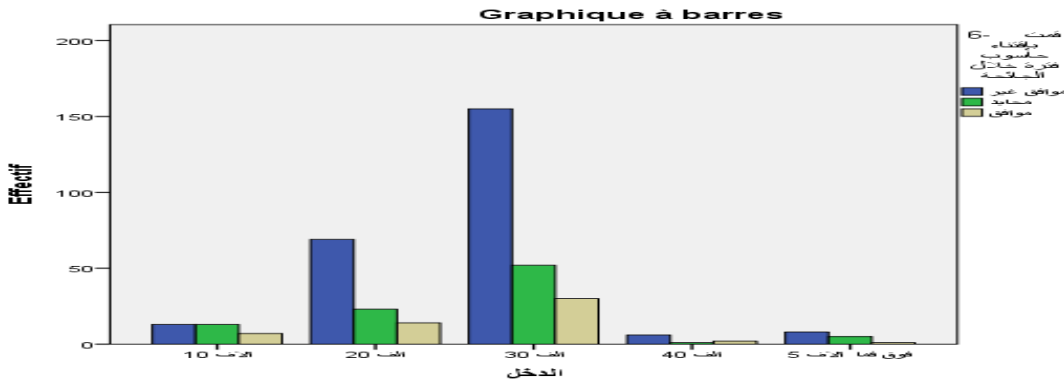
الجدول رقم 22 يبين اقتناء الحاسوب خلال فترة الجائحة حسب الدخل:

اقتناء الحاسوب خلال فترة الجائحة حسب الدخل								
المجموع		غير موافق		محايد		موافق		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
%100	33	%39.4	13	%39.4	13	%21.2	7	10000 دج
%100	106	%65.1	69	%21.7	23	%13.2	14	20000 دج
%100	238	%65.4	155	%21.9	52	%12.7	30	30000 دج
%100	9	%66.7	6	%55.5	5	%55.6	5	40000 دج
%100	14	%57.1	8	%35.7	5	%35.7	5	50000 دج فما فوق
%100	400	%62.9	251	%23.6	94	%13.5	54	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول السابق اقتناء الحاسوب خلال فترة الجائحة حسب الدخل، حيث نلاحظ أن نسبة 62.9% من غير الموافقين على اقتناء الحاسوب خلال جائحة كورونا بتكرار 251 فرد، ونسبة 13.5% من الموافقين عليها بتكرار 54 فرد، حيث نجد أن نسبة 66.7% من غير الموافقين من فئة الدخل 40000 دج بتكرار 6 أفراد، ونسبة 39.4% منهم من فئة الدخل 10000 دج بتكرار 13 فرد، كما نجد نسبة 55.6% من الموافقين على العبارة من فئة الدخل 40000 دج بتكرار 5 أفراد، ونسبة 12.7% منهم من فئة الدخل 20000 دج بتكرار 30 فرد، أي أن أصحاب الدخل المرتفع يقتنون الحاسوب خلال جائحة كورونا أكثر من أصحاب الدخل المنخفض، ومنه نستنتج أنه كلما زاد الدخل كلما زاد اقتناء الحاسوب خلال الجائحة والعكس صحيح.

الشكل رقم 12: يوضح اقتناء الحاسوب خلال فترة الجائحة حسب الدخل



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

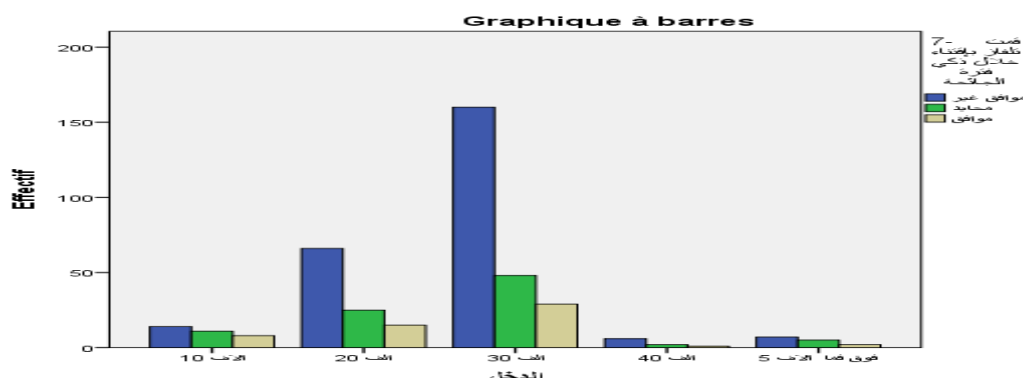
الجدول رقم 23 يبين اقتناء تلفاز ذكي خلال فترة الجائحة حسب الدخل:

اقتناء تلفاز ذكي خلال فترة الجائحة حسب الدخل								
المجموع		غير موافق		محايد		موافق		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
%100	33	%42.4	14	%33.3	11	%24.2	8	10000 دج
%100	106	%62.3	66	%23.6	25	%14.2	15	20000 دج
%100	238	%67.5	160	%20.3	48	%12.2	29	30000 دج
%100	9	%66.7	6	%55.5	5	%55.6	5	40000 دج
%100	14	%50	7	%35.7	5	%35.7	5	50000 دج فما فوق
%100	400	%63.4	253	%22.8	91	%13.8	55	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول السابق اقتناء تلفاز ذكي خلال فترة الجائحة حسب الدخل، حيث نلاحظ أن نسبة 63.4% ممن لم يوافقوا على اقتناء تلفاز ذكي خلال الجائحة بتكرار 253 فرد، ونسبة 13.8% ممن يوافقون على ذلك بتكرار 55 فرد، حيث نرى أن نسبة 67.5% من غير الموافقين على اقتناء تلفاز ذكي من فئة الدخل 30000 دج بتكرار 160 فرد، ونسبة 42.4% منهم من فئة الدخل 10000 دج بتكرار 14 فرد، كما نجد أن نسبة 55.6% من الموافقين على العبارة من فئة الدخل 40000 دج بتكرار 5 أفراد، ونسبة 12.2% منهم من فئة الدخل 30000 دج بتكرار 29 فرد، ومنه نقول أن بزيادة الدخل زادت نسبة الموافقة على اقتناء التلفاز الذكي خلال جائحة كورونا، أي أنه كلما زاد الدخل كلما زاد اقتناء التلفاز الذكي، وكلما قل الدخل قل اقتناء التلفاز الذكي خلال الجائحة.

الشكل رقم 13: يوضح اقتناء تلفاز ذكي خلال فترة الجائحة حسب الدخل



الجدول رقم 24 يبين اقتناء جهاز ألعاب إلكترونية خلال فترة الجائحة حسب السن:

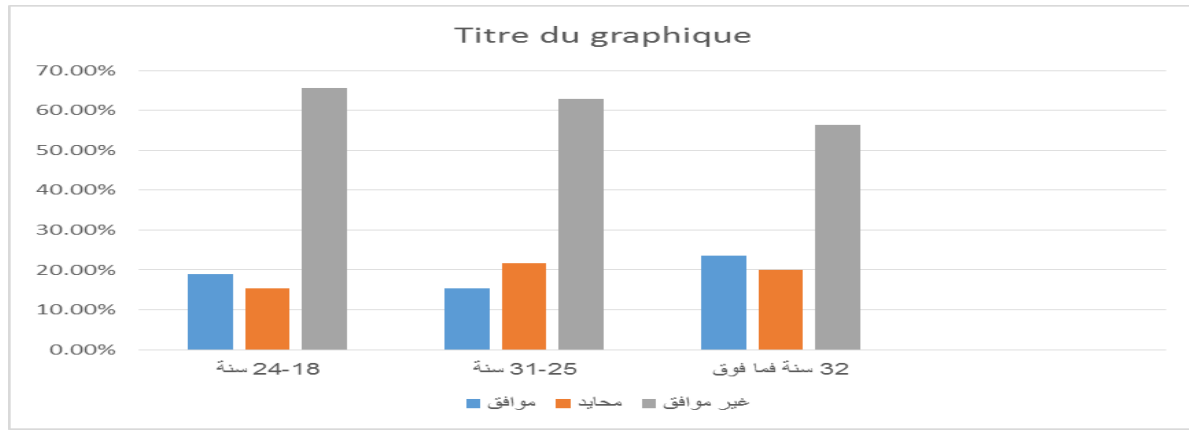
اقتناء جهاز ألعاب إلكترونية خلال فترة الجائحة حسب السن								
المجموع		غير موافق		محايد		موافق		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
100%	170	65.7%	111	15.4%	26	18.9%	32	24-18
100%	175	62.9%	110	21.7%	38	15.4%	27	31-25
100%	55	56.4%	31	20%	11	23.6%	13	32 سنة فما فوق
100%	400	63.2%	252	18.8%	75	18%	72	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول السابق اقتناء جهاز ألعاب إلكترونية خلال فترة الجائحة حسب السن، حيث نلاحظ أن نسبة 63.2% من غير الموافقين على ذلك بتكرار 252 فرد، ونسبة 18% من الموافقين عليها

بتكرار 72 فرد، بحيث نجد أن نسبة 23.6% من الموافقين من الفئة العمرية 32 سنة فما فوق بتكرار 72 سنة، ونسبة 18.9% منهم من السن ما بين 18 و24 سنة بتكرار 32 سنة، كما نجد نسبة 65.7% من غير الموافقين من السن ما بين 18 و24 سنة بتكرار 111 فرد، ونسبة 56.4% منهم من سن 32 سنة فما فوق بتكرار 31 فرد، مما يدل على اقتناء كبار السن لهذه الأجهزة خلال الجائحة، ومنه نستنتج أنه كلما زاد السن زاد اقتناء جهاز الألعاب الإلكترونية خلال فترة جائحة كورونا.

الشكل رقم 14: يوضح اقتناء جهاز ألعاب إلكترونية خلال فترة الجائحة حسب السن



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

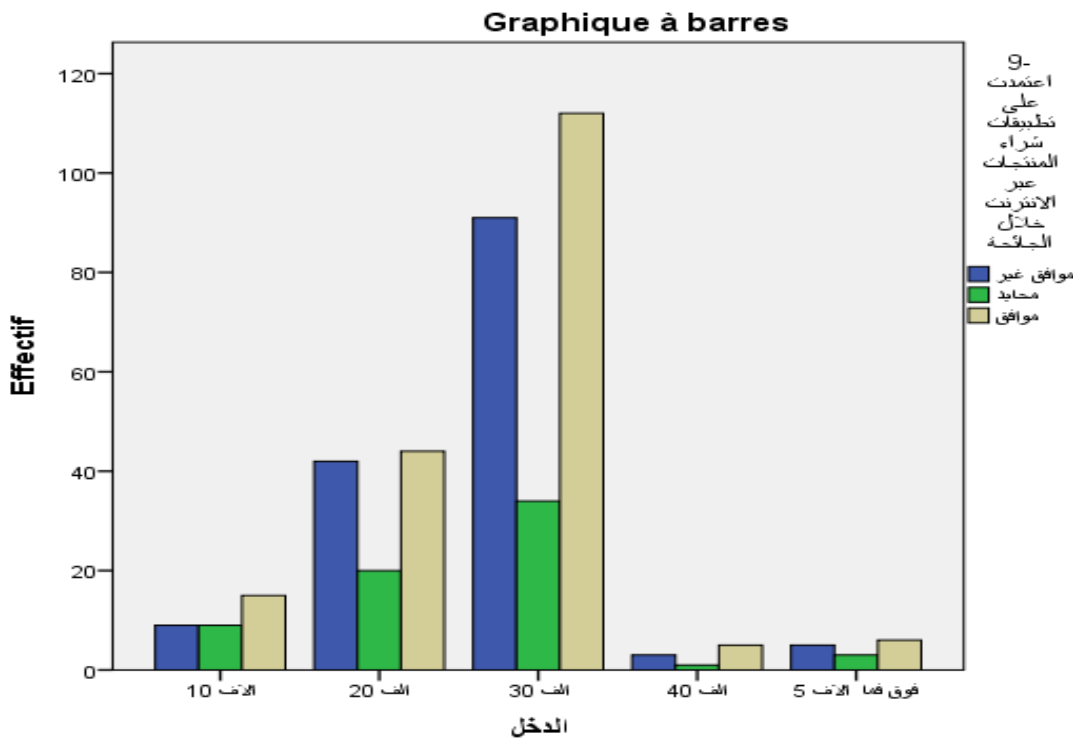
الجدول رقم 25 يبين الاعتماد على تطبيقات شراء المنتجات عبر الانترنت خلال الجائحة حسب الدخل:

الاعتماد على تطبيقات شراء المنتجات عبر الانترنت خلال الجائحة حسب الدخل								
المجموع		غير موافق		محايد		موافق		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
100%	33	27.3%	9	27.3%	9	45.5%	15	10000 دج
100%	106	39.6%	42	18.9%	20	41.5%	44	20000 دج
100%	238	38.4%	91	14.3%	34	47.3%	112	30000 دج
100%	9	55.5%	5	55.5%	5	55.6%	5	40000 دج
100%	14	35.7%	5	35.7%	5	42.9%	6	50000 دج فما فوق
100%	400	37.6%	150	16.8%	67	45.6%	182	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول السابق الاعتماد على تطبيقات شراء المنتجات عبر الانترنت خلال الجائحة حسب الدخل، حيث نلاحظ أن نسبة 45.6% ممن وافقوا على العبارة بتكرار 182 فرد، ونسبة 16.8% من المحايدون بتكرار 67 فرد، بحيث نرى أن نسبة 55.6% من الموافقين على الاعتماد على تطبيقات شراء المنتجات عبر الأنترنت خلال الجائحة من فئة الدخل 40000 دج بتكرار 5 أفراد، ونسبة 41.5% منهم من فئة الدخل 20000 دج بتكرار 44 فرد، كما نرى أن نسبة 55.5% من المحايدون من فئة الدخل 40000 دج بتكرار 5 أفراد، ونسبة 14.3% منهم من فئة الدخل 30000 دج بتكرار 34 فرد، ونسبة 55.5% من غير الموافقين من فئة الدخل 40000 دج بتكرار 5 أفراد، ونسبة 27.3% منهم من فئة الدخل 10000 دج بتكرار 9 أفراد، أي أنه أصحاب الدخل المرتفع هم من يعتمدون على تطبيقات شراء المنتجات عبر الأنترنت خلال جائحة كورونا، وبالتالي كلما زاد الدخل زاد الاعتماد على تطبيقات الشراء عبر الأنترنت.

الشكل رقم 15: يوضح الاعتماد على تطبيقات شراء المنتجات عبر الانترنت خلال الجائحة حسب الدخل



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss إصدار 19

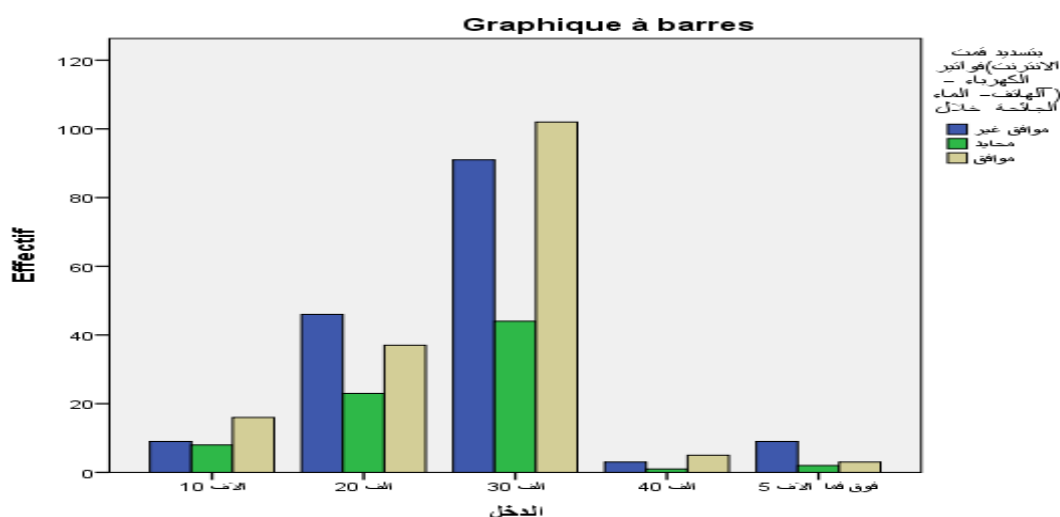
الجدول رقم 26 يبين القيام بتسديد فواتير (الانترنت - الكهرباء - الماء - الهاتف) خلال الجائحة حسب الدخل:

القيام بتسديد فواتير (الانترنت - الكهرباء - الماء - الهاتف) خلال الجائحة حسب الدخل								
المجموع		غير موافق		محايد		موافق		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
%100	33	%27.3	9	%24.2	8	%48.5	16	10000 دج
%100	106	%43.4	46	%21.7	23	%34.9	37	20000 دج
%100	238	%38.4	91	%18.6	44	%43	102	30000 دج
%100	9	%55.6	5	%55.6	5	%55.6	5	40000 دج
%100	14	%64.3	9	%42.9	5	%42.9	5	50000 دج فما فوق
%100	400	%39.6	158	%19.5	78	%40.9	163	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول السابق القيام بتسديد فواتير (الانترنت - الكهرباء - الماء - الهاتف) خلال الجائحة حسب الدخل، حيث نلاحظ أن نسبة 40.9% من الموافقين على العبارة بتكرار 163 فرد، ونسبة 19.5% من المحايدين بتكرار 78 فرد، بحيث نرى كذلك أن نسبة 55.6% من الموافقين من فئة الدخل 40000 دج بتكرار 5 أفراد، ونسبة 34.9% منهم من فئة الدخل 20000 دج، كما نرى أن نسبة 64.3% من غير الموافقين على العبارة من فئة الدخل 50000 دج فما فوق بتكرار 9 أفراد، ونسبة 27.3% منهم من فئة الدخل 10000 دج بتكرار 9 أفراد، أي أن أصحاب الدخل المنخفض يقومون بتسديد الفواتير خلال الجائحة عكس أصحاب الدخل المرتفع.

الشكل رقم 16: يوضح القيام بتسديد فواتير (الانترنت - الكهرباء - الماء - الهاتف) خلال الجائحة حسب الدخل



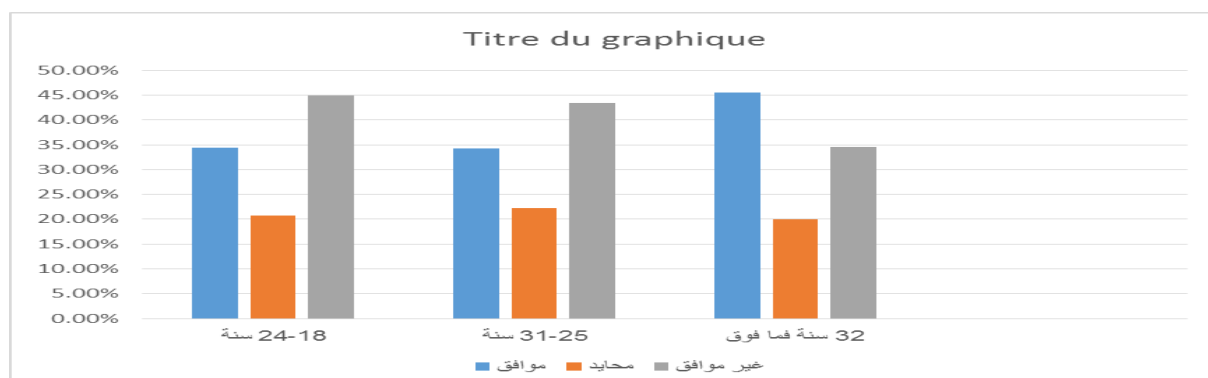
الجدول رقم 27 يبين القيام بتحميل تطبيقات على هاتفي لمتابعة تطورات الجائحة حسب السن:

القيام بتحميل تطبيقات على هاتفي لمتابعة تطورات الجائحة حسب السن								
المجموع		غير موافق		محايد		موافق		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
100%	170	45%	76	20.7%	35	34.4%	58	24-18
100%	175	43.4%	76	22.3%	39	34.3%	60	31-25
100%	55	34.5%	19	20%	11	45.5%	25	32 سنة فما فوق
100%	400	42.9%	171	21.3%	85	35.8%	143	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss إصدار 19

يوضح الجدول السابق القيام بتحميل تطبيقات على هاتفي لمتابعة تطورات الجائحة حسب السن، حيث نلاحظ أن نسبة 42.9% ممن لم يوافقوا على تحميل تطبيقات على هاتفيهم لمتابعة تطورات الجائحة بتكرار 171 فرد، ونسبة 21.3% من المحايدون بتكرار 85 فرد، ونسبة 35.8% من الموافقين بتكرار 143 فرد، بحيث نرى أن نسبة 45% من غير الموافقين من سن 18 و 24 سنة بتكرار 76 فرد، ونسبة 34.5% منهم من سن 32 سنة فما فوق بتكرار 19 فرد، كما نرى أن نسبة 45.5% من الموافقين على العبارة من سن 32 سنة فما فوق بتكرار 25 فرد، ونسبة 34.3% منهم من سن 25 و 31 سنة بتكرار 60 فرد، أي الأفراد كبار السن يقومون بتحميل تطبيقات على هاتفيهم لمتابعة تطورات الجائحة عكس صغار السن، وبالتالي كلما زاد السن كلما زاد تحميل التطبيقات الخاصة بمتابعة تطورات جائحة كورونا، وكلما قل السن قل الاهتمام بتطبيقات متابعة تطورات الجائحة.

الشكل رقم 17: يوضح القيام بتحميل تطبيقات على هاتفي لمتابعة تطورات الجائحة حسب السن



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

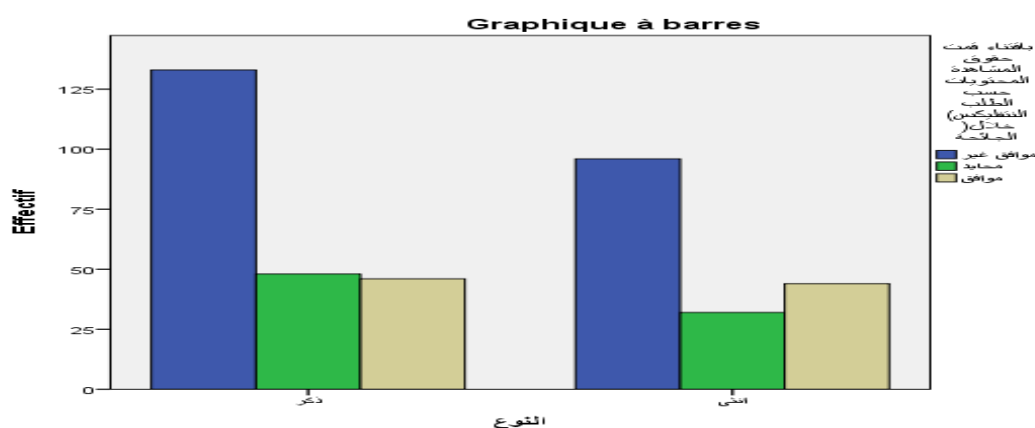
الجدول رقم 28 يبين القيام باقتناء حقوق المشاهدة المحتويات حسب الطلب (التفليكس) خلال الجائحة حسب الجنس:

القيام باقتناء حقوق المشاهدة المحتويات حسب الطلب (التفليكس) خلال الجائحة حسب الجنس								
المجموع		غير موافق		محايد		موافق		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
100%	227	58.6%	133	21.1%	48	20.3%	46	ذكر
100%	173	55.8%	96	18.6%	32	25.6%	44	أنثى
100%	400	57.4%	229	20.1%	80	22.6%	90	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول أعلاه القيام باقتناء حقوق مشاهدة المحتويات حسب الطلب (التفليكس) خلال الجائحة حسب الجنس حيث نلاحظ أن نسبة 57.4% من غير الموافقين على العبارة بتكرار 229 فرد، ونسبة 22.6% من الموافقين عليها بتكرار 90 فرد، ونسبة 20.1% من المحايدين بتكرار 80 فرد، بحيث نجد أن نسبة 58.6% من غير الموافقين من الذكور بتكرار 133 فرد، ونسبة 55.8% منهم من الإناث بتكرار 96 فرد، كما نجد أن نسبة 25.6% من الموافقين من الإناث بتكرار 44 فرد، ونسبة 20.3% منهم من الذكور بتكرار 46 فرد، أي أن أغلب الأفراد الموافقين على العبارة من الإناث، وبالتالي نستنتج أن الإناث هم أكثر من يقومون باقتناء حقوق مشاهدة المحتويات حسب الطلب (التفليكس) خلال الجائحة عكس الذكور.

الشكل رقم 18: يوضح القيام باقتناء حقوق المشاهدة المحتويات حسب الطلب (التفليكس) خلال الجائحة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

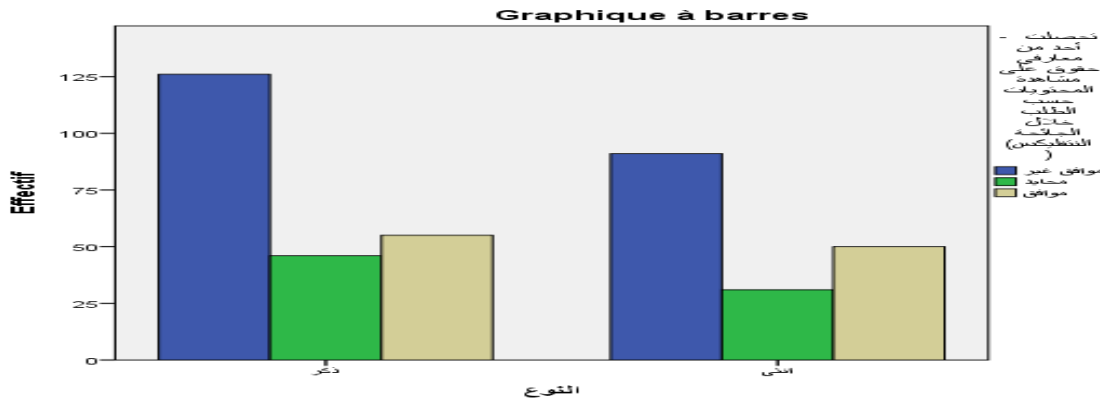
الجدول رقم 29 يبين الحصول من المعارف على حقوق مشاهدة المحتويات حسب الطلب خلال الجائحة (التفليكس) حسب الجنس:

الحصول من المعارف على حقوق مشاهدة المحتويات حسب الطلب خلال الجائحة (التفليكس) حسب الجنس								
المجموع		غير موافق		محايد		موافق		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
%100	227	%55.5	126	%20.3	46	%24.2	55	ذكر
%100	173	%52.9	91	%18	31	%29.1	50	أنثى
%100	400	%54.4	217	%19.3	77	%26.3	105	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول أعلاه الحصول من المعارف على حقوق مشاهدة المحتويات حسب الطلب خلال الجائحة (التفليكس) حسب الجنس حيث نلاحظ أن نسبة 54.4% من غير الموافقين على العبارة بتكرار 217 فرد، ونسبة 26.3% من الموافقين عليها بتكرار 105 فرد، ونسبة 19.3% من المحايدين بتكرار 77 فرد، بحيث نرى أن نسبة 55.5% من غير الموافقين من الذكور بتكرار 126 فرد، ونسبة 52.9% منهم من الإناث بتكرار 91 فرد، كما نرى أن نسبة 29.1% من الموافقين على العبارة من الإناث بتكرار 50 فرد، ونسبة 24.2% منهم من الذكور بتكرار 55 فرد، أي أن أغلب الموافقين من الإناث، وبالتالي نستنتج أن الإناث هم الأكثر حصولاً على حقوق مشاهدة المحتويات حسب الطلب من معارفهم عكس الذكور.

الشكل رقم 19: يوضح الحصول من المعارف على حقوق مشاهدة المحتويات حسب الطلب خلال الجائحة (التفليكس) حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

الجدول رقم 30 يوضح نتائج اختبار T لأبعاد الاستهلاك التقني لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا مع متغير الجنس

		Test des échantillons indépendants								
		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes						
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
								Inférieur		Supérieur
مجموع	Hypothèse de variances égales	1.982	.160	1.872	397	.062	.98470	.52592	-0.04924	2.01863
	Hypothèse de variances inégales			1.835	291.645	.068	.98470	.53676	-0.07171	2.04111

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يحتوي الجدول على نتائج اختبار العينات المستقلة لأبعاد الاستهلاك التقني لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا مع متغير الجنس، وكما يتضح أعلاه فقد قدرت دلالة اختبار العينات المستقلة ب 0.160 أي 16% وهي دلالة أكبر من 0.05 أي 5%، وبالتالي فإنه لا توجد فروق دالة إحصائية فيما يتعلق بأبعاد الاستهلاك التقني لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا من حيث الجنس، ومنها لا توجد علاقة بين متغيري الجنس وأبعاد الاستهلاك التقني لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا لدى عينة الدراسة. 1

¹ملاحظة: ك 2 أقل أو يساوي 0.05 توجد فروق دالة إحصائية، ك 2 أكبر من 0.05 لا توجد فروق دالة إحصائية.

الجدول رقم 31 يوضح نتائج اختبار انوفا Anova لأبعاد الاستهلاك التقني لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا مع متغير السن

ANOVA					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	مجموع Sig.
Intergroupes	53.852	2	26.926	1.036	.356
Intragroupes	10288.078	396	25.980		
Total	10341.930	398			

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يحتوي الجدول على نتائج اختبار العينات المستقلة لأبعاد الاستهلاك التقني لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا مع متغير السن، وكما يتضح أعلاه فقد قدرت دلالة اختبار العينات المستقلة ب 0.356 أي 35% وهي دلالة أكبر من 0.05 أي 5%، وبالتالي فإنه لا توجد فروق دالة إحصائية فيما يتعلق بأبعاد الاستهلاك التقني لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا من حيث السن، ومنها لا توجد علاقة بين متغيري السن وأبعاد الاستهلاك التقني لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا لدى عينة الدراسة.

الجدول رقم 32 يوضح نتائج اختبار انوفا Anova لأبعاد الاستهلاك التقني لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا مع متغير الدخل

ANOVA					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	مجموع Sig.
Intergroupes	180.448	4	45.112	1.749	.138
Intragroupes	10161.482	394	25.791		
Total	10341.930	398			

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يحتوي الجدول على نتائج اختبار العينات المستقلة لأبعاد الاستهلاك التقني لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا مع متغير الدخل، وكما يتضح أعلاه فقد قدرت دلالة اختبار العينات المستقلة ب 0.138 أي 13% وهي دلالة أكبر من 0.05 أي 5%، وبالتالي فإنه لا توجد فروق دالة إحصائية فيما يتعلق بأبعاد الاستهلاك التقني لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا من حيث الدخل، ومنها لا توجد علاقة بين متغيري الدخل وأبعاد الاستهلاك التقني لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا لدى عينة الدراسة.

المحور الرابع: أبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا

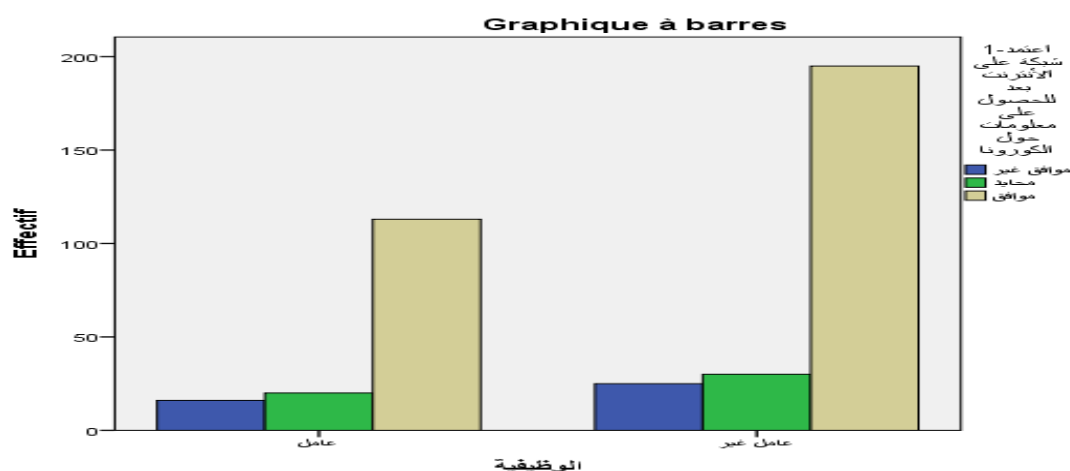
الجدول رقم 33 يبين الاعتماد على شبكة الأنترنت للحصول على معلومات حول كورونا حسب الوظيفة:

الاعتماد على شبكة الأنترنت للحصول على معلومات حول كورونا حسب الوظيفة								
المجموع		غير موافق		محايد		موافق		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
%100	149	%10.7	16	%13.4	20	%75.8	113	عامل
%100	251	%10	25	%12	30	%78	195	غير عامل
%100	400	%10.3	41	%12.5	50	%77.2	308	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول أعلاه الاعتماد على شبكة الأنترنت للحصول على معلومات حول كورونا حسب الوظيفة حيث نلاحظ أن نسبة 77.2% من الموافقين على العبارة بتكرار 308 فرد، ونسبة 12.5% من المحايدين بتكرار 50 فرد، ونسبة 10.3% من غير الموافقين على الاعتماد على شبكة الأنترنت للحصول على المعلومات حول كورونا بتكرار 41 فرد، بحيث نجد أن نسبة 78% من الموافقين من غير العاملين بتكرار 195 فرد، ونسبة 75.8% منهم من العاملين بتكرار 113 فرد، كما نجد نسبة 10.7% من غير الموافقين من العاملين بتكرار 16 فرد، ونسبة 10% من غير العاملين غير الموافقين بتكرار 25 فرد، أي أن الأفراد غير العاملين هم الأكثر اعتماداً على الأنترنت للحصول على معلومات حول كورونا أكثر من العاملين.

الشكل رقم 20: يوضح الاعتماد على شبكة الأنترنت بعد للحصول على معلومات حول كورونا حسب الوظيفة



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

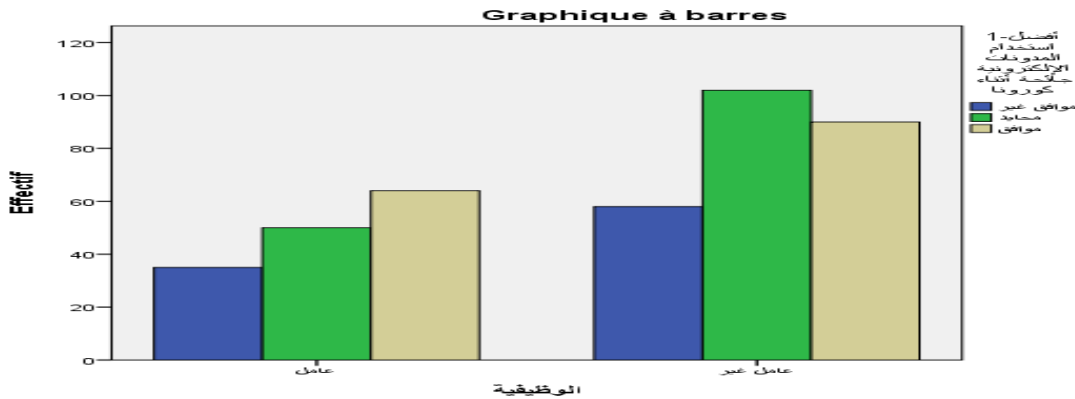
الجدول رقم 34 يبين تفضيل استخدام المدونات الإلكترونية أثناء جائحة كورونا حسب الوظيفة:

تفضيل استخدام المدونات الإلكترونية أثناء جائحة كورونا حسب الوظيفة								
المجموع		غير موافق		محايد		موافق		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
%100	149	%23.5	35	%33.6	50	%43	64	عامل
%100	251	%23.2	58	%40.8	102	%36	90	غير عامل
%100	400	%23.3	93	%38.1	152	%38.6	154	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول أعلاه تفضيل استخدام المدونات الإلكترونية أثناء جائحة كورونا حسب الوظيفة حيث نلاحظ أن نسبة 38.6% من الموافقين بتكرار 154، ونسبة 38.1% من المحايدين بتكرار 152، ونسبة 23.3% من غير الموافقين بتكرار 93، بحيث نجد أن نسبة 43% من الموافقين من العاملين بتكرار 64 فرد، ونسبة 36% منهم من غير العاملين بتكرار 90 فرد، كما نجد أن نسبة 23.5% من غير الموافقين على العبارة من العاملين بتكرار 35 فرد، ونسبة 23.2% منهم من غير العاملين بتكرار 58 فرد، أي أن الأفراد العاملين يفضلون استخدام المدونات الإلكترونية أثناء جائحة كورونا أكثر من غير العاملين.

الشكل رقم 21: يوضح تفضيل استخدام المدونات الإلكترونية أثناء جائحة كورونا حسب الوظيفة



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss إصدار 19

الجدول رقم 35 يبين استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية أثناء جائحة كورونا حسب الوظيفة:

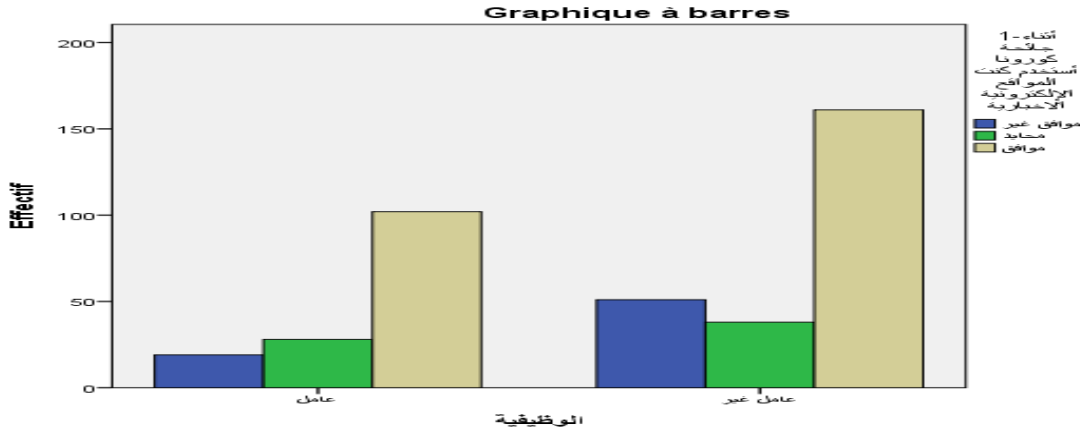
استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية أثناء جائحة كورونا حسب الوظيفة								
المجموع		غير موافق		محايد		موافق		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
%100	149	%12.8	19	%18.8	28	%75.8	102	عامل
%100	251	%20.4	51	%15.2	38	%78	161	غير عامل
%100	400	%17.5	70	%16.5	66	%65.9	263	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss إصدار 19

يوضح الجدول أعلاه استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية أثناء جائحة كورونا حسب الوظيفة حيث نلاحظ أن نسبة 65.9% ممن يوافقون على استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية أثناء الجائحة بتكرار 263 فرد، ونسبة 17.5% من غير الموافقين على العبارة بتكرار 70 فرد، ونسبة 16.5% من المحايدون بتكرار 66 فرد، بحيث نرى أن نسبة 78% من الموافقين من غير العاملين بتكرار 161 فرد، ونسبة 75.8% منهم من الأفراد العاملين بتكرار 102 فرد، كما نرى نسبة 18.8% من المحايدون من العاملين بتكرار 28 فرد، ونسبة 15.2% منهم من غير العاملين بتكرار 38 فرد، أما عن غير الموافقين فنجد نسبة 20.4% من غير العاملين بتكرار 51 فرد، ونسبة 12.8% منهم من

العاملين، ومنه نستنتج أن أغلب الأفراد يستخدمون المواقع الإلكترونية الإخبارية وغير العاملين منهم بنسبة أكبر.

الشكل رقم 22: يوضح استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية أثناء جائحة كورونا حسب الوظيفة



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

الجدول رقم 36 يبين الاعتماد بشكل كبير على الدردشة عبر شبكات التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا حسب الجنس:

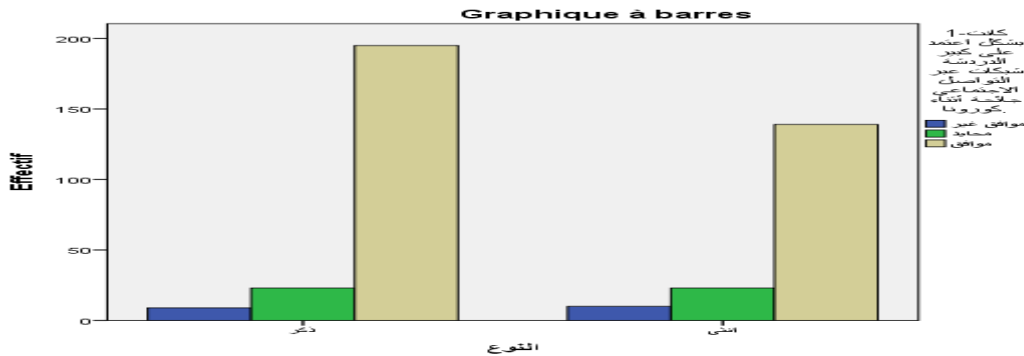
الاعتماد بشكل كبير على الدردشة عبر شبكات التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا حسب الجنس								
المجموع		غير موافق		محايد		موافق		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
100%	227	4%	9	10.1%	23	85.9%	195	ذكر
100%	173	5.8%	10	13.4%	23	80.8%	139	أنثى
100%	400	4.8%	19	11.5%	46	83.7%	334	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول أعلاه الاعتماد بشكل كبير على الدردشة عبر شبكات التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا حسب الجنس حيث نلاحظ أن نسبة 83.7% من الموافقين بتكرار 334 فرد، ونسبة 11.5% من المحايدين بتكرار 46 فرد، ونسبة 4.8% من غير الموافقين بتكرار 19 فرد، بحيث نجد أن نسبة 85.9% من الموافقين من الذكور بتكرار 195 فرد، ونسبة 80.8% من الإناث بتكرار 139 فرد، في حين نجد أن نسبة 13.4% من المحايدين من الإناث بتكرار 23 فرد، ونسبة 10.1% من الذكور بتكرار 23 فرد، أما غير الموافقين على العبارة فنرى أن نسبة 5.8%

منهم من الإناث بتكرار 10 أفراد، ونسبة 04% من الذكور بتكرار 9 أفراد، أي أن أغلب الأفراد يعتمدون بشكل كبير على الدردشة عبر شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الجائحة، كما أن الذكور يعتمدون عليها بشكل أكبر من الإناث.

الشكل رقم 23: يوضح الاعتماد بشكل كبير على الدردشة عبر شبكات التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

الجدول رقم 37 يبين استخدام الفايسبوك كثيرا خلال الجائحة حسب الجنس:

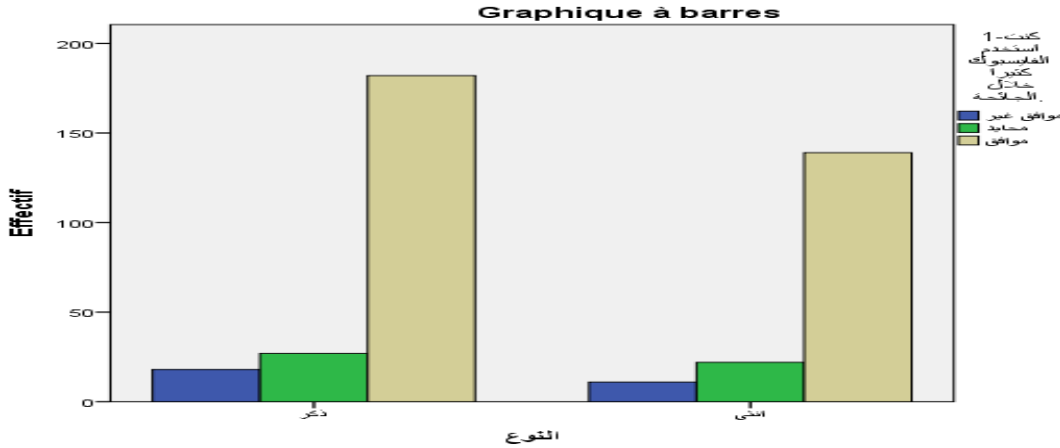
استخدام الفايسبوك كثيرا خلال الجائحة حسب الجنس							
المجموع		غير موافق		محايد		موافق	
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت
100%	227	7.9%	18	11.9%	27	80.2%	182
100%	173	6.4%	11	12.8%	22	80.8%	139
100%	400	7.3%	29	12.3%	49	80.5%	321

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول السابق استخدام الفايسبوك كثيرا خلال الجائحة حسب الجنس حيث نلاحظ أن نسبة 80.5% من الموافقين على العبارة بتكرار 321 فرد، ونسبة 12.3% من المحايدين بتكرار 49 فرد، ونسبة 7.3% من غير الموافقين بتكرار 29 فرد، بحيث نجد أن نسبة الموافقين فيها نسبة 80.8% من الإناث بتكرار 139 فرد، ونسبة 80.2% من الذكور بتكرار 182 فرد، أما المحايدين ففيها نسبة 12.8% من الإناث بتكرار 22 فرد، ونسبة 11.9% من الذكور بتكرار 27 فرد، في حين غير الموافقين فنجد فيها نسبة 7.9% من الذكور بتكرار 18 فرد، ونسبة 6.4%

من الإناث بتكرار 11 فرد، أي أن أغلب الأفراد يستخدمون الفايسبوك كثيرا خلال الجائحة، كما أن الإناث أكثر استخداما له من الذكور.

الشكل رقم 24: يوضح استخدام الفايسبوك كثيرا خلال الجائحة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

الجدول رقم 38 يبين استخدام الانستغرام كثيرا خلال الجائحة حسب الجنس:

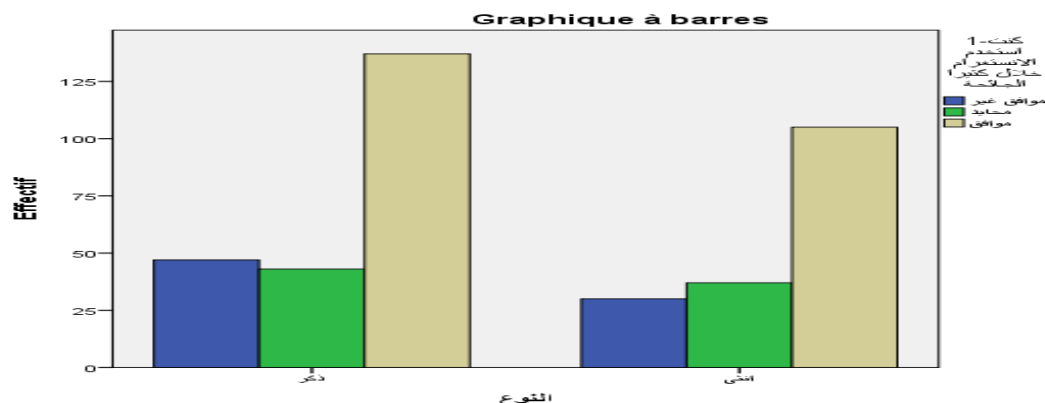
استخدام الانستغرام كثيرا خلال الجائحة حسب الجنس								
المجموع		غير موافق		محايد		موافق		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
%100	227	%20.7	47	%18.9	43	%60.4	137	ذكر
%100	173	%17.4	30	%21.5	37	%61	105	أنثى
%100	400	%19.3	77	%20.1	80	%60.7	242	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول أعلاه استخدام الانستغرام كثيرا خلال الجائحة حسب الجنس حيث نلاحظ أن نسبة 60.7% من الموافقين بتكرار 242 فرد، ونسبة 20.1% من المحايدين بتكرار 80 فرد، ونسبة 19.3% من غير الموافقين بتكرار 77 فرد، بحيث نجد أن نسبة 61% من الموافقين من الإناث بتكرار 105 فرد، ونسبة 60.4% من الذكور بتكرار 137 فرد، في حين نجد أن نسبة 21.5% من المحايدين من الإناث بتكرار 37 فرد، ونسبة 18.9% من الذكور بتكرار 43 فرد، أما غير الموافقين على العبارة فنرى أن نسبة 20.7% منهم من الذكور بتكرار 47 فرد، ونسبة 17.4%

من الإناث بتكرار 30 فرد، أي أن أغلب الأفراد يستخدمون الانستغرام كثيرا خلال الجائحة، كما أن الإناث يعتمدون عليها بشكل أكبر من الذكور.

الشكل رقم 25: يوضح استخدام الانستغرام كثيرا خلال الجائحة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

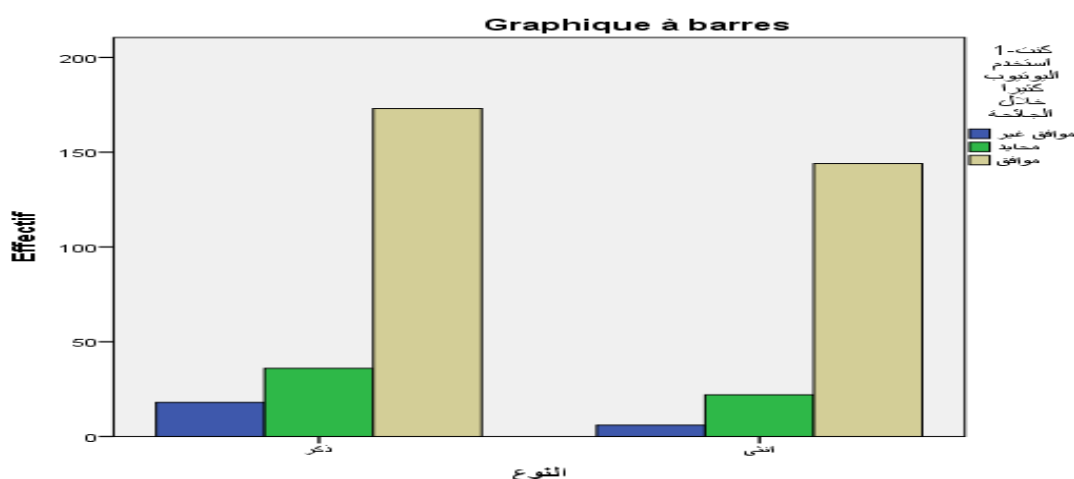
الجدول رقم 39 يبين استخدام اليوتيوب كثيرا خلال الجائحة حسب الجنس:

استخدام اليوتيوب كثيرا خلال الجائحة حسب الجنس								
المجموع		غير موافق		محايد		موافق		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
%100	227	%07.9	18	%15.9	36	%76.2	173	ذكر
%100	173	%03.5	6	%12.8	22	%83.7	144	أنثى
%100	400	%06	24	%14.5	58	%79.4	317	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول أعلاه استخدام اليوتيوب كثيرا خلال الجائحة حسب الجنس حيث نلاحظ أن نسبة 79.4% من الموافقين بتكرار 317 فرد، ونسبة 14.5% من المحايدين بتكرار 58 فرد، ونسبة 06% من غير الموافقين بتكرار 24 فرد، بحيث نجد أن نسبة 83.7% من الموافقين من الإناث بتكرار 144 فرد، ونسبة 76.2% من الذكور بتكرار 173 فرد، في حين نجد أن نسبة 15.9% من المحايدين من الذكور بتكرار 36 فرد، ونسبة 12.8% من الإناث بتكرار 22 فرد، أما غير الموافقين على العبارة فنرى أن نسبة 07.9% منهم من الذكور بتكرار 18 فرد، ونسبة 03.5% من الإناث بتكرار 6 أفراد، أي أن أغلب الأفراد يستخدمون اليوتيوب كثيرا خلال الجائحة، كما أن الإناث يعتمدون عليها بشكل أكبر من الذكور.

الشكل رقم 26: يوضح استخدام اليوتيوب كثيرا خلال الجائحة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

الجدول رقم 40 يبين مشاهدة الأفلام والمسلسلات كثيرا خلال الجائحة حسب السن:

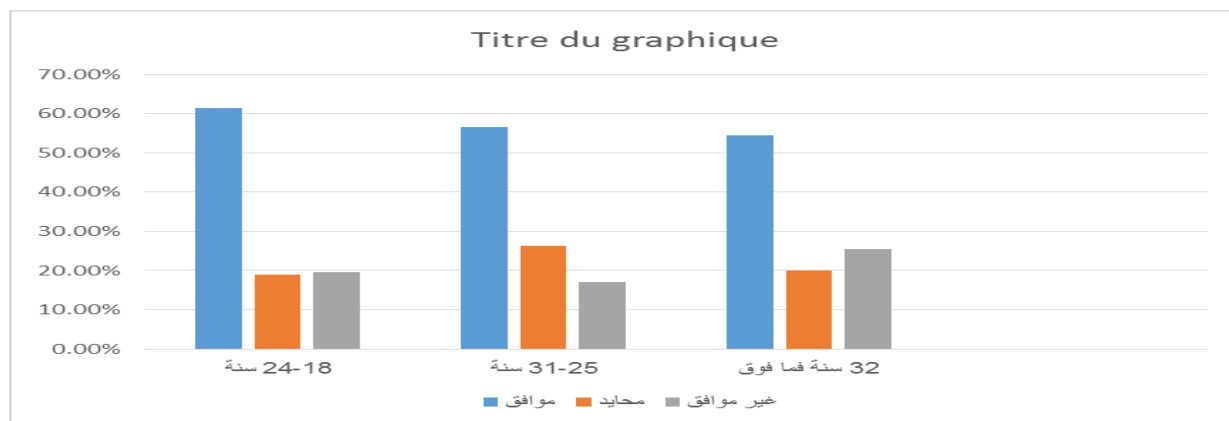
مشاهدة الأفلام والمسلسلات كثيرا خلال الجائحة حسب السن								
المجموع		غير موافق		محايد		موافق		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
%100	170	%19.5	33	%18.9	32	%61.5	104	24-18
%100	175	%17.1	30	%26.3	46	%56.6	99	31-25
%100	55	%25.5	14	%20	11	%54.5	30	32 سنة فما فوق
%100	400	%19.3	77	%22.3	89	%58.4	233	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول السابق مشاهدة الأفلام والمسلسلات كثيرا خلال الجائحة حسب السن حيث نلاحظ أن نسبة 58.4% من الموافقين على العبارة بتكرار 233 فرد، ونسبة 22.3% من المحايدين بتكرار 89 فرد، ونسبة 19.3% من غير الموافقين بتكرار 77 فرد، بحيث نجد نسبة 61.5% من الموافقين من سن 18 إلى 24 سنة بتكرار 104 فرد، ونسبة 56.6% من سن 25 إلى 31 سنة بتكرار 99 فرد، ونسبة 54.5% من سن 32 سنة فما فوق بتكرار 30 فرد، أما المحايدين فنجد نسبة 26.3% من سن 25 إلى 31 سنة بتكرار 46 فرد، ونسبة 20% من سن 32 سنة فما فوق بتكرار 11 فرد، ونسبة 18.9% من سن 18 إلى 24 سنة بتكرار 32 فرد، في حين نجد أن غير الموافقين فيها نسبة 25.5% من سن 32 سنة فما فوق بتكرار 14 فرد، ونسبة 19.5% من سن 18 إلى 24 سنة بتكرار 33 فرد، ونسبة 17.1% من سن 25 إلى 31 سنة بتكرار 30 فرد،

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يشاهدون الأفلام والمسلسلات كثيرا خلال الجائحة، حيث أن صغار السن أكثر مشاهدة للأفلام والمسلسلات، أي فإنه كلما زاد السن كلما قلت مشاهدة الأفلام والمسلسلات وكلما قل السن زادت المشاهدة.

الشكل رقم 27: يوضح مشاهدة الأفلام والمسلسلات كثيرا خلال الجائحة حسب السن



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

الجدول رقم 41 يبين مشاهدة المباريات الرياضية كثيرا خلال الجائحة حسب السن:

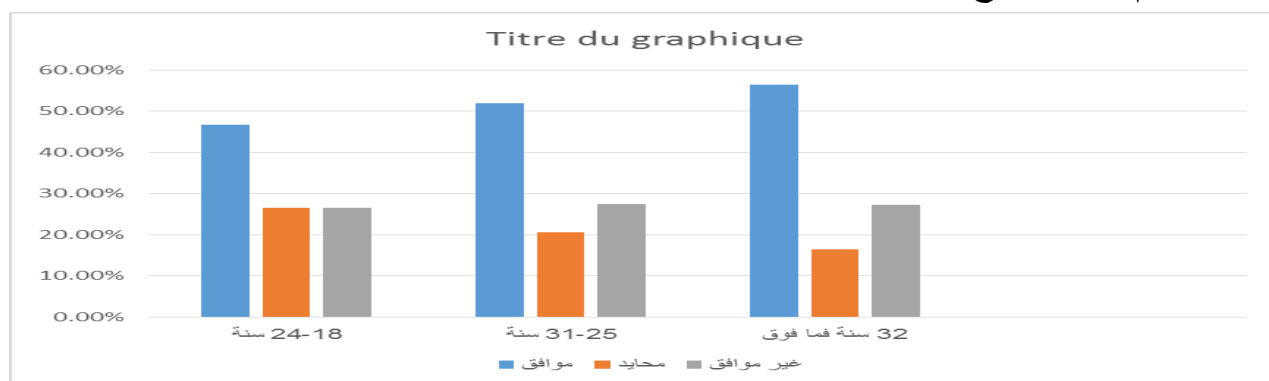
مشاهدة المباريات الرياضية كثيرا خلال الجائحة حسب السن								
المجموع		غير موافق		محايد		موافق		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
100%	170	26.6%	45	26.6%	45	46.7%	79	24-18
100%	175	27.4%	48	20.6%	36	52%	91	31-25
100%	55	27.3%	15	16.4%	9	56.4%	31	32 سنة فما فوق
100%	400	27.1%	108	22.6%	90	50.4%	201	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول السابق مشاهدة المباريات الرياضية كثيرا خلال الجائحة حسب السن حيث نلاحظ أن نسبة 50.4% من الموافقين على العبارة بتكرار 201 فرد، ونسبة 27.1% من غير الموافقين بتكرار 108 فرد، ونسبة 22.6% من المحايدون بتكرار 90 فرد، بحيث نجد نسبة 56.4% من الموافقين على العبارة من سن 32 سنة فما فوق بتكرار 31 فرد، ونسبة 52% من سن 25 إلى 31 سنة بتكرار 91 فرد، ونسبة 46.7% من سن 18 إلى 24 سنة بتكرار 79 فرد، أما غير الموافقين فنجد نسبة 27.4% من سن 25 إلى 31 سنة بتكرار 48 فرد، ونسبة 27.3% من

سن 32 سنة فما فوق بتكرار 15 فرد، ونسبة 26.6% من سن 18 إلى 24 سنة بتكرار 45 فرد، في حين عن الأفراد المحايدون فنجد نسبة 26.6% من سن 18 إلى 24 سنة بتكرار 45 فرد، ونسبة 20.6% من سن 25 إلى 31 سنة بتكرار 36 فرد، ونسبة 16.4% من سن 32 سنة فما فوق بتكرار 9 أفراد، ومنه نستنتج أن أغلب الأفراد يشاهدون المباريات الرياضية كثيرا خلال الجائحة، كما أن كبار السن هم الأكثر مشاهدة، أي أنه كلما زاد السن كلما زادت مشاهدة المباريات الرياضية وكلما قل السن كلما قلت المشاهدة.

الشكل رقم 28: يوضح مشاهدة المباريات الرياضية كثيرا خلال الجائحة حسب السن



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

الجدول رقم 42 يبين متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي كثيرا خلال الجائحة حسب السن:

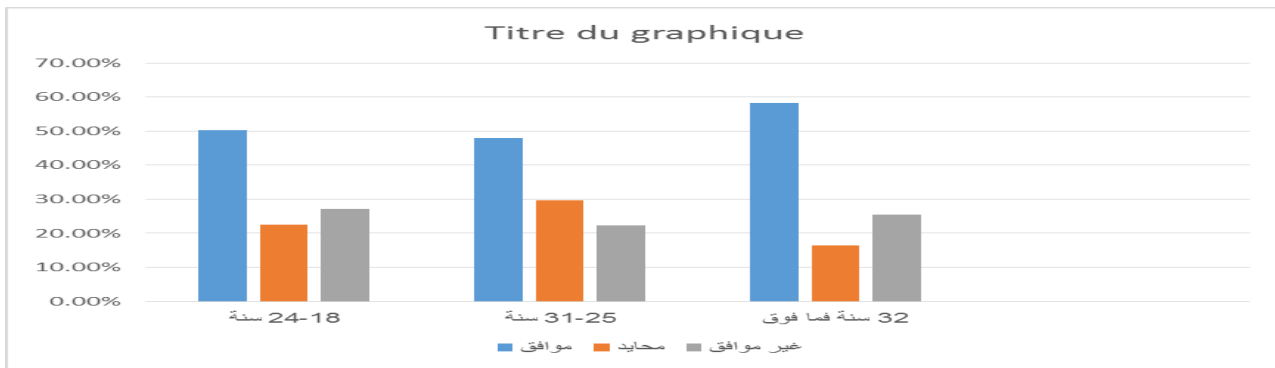
متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي كثيرا خلال الجائحة حسب السن							
المجموع		غير موافق		محايد		موافق	
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت
100%	170	27.2%	46	22.5%	38	50.3%	85
100%	175	22.3%	39	29.7%	52	48%	84
100%	55	25.5%	14	16.4%	9	58.2%	32
100%	400	24.8%	99	24.8%	99	50.4%	201

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول السابق متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي كثيرا خلال الجائحة حسب السن حيث نلاحظ أن نسبة 50.4% من الموافقين على العبارة بتكرار 201 فرد، ونسبة 24.8% من المحايدون وغير الموافقين بتكرار 99 فرد لكل منهما، بحيث نجد أن نسبة 58.2% من الموافقين من

سن 32 سنة فما فوق بتكرار 32 فرد، ونسبة 50.3% من سن 18 إلى 24 سنة بتكرار 85 فرد، ونسبة 48% من سن 25 إلى 31 سنة بتكرار 84 فرد، أما المحايدون فنجد نسبة 29.7% من سن 25 إلى 31 سنة بتكرار 52 فرد، ونسبة 22.5% من سن 18 إلى 24 سنة بتكرار 38 فرد، ونسبة 16.4% من سن 32 سنة فما فوق بتكرار 9 أفراد، في حين نجد الأفراد غير الموافقين بنسبة 27.2% من سن 18 إلى 24 سنة بتكرار 46 فرد، ونسبة 25.5% من سن 32 سنة فما فوق بتكرار 14 فرد، ونسبة 22.3% من سن 25 إلى 31 سنة بتكرار 39 فرد، أي نستنتج أن أغلب أفراد العينة يتابعون مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي كثيرا خلال الجائحة، بحيث أن كبار السن يتابعون المؤثرين أكثر من الصغار، أي أنه كلما زاد السن كلما زادت متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي كثيرا، وكلما قل السن قلت المتابعة.

الشكل رقم 29: يوضح متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي كثيرا خلال الجائحة حسب السن



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss إصدار 19

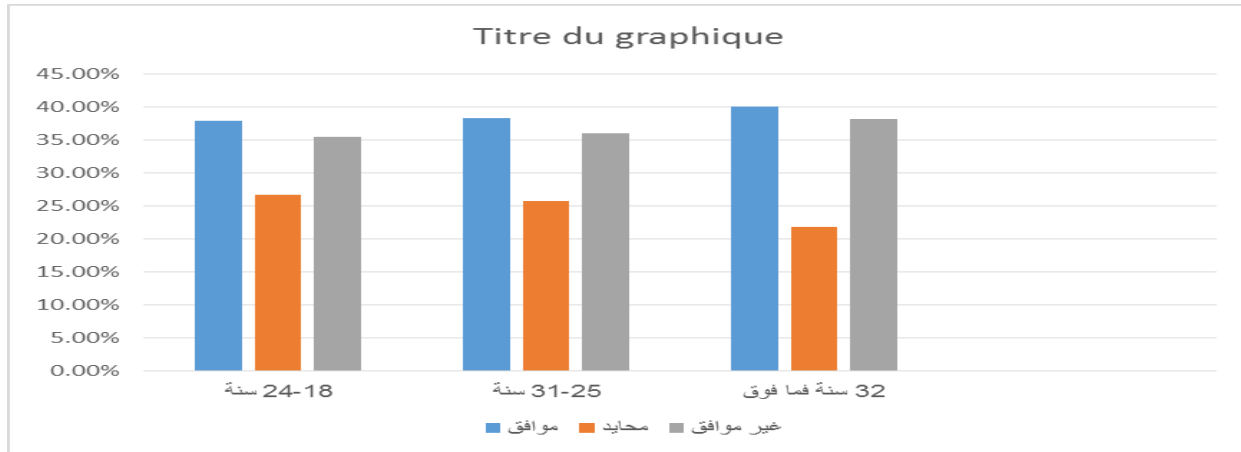
الجدول رقم 43 يبين لعب الألعاب الإلكترونية كثيرا خلال فترة الجائحة حسب السن:

لعب الألعاب الإلكترونية كثيرا خلال فترة الجائحة حسب السن								
المجموع		غير موافق		محايد		موافق		
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
100%	170	35.5%	60	26.6%	45	37.9%	64	24-18
100%	175	36%	63	25.7%	45	38.3%	67	31-25
100%	55	38.2%	21	21.8%	12	40%	22	32 سنة فما فوق
100%	400	36.1%	144	25.6%	102	38.3%	153	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss إصدار 19

يوضح الجدول السابق لعب الألعاب الإلكترونية كثيرا خلال فترة الجائحة حسب السن حيث نلاحظ أن نسبة 38.3% من الموافقين على العبارة بتكرار 153 فرد، ونسبة 36.1% من غير الموافقين بتكرار 144 فرد، ونسبة 25.6% من المحايدين بتكرار 102 فرد، بحيث نجد نسبة 40% من الموافقين على العبارة من سن 32 سنة فما فوق بتكرار 22 فرد، ونسبة 38.3% من سن 25 إلى 31 سنة بتكرار 67 فرد، ونسبة 37.9% من سن 18 إلى 24 سن بتكرار 64 فرد، أما غير الموافقين فنجد نسبة 38.2% من سن 32 سنة فما فوق بتكرار 21 فرد، ونسبة 36% من سن 25 إلى 31 سنة بتكرار 63 فرد، ونسبة 35.5% من سن 18 إلى 24 سنة بتكرار 60 فرد، في حين المحايدين فنجد فيها نسبة 26.6% من سن 18 إلى 24 سنة بتكرار 45 فرد، ونسبة 25.7% من سن 25 إلى 31 سنة بتكرار 45 فرد، ونسبة 21.8% من سن 32 سنة فما فوق بتكرار 12 فرد، أي نستنتج أن أغلب أفراد العينة يلعبون الألعاب الإلكترونية كثيرا خلال الجائحة، بحيث أن صغار السن هم الأكثر لعبا، وبالتالي فإنه كلما قل السسن كلما زاد اللعب بالألعاب الإلكترونية خلال جائحة كورونا، وكلما زاد السن كلما قل اللعب.

الشكل رقم 30: يوضح لعب الألعاب الإلكترونية كثيرا خلال فترة الجائحة حسب السن



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss إصدار 19

الجدول رقم 44 يوضح نتائج اختبار T لأبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا مع متغير الجنس

		Test des échantillons indépendants									
		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes							
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Intervalle de confiance de la différence à 95 %		
										Inférieur	Supérieur
مجموع	Hypothèse de variances égales	.002	.964	-1.372	397	.171	-.54287	.39574	-1.32089	.23514	
	Hypothèse de variances inégales			-1.372	368.225	.171	-.54287	.39577	-1.32113	.23538	

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يحتوي الجدول على نتائج اختبار العينات المستقلة لأبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا مع متغير الجنس، وكما يتضح أعلاه فقد قدرت دلالة اختبار العينات المستقلة ب 0.964 أي 96% وهي دلالة أكبر من 0.05 أي 5%، وبالتالي فإنه لا توجد فروق دالة إحصائية فيما يتعلق بأبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا من حيث الجنس، ومنها لا توجد علاقة بين متغيري الجنس وأبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا لدى عينة الدراسة. 1

الجدول رقم 45 يوضح نتائج اختبار T لأبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا مع متغير الوظيفة

		Test des échantillons indépendants									
		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes							
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Intervalle de confiance de la différence à 95 %		
										Inférieur	Supérieur
مجموع	Hypothèse de variances égales	.007	.934	-.019	397	.985	-.00752	.40612	-.80593	.79090	
	Hypothèse de variances inégales			-.018	308.87	.985	-.00752	.40712	-.80859	.79356	

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

¹ملاحظة: ك 2 أقل أو يساوي 0.05 توجد فروق دالة إحصائية.

ك 2 أكبر من 0.05 لا توجد فروق دالة إحصائية.

يحتوي الجدول على نتائج اختبار العينات المستقلة لأبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا مع متغير الوظيفة، وكما يتضح أعلاه فقد قدرت دلالة اختبار العينات المستقلة ب 0.934 أي 93% وهي دلالة أكبر من 0.05 أي 5%، وبالتالي فإنه لا توجد فروق دالة إحصائية فيما يتعلق بأبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال الجائحة من حيث الوظيفة، ومنها لا توجد علاقة بين متغيري الوظيفة وأبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال الجائحة لدى عينة الدراسة.1

الجدول رقم 46 يوضح نتائج اختبار انوفا Anova لأبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا مع متغير السن

ANOVA					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	11.651	2	5.825	.378	.685
Intragroupes	6101.331	396	15.407		
Total	6112.982	398			

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يحتوي الجدول على نتائج اختبار العينات المستقلة لأبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا مع متغير السن، وكما يتضح أعلاه فقد قدرت دلالة اختبار العينات المستقلة ب 0.658 أي 65% وهي دلالة أكبر من 0.05 أي 5%، وبالتالي فإنه لا توجد فروق دالة إحصائية فيما يتعلق بأبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال الجائحة من حيث السن، ومنها لا توجد علاقة بين متغيري السن وأبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال الجائحة لدى عينة الدراسة.2

¹ملاحظة: ك 2 أقل أو يساوي 0.05 توجد فروق دالة إحصائية.

ك 2 أكبر من 0.05 لا توجد فروق دالة إحصائية.

²ملاحظة: ك 2 أقل أو يساوي 0.05 توجد فروق دالة إحصائية.

ك 2 أكبر من 0.05 لا توجد فروق دالة إحصائية.

الجدول رقم 47 يوضح نتائج اختبار انوفا Anova لأبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا مع متغير الدخل

ANOVA					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	مجموع Sig.
Intergroupes	57.149	4	14.287	.930	.447
Intragroupes	6055.834	394	15.370		
Total	6112.982	398			

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss إصدار 19

يحتوي الجدول على نتائج اختبار العينات المستقلة لأبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال الجائحة مع متغير الدخل، وكما يتضح أعلاه فقد قدرت دلالة اختبار العينات المستقلة ب 0.447 أي 44% وهي دلالة أكبر من 0.05 أي 5%، وبالتالي فإنه لا توجد فروق دالة إحصائية فيما يتعلق بأبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال الجائحة من حيث الدخل، ومنها لا توجد علاقة بين متغيري الدخل وأبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال الجائحة لدى عينة الدراسة.¹

¹ملاحظة: ك 2 أقل أو يساوي 0.05 توجد فروق دالة إحصائية.

ك 2 أكبر من 0.05 لا توجد فروق دالة إحصائية.

IV. نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

الفرضية الأولى: يمتلك عادة اغلب شباب غرداية هاتفا ذكيا قبل انتشار جائحة كورونا.

من خلال نتائج الجدول رقم 05 والذي يوضح استخدام شباب غرداية لوسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال حسب الدخل، حيث وجدنا من خلاله أن أصحاب الدخل المرتفع لا يستخدمون تكنولوجيا الإعلام والاتصال وأصحاب الدخل المنخفض يستخدمونها بكثرة خاصة الهواتف والحاسوب الشخصي، أي أنه كلما نقص الدخل كلما زاد استهلاك تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

وكما جاء في نتائج الجدول رقم 07 والذي يوضح استخدام الشباب لوسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال حسب السن، حيث نلاحظ من خلاله أن الشباب الأكبر سنا يستخدمون وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال، والأصغر سنا يستخدمونها بكثرة، أي أنه كلما زاد السن كلما قل استخدام وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

ومن خلال نتائج الجدول رقم 09 والذي يوضح متوسط استخدام شباب غرداية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال حسب الوظيفة، حيث وجدنا أن غير العاملين يستخدمون تكنولوجيا الإعلام والاتصال بحجم ساعي كبير يوميا، أي أنه كلما كان الشاب غير عامل كلما استخدم تكنولوجيا الإعلام والاتصال بساعات أكبر في اليوم وإذا كان عاملا فإن متوسط الاستخدام في اليوم يقل.

ومما سبق نستنتج أن شباب غرداية يمتلك ذكيا وهذا قبل انتشار جائحة كورونا، أي أن الفرضية الأولى والتي تفترض أن أغلب شباب غرداية يمتلكون عادة هاتفا ذكيا قبل انتشار جائحة كورونا محققة.

الفرضية الثانية: من أهم دوافع وأسباب استهلاك شباب ولاية غرداية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال والترفيه والتواصل.

من خلال نتائج الجدول رقم 11 والذي يبين استجابة شباب غرداية لدعوات الالتزام بالحجر الصحي عبر منصات التواصل الاجتماعي حسب السن، حيث نرى أن صغار السن يستجيبون لدعوات الالتزام بالحجر الصحي عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي عكس كبار السن.

وبناء على نتائج الجدول رقم 13 الذي يوضح استخدام شباب غرداية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال خلال جائحة كورونا حسب الوظيفة، حيث نلاحظ أنهم يستخدمونها كثيرا، كما أن غير العاملين يستخدمونها بشكل كبير ومتقارب مع العاملين.

ومما جاء في نتائج الجدول رقم 15 والذي يبين دوافع استخدام شباب غرداية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا حسب الجنس، بحيث نلاحظ أن شباب غرداية يستخدمون هذه التكنولوجيا بدافع البيع والشراء وهذا لدى الذكور أكثر من الإناث اللواتي يستخدمونها في متابعة الدروس ومواصلة المهام الخاصة بالوظيفة.

ومما سبق نستنتج أن شباب غرداية يستخدمون تكنولوجيا الإعلام والاتصال بدافع البيع والشراء، أي أن الفرضية الثانية والتي تفترض أن من أهم دوافع وأسباب استهلاك شباب ولاية غرداية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال الترفيه والتواصل غير محققة.

الفرضية الثالثة: يستهلك شباب ولاية غرداية الهاتف الذكي ومواقع التواصل الاجتماعي بكثرة خلال جائحة كورونا.

بناء على نتائج الجدول رقم 17 والذي يبين استخدام شباب غرداية للهاتف بكثرة في اتصالاتهم خلال جائحة كورونا حسب الجنس، بحيث نستنتج أن شباب غرداية يستخدمون الهاتف بكثرة في اتصالاتهم خلال جائحة كورونا، كما أن الإناث يستخدمونه أكثر من الذكور.

ومن خلال نتائج الجدول رقم 33 والذي يوضح اعتماد شباب غرداية على تطبيقات شراء المنتجات عبر الانترنت خلال الجائحة حسب الدخل، حيث نستنتج أنهم يعتمدون على تلك التطبيقات، كما أنه كلما زاد دخلهم كلما زاد اعتمادهم على تطبيقات الشراء عبر الأنترنت.

وبناء على نتائج الجدول رقم 37 والذي يبين قيام شباب غرداية بتحميل تطبيقات على هاتفي لمتابعة تطورات الجائحة حسب السن، حيث نلاحظ أنهم لا يوافقون على القيام بذلك، بالإضافة إلى أنه كلما زاد السن كلما زاد تحميل التطبيقات الخاصة بمتابعة تطورات جائحة كورونا، وكلما قل السن قل الاهتمام بتطبيقات متابعة تطورات الجائحة.

ومن خلال نتائج الجدول رقم 39 والذي يوضح قيام شباب غرداية باقتناء حقوق المشاهدة المحتويات حسب الطلب (التفليكس) خلال الجائحة حسب الجنس، حيث لاحظنا أن أغلبهم لا يوافقون على ذلك، كما أن الإناث يقومون باقتناء حقوق مشاهدة المحتويات حسب الطلب (التفليكس) خلال الجائحة أكثر من الذكور.

ومن خلال نتائج الجدول رقم 52 والذي يوضح اعتماد شباب غرداية على الدردشة عبر شبكات التواصل الاجتماعي بشكل كبير أثناء جائحة كورونا حسب الجنس، حيث نلاحظ أن أغلبهم يعتمدون عليها، والذكور أكثر اعتمادا من الإناث.

ومن خلال نتائج الجدول رقم 54 والذي يوضح استخدام شباب غرداية للفيسبوك حسب الجنس، حيث نلاحظ أن أغلبهم يستخدمونه، كما أن الإناث يستخدمون الفيسبوك كثيرا خلال الجائحة أكثر من الذكور.

ومما سبق نستنتج أن شباب غرداية يستهلكون الهاتف الذكي ومواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا، ومنه نستنتج أن الفرضية الثالثة والتي تفترض أن شباب ولاية غرداية يستهلكون الهاتف الذكي ومواقع التواصل الاجتماعي بكثرة خلال جائحة كورونا مؤكدة ومحقة.

الفرضية الرابعة: أكثر المحتويات استهلاكا عبر تكنولوجيا الاعلام والاتصال من قبل شباب غرداية أخبار الجائحة والالعاب الالكترونية.

ومن خلال نتائج الجدول رقم 66 والذي يوضح لعب شباب غرداية للألعاب الإلكترونية كثيرا خلال فترة الجائحة حسب السن، حيث نلاحظ أن أغلبهم يلعبونها خلال الجائحة، بحيث أن صغار السن هم الأكثر لعبا، وبالتالي فإنه كلما قل السن كلما زاد لعب الألعاب الإلكترونية خلال جائحة كورونا، وكلما زاد السن كلما قل اللعب.

ومما سبق نستنتج أن أكثر المحتويات استهلاكا عبر تكنولوجيا الاعلام والاتصال من قبل شباب غرداية أخبار الجائحة والالعاب الالكترونية، أي أن الفرضية الرابعة والتي تفترض أن أكثر المحتويات استهلاكا عبر تكنولوجيا الاعلام والاتصال من قبل شباب غرداية أخبار الجائحة والالعاب الالكترونية محقة.

الفرضية الخامسة: توجد فروق ذات دلالة احصائية فيما يتعلق باستهلاك تكنولوجيا الاعلام والاتصال لدى شباب ولاية غرداية من حيث متغير الجنس

بناء على نتائج الجدول رقم 43 والذي يوضح نتائج اختبار T لأبعاد الاستهلاك التقني لتكنولوجيا الاعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا مع متغير الجنس، حيث نلاحظ من خلاله أنه لا توجد فروق دالة إحصائية فيما يتعلق بأبعاد الاستهلاك التقني لتكنولوجيا الاعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا من حيث الجنس، ومنها لا توجد علاقة بين متغيري الجنس وأبعاد الاستهلاك التقني لتكنولوجيا الاعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا لدى عينة الدراسة.

ومن خلال نتائج الجدول رقم 68 والذي يوضح نتائج اختبار T لأبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الاعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا مع متغير الجنس،

حيث نلاحظ من خلاله أنه لا توجد فروق دالة إحصائية فيما يتعلق بأبعاد الاستهلاك التقني لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا من حيث الجنس، ومنها لا توجد علاقة بين متغيري الجنس وأبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا لدى عينة الدراسة.

ومما سبق نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق باستهلاك تكنولوجيا الاعلام والاتصال لدى شباب ولاية غرداية من حيث متغير الجنس، أي أن الفرضية الخامسة والتي تفترض أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق باستهلاك تكنولوجيا الاعلام والاتصال لدى شباب ولاية غرداية من حيث متغير الجنس غير محققة.

V. النتائج العامة للدراسة:

1. أغلب شباب غرداية يستخدمون وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث يستخدمون الهاتف بنسبة 48.4%، وأصحاب الدخل المنخفض أكثر استخداما.
2. أغلب شباب ولاية غرداية يستخدمون وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث أن نسبة 77.6% منهم يستخدمون الألعاب الإلكترونية، والأقل سنا هم الأكثر استخداما من الأكبر سنا.
3. أن أغلب شباب غرداية يستخدمون تكنولوجيا الإعلام والاتصال بحجم ساعي كبير، حيث أنهم يستخدمونها بنسبة 43.8% في مدة من 3 إلى 4 ساعات في اليوم، وغير عاملين يستخدمونها أكثر من العاملين
4. أن نسبة 81.8% من شباب غرداية استجابوا لدعوات الالتزام بالحجر الصحي عبر منصات التواصل الاجتماعي، وصغار السن أكثر من كبار السن.
5. أغلب شباب غرداية يستخدمون تكنولوجيا الإعلام والاتصال خلال جائحة كورونا بنسبة 66.8%، وغير العاملين يستخدمونها بشكل كبير مقارنة بالعاملين.
6. أن أغلب شباب غرداية يستخدمون هذه التكنولوجيا بدافع البيع والشراء بنسبة 33.5%، ومتابعة الإحصائيات بنسبة 03.1%، والاتصال بالآخرين بنسبة 24%، والذكور أكثر من الإناث اللواتي يستخدمنها في متابعة الدروس ومواصلة المهام الخاصة بالوظيفة.
7. أن نسبة 83% من شباب غرداية يستخدمون الهاتف بكثرة في اتصالاتهم خلال جائحة كورونا، والإناث يستخدمنه أكثر من الذكور.
8. أن نسبة 44% من شباب ولاية غرداية يوافقون على الاعتماد على الحاسوب خلال الجائحة، والذكور أكثر من الإناث.
9. أن نسبة 77.4% من شباب غرداية زاد استهلاكهم لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في ظل جائحة كورونا، وغير العاملين أكثر من العاملين.
10. أن نسبة 47.4% من شباب غرداية لا يوافقون على اقتناء الهاتف خلال فترة الجائحة، وأصحاب الدخل المرتفع يقتنون الهاتف خلال الجائحة أكثر من الدخل المنخفض.
11. أن نسبة 62.9% من شباب غرداية لا يوافقون على اقتناء الحاسوب خلال الجائحة، وأصحاب الدخل المنخفض لا يقتنونها أكثر من الدخل المرتفع.

12. أن نسبة 63.4% من شباب غرداية لا يوافقون على اقتناء التلفاز الذكي خلال الجائحة، وأصحاب الدخل المنخفض لا يفتنونها أكثر من الدخل المرتفع
13. أن نسبة 63.2% من شباب لا يوافقون على اقتناء جهاز الألعاب الإلكترونية خلال فترة الجائحة وصغار السن بنسبة أكبر.
14. أن نسبة 45.6% من شباب غرداية يعتمدون على تطبيقات شراء المنتجات عبر الانترنت خلال الجائحة، وأصحاب الدخل المرتفع أكثر من الدخل المنخفض.
15. أن أغلب شباب غرداية يقومون بتسديد الفواتير خلال الجائحة عبر الأنترنت بنسبة 40.9%، وأصحاب الدخل المنخفض أكثر من الدخل المرتفع.
16. أن أغلب شباب غرداية لا يوافقون على القيام بتحميل تطبيقات على هاتفي متابعة تطورات الجائحة بنسبة 42.9%، والأكثر سنا أكثر من الأقل سنا.
17. أن نسبة 57.4% من شباب غرداية لا يوافقون على القيام باقتناء حقوق المشاهدة المحتويات حسب الطلب (التفليكس) خلال الجائحة، والإناث أكثر من الذكور.
18. أن نسبة 77.2% من شباب غرداية يعتمدون على شبكة الأنترنت للحصول على معلومات حول كورونا، وغير العاملين منهم أكثر من العاملين.
19. أن نسبة 38.6% من شباب ولاية غرداية يوافقون على تفضيل استخدام المدونات الإلكترونية أثناء جائحة كورونا، والعاملين منهم أكثر من غير العاملين.
20. أن نسبة 65.9% من شباب غرداية يستخدمون المواقع الإلكترونية الإخبارية أثناء جائحة كورونا، والعاملين منهم أكثر من العاملين.
21. أن نسبة 83.7% من شباب غرداية يعتمدون على الدردشة عبر شبكات التواصل الاجتماعي بشكل كبير أثناء جائحة كورونا، والذكور أكثر اعتمادا من الإناث.
22. أن أغلب شباب غرداية يستخدمون الفايبروك بنسبة 80.5%، خلال الجائحة والإناث أكثر من الذكور.
23. أن أغلب شباب غرداية يستخدمون الانستغرام بنسبة 60.7%، خلال الجائحة والإناث أكثر من الذكور.
24. أن أغلب شباب غرداية يستخدمون اليوتيوب بنسبة 79.4%، خلال الجائحة والإناث أكثر من الذكور.

25. أن نسبة 58.4% من شباب غرداية يشاهدون الأفلام والمسلسلات كثيرا خلال الجائحة، صغار السن أكثر مشاهدة من كبار السن.
26. أن نسبة 50.4% من شباب غرداية يشاهدون المباريات الرياضية كثيرا خلال الجائحة، وكبار السن أكثر مشاهدة من صغار السن.
27. أن نسبة 50.4% من شباب غرداية يتابعون مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي كثيرا خلال الجائحة، وكبار السن أكثر متابعة من الصغار.
28. أن نسبة 38.3% من شباب غرداية يلعبون الألعاب الإلكترونية خلال الجائحة، وصغار السن أكثر لعبا من كبار السن.

خاتمة

خاتمة :

ختاما وبعد معالجة موضوع دراستنا التي تحمل عنوان استهلاك تكنولوجيا الاعلام والاتصال في زمن جائحة كورونا من قبل الشباب الجزائري، حيث حاولنا إبراز مدى استهلاك شباب ولاية غرداية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا، انطلاقا مما ترتب عن هذه الجائحة من إجراءات الحجر الأمر الذي أدى إلى غياب الاتصال المباشر بين الأفراد.

وكما تظهر دراستنا التي ركزت على فئة الشباب فقد توصلنا من خلالها إلى أن شباب ولاية غرداية يستخدم الهاتف كوسيلة من وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال، كما يستخدم الألعاب الإلكترونية كوسيط من الوسائط التكنولوجية، كما يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والأنستغرام.

بالإضافة إلى أن شباب هذه الولاية يستخدم تكنولوجيا الإعلام والاتصال بدافع البيع والشراء، كما يعتمد عليها في عمليات تسديد الفواتير الخاصة بيهم واستخدام هذه التكنولوجيا في مشاهدة المباريات والأفلام.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: المعاجم والقواميس

- 1) ابن فارس، معجم مقاييس اللغة العربية، باب العين واللام، 4/109
- 2) ابن منظور لسان العرب. المجلد 3. دار صادر للطباعة والنشر. لبنان 1997..
- 3) ابن منظور، لسان العرب، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، 2009م
- 4) عبد المنعم حنفي، المعجم الشامل لمصطلحات الفلسفة، الناشر مكتبة مدبولي - القاهرة، ط3، 2000
- 5) معجم مدرسي، المجاني المصور، 2000 معجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، ط1، القاهرة، 2008م
- 6) المنجد في اللغة العربية المعاصرة، 2001

ثانياً: الكتب

- 1) ابن نجيم، زين العابدين، ابن إبراهيم: الأشباه والنظائر، دار الكتب العلمية، بيروت ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف الكافي: تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار الإعصار العلمي، 2015
- 2) أحمد أبو الزيد الرسول، التنمية المتواصلة: الإبعاد والمنهج، مكتبة بستان المعرفة، الإسكندرية، 2007
- 3) إسماعيل إبراهيم. مناهج البحوث الإعلامية. دار الفجر للنشر والتوزيع. الطبعة 1. القاهرة- مصر. 2017
- 4) إسماعيل إبراهيم. مناهج البحوث الإعلامية. دار الفجر للنشر والتوزيع. الطبعة الاولى. القاهرة- مصر، 2017
- 5) أنول باتشيرجي: بحوث العلوم الاجتماعية المبادئ والمناهج والممارسات، ترجمة خالد بن ناصر آل حيان، دار اليازوري، الأردن، 2015
- 6) بكري تامر، الاتصالات التسويقية والترويج، دار حماد ، عمان ، 2009
- 7) جورديخ مليكة عبد القادر، تكنولوجيا الطباعة الصحفية، دار أسامة للنشر، الطبعة 1، 2015

- 8) جورديخ مليكة عبد القادر، تكنولوجيا الطباعة الصحفية، دار أسامة للنشر، الطبعة 1، 2015
- 9) حسن السوداني ومحمد المنصور. شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين. مركز الكتاب الاكاديمي. عمان. ط1. 2016.
- 10) رحيمة الطيب عيساني الوسائط التقنية الحديثة واثرها على الاعلام المرئي والمسموع، جهاز اذاعة وتلفزيون الخليج، الرياض ، 2010 طلال بن حسن كابلي.أسامة سعيد علي الهنداوي .واخرون التعليم الالكتروني التقنية المعاصرة ومعاصرة التقنية. مكتبة دار الايمان للنشر والتوزيع. المدينة المنورة السعودية 2012
- 11) سعد سلمان المشهداني: مناهج البحث الإعلامي. دار الكتاب الجامعي. دولة الإمارات العبية المتحدة-الجمهورية اللبنانية. 2017
- 12) سيد أحمد طارق : الإعلام المحلي وقضايا المجتمع ،د.ط، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية، مصر، 2004
- 13) الطنوبي محمد عمر ، نظريات الاتصال ، ط1، دار المطبوعات ، الاسكندرية ، مصر ، 1985،
- 14) عصام حسن أحمد الدليمي. البحث العلمي أسسه ومناهجه. (علي عبد الرحيم صالح). دار الرضوان للنشر والتوزيع. الطبعة الاولى 2014م-1435هـ محمد البدوي، المنهجية في البحوث و الدراسات الأدبية، دار المعارف للطباعة والنشر، سوسة -تونس، 1771م
- 15) علي جواد الطاهر، منهج البحث الأدبي، مكتبة اللغة العربية، بغداد_ شارع المتنبي، ط3 ،1774م، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور، لسان العرب ، ، دار صادر، بيروت: مادة (النهج)، ط1 (ت 711هـ
- 16) ليلي أحمد جرار، الفاييبوك والشباب العربي ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ،الكويت ،ط2012، محمد الفاتح محمود بشير المغربي التجارة الالكترونية دار الجنان للنشر والتوزيع عمان ط1السنة 2016 طوني بيتس ،التكنولوجيا والتعلم الالكتروني والتعليم عن بعد، مكنتبات العيبكان للنشر ،السعودية ط2، 2007،
- 17) مجيد علي حسين وآخرون ، مقدمة في التحليل الإقتصادي الكلي ، دار وائل للنشر ، عمان ، الطبعة الأولى، 2004،

- 18) محمد الفاتح حمدي وآخرون، تكنولوجيا الاتصال والاعلام الحديثة الاستخدام والتأثير، دار كنوز الحكمة، 2011
- 19) محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، دار الكتب، الطبعة الثالثة، صنعاء، 2019م/1441
- 20) محمد فريد محمود عزت، الاتصال ووسائله الجماهيرية التقليدية والتكنولوجية، دار النشر للجامعات، ط1، القاهرة، ، 2018
- 21) محمد، در. أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي. دار المنظومة 2016
- 22) محي محمد مسعي، ظاهرة العولمة والاهام والحقائق، مطبعة ومكتبة الشعاع ، ط1 ، مصر، 1999،
- 23) ناظم محمد نور الشمري، محمد موسى الشروف، مدخل في علم الاقتصاد، دار زهران، عمان الأردن، 1999
- ثالثا: المذكرات والرسائل:
- 1) احمد سلامه صندوقة، اثر استخدام اللوح الابيض التفاعلي في تحصيل طلبة الصف الثامن الاساسي في مقرر العلوم في مدارس محافظة العاصمة عمّان رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات درجة الماجستير في تكنولوجيا المعلومات، 2018
- 2) بن يحي رحمة، مالكي سمية: تحليل نموذج الاستهلاك في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، تخصص اقتصاد نقدي ومالي، جامعة أبو بكر بالقائد تلمسان، 2016،
- 3) بورحلة سليمان؛ أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم - دراسة ميدانية- مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال جامعة الجزائر؛ يوسف بن خدة؛ 2008 الموسوي، محمد جاسم فلحي، اتجاهات إعلامية معاصرة، منشورات الأكاديمية العربية المفتوحة الدانمارك. 2006
- 4) خالد منصر ،علاقة استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة باغتراب الشباب الجامعي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة باتنة ،الجزائر، 2012

- 5) دلال الواعر، تأثير الألعاب الالكترونية على سلوك الطفل الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة وإعلام الكتروني، أم البواقي، 2017.
- 6) ستيقي أميرة، بوهزيلة مروة، استخدام الأنترنت وتأثيراتها على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، دراسة ميدانية بجامعة قالمة، مذكرة ماستر، إعلام واتصال، جامعة قالمة، الجزائر، 2020-2021.
- 7) سهام بوقلوف، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واثرها على القيم الاخلاقية والاجتماعية، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال جامعة الجزائر 3 الجزائر، 2018.
- 8) فاطمة زكور .فاطمة قادير تأثير الهاتف النقال على سلوكيات الاطفال.مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر اكاديمي جامعة قاصدي مرباح، 2015.
- 9) مريم قويدر، أثر الألعاب الإلكترونية على السلوكيات لدى الأطفال، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2012.
- 10) هيبه إسحاق علي، محددات الانفاق الاستهلاكي الخاص في السودان في الفترة 1972-2011، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في الاقتصاد التطبيقي، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، 2014.
- رابعا: المجلات والدوريات:
- 1) احمد أبو زيد، قيم جديدة لعصر جديد، مجلة العربي، الكويت، العدد 580 مارس، 2007.
- 2) احمد فايز المرش ازمة الاغلاق الكبير الاثار الاقتصادية لفيروس كورونا كوفيد 19، مجلة بحوث الادارة والاقتصاد مج 2 ع 2 جامعة انقرة العلوم الاجتماعية تركيا 2020
- 3) بن زحاف فيصل وعصماني ليلي ، الحماية الاجتماعية الدولية من جائحة كوفيد 19 مجلة قانون العمل والتشغيل مج 5 ع 4 جامعة وهران 2_2020
- 4) روبين ويليامز، ديفيد ايدج، التشكيل الاجتماعي للتكنولوجيا، مجلة سياسة البحث، ع6، 1996.

- 5) سامية خرخاش انعكاسات جائحة كوفيد 19 على علاقات العمل فالجزائر من وجهة نظر اساتذة التعليم العالي مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية مج 12 ع1 جامعة بوزياف محمد المسيلة 2021
- 6) سليمة بوسعيد، حنان عوادي، مخاطر تأثير الألعاب الإلكترونية على الفرد والمجتمع وطرق علاجها، مجلة المجتمع والرياضة ،مج2، العدد1، جامعة ورقلة- الجزائر، 2019
- 7) صيف الازهر ،محمد الذيب ،الالعاب الالكترونية وتشكل السلوك العدواني العنيف لدى الطفل داخل المدرسة ، مجلة المجتمع والرياضة، المجلد2، العدد2، 2019
- 8) فهمي، أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الاسلامية، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد69، الجزء الثالث ، يوليو لسنة 2016 عبد الكريم قندوز ،نظريات الاستهلاك في الفكر الاقتصادي ، مجلة بيت المشورة، العدد10، قطر 2019،
- 9) فوزية عبو ،مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الزوجية دراسة أنثوغرافية على عينة من الأسر بولاية مستغانم" المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام ،جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة الجزائر(المجلد (03) (العدد02) 2020
- 10) كريم بوسالم ولعيدية رحموني ،التعليم عن بعد بوصفه خيارا استراتيجيا بالجامعة الجزائرية في ظل استمرار جائحة كوفيد19 ،مجلة اللسانيات التطبيقية ،جامعة البليدة مج 5، ع9، 2021.
- 11) كريمة بن صغير وإبتسام غانم التصورات الاجتماعية لجائحة فيروس كورونا كوفيد 19 لدى الشباب الجامعي الجزائري والقيم المصاحبة لها جامعة 8 ماي 1945 قلمة، مجلة الدراسات النفسية والتربوية مج 14 ع2، 2021،
- 12) كريمة عرامة ،اتجاهات المواقع الالكترونية الاسلامية دراسة تحليلية لموقع شبكة الالوكة ،المجلة الجزائرية للابحاث والدراسات ،جامعة عنابة 2018
- 13) منال الاسود ،فوزي لوحيدي، تأثير الالعاب الالكترونية على التحصيل الدراسي للتلميذ، مجلة المجتمع والرياضة ،المجلد2، العدد2، 2019

- 14) نوال مغزيلي، تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الجزائر دراسة للمؤشرات وتشخيص للمعيقات، المجلة الجزائرية للامن والتنمية، العدد12، جامعة قسنطينة3 ، 2018
- 15) يوسف الدود جمعة عبدالله، الاثار النفسية المترتبة على الحجر الصحي جراء فيروس كورونا على عينة من المجتمع السوداني مجلة التميز الفكري للعلوم الاجتماعية والانسانية جامعة ام درمان السودان 2021.

خامسا: المقالات:

- 1) خالف العقلة، خيرية السلامي، طارق الدريدي، جائحة كورونا كوفيد-19 وتداعياتها على أهداف التنمية المستدامة، طباعة رقمية للمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم
- 2) رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الانترنت ، جامعة مملكة البحرين ،البحرين2009.
- 3) سفيان سوالم، التأمين ضد خطر جائحة فيروس كورونا (كوفيد 19)، حوليات جامعة الجزائر، جامعة محمد الشريف مساعديه سوق أهراس، جويلية 2020
- 4) عبد القادر محمد عبد القادر عطية وآخرون: مفكرة النظرية الاقتصادية الكلية، قسم الاقتصاد كلية التجارة جامعة الإسكندرية، القاهرة، 2005،
- 5) محمد محي الدين سليم، ماهية الجائحة في الشريعة الإسلامية، كلية الحقوق جامعة مدينة السادات، المقالة 7، المجلد 6، الصيف 2020
- 6) ميري جنيفر ما رخام، كوفيد19، الولايات المتحدة، 2020
- 7) نصت المادة 6 الفقرة 1 من المعهد الدولي للحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية المعتمدة من طرف الجمعية العامة للامم المتحدة سنة 1966
- سادسا: المواقع الالكترونية:

- 1) آثار جائحة كوفيد على الشباب في المنطقة العربية هيئة الامم المتحدة ،موجز السياسات <http://www.unescwa.org> (الاسكوا) 2020 ص1. تم الاطلاع عليه يوم 2022/01/06

الملاحق

الملحق رقم 01: استمارة الاستبيان الخاصة بالدراسة



جامعة غرداية

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استبيان

في إطار انجاز مذكرة ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة حول موضوع : استهلاك تكنولوجيا الاعلام والاتصال في زمن جائحة كورونا(كوفيد 19) من قبل الشباب الجزائري دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية غرداية وفي سبيل ذلك فإننا نتوقع منكم المساهمة الجادة في انجاح هذه الدراسة من خلال الاجابة بكل موضوعية على كافة الاسئلة وذلك بوضع علامة (x) في الخانة التي تتفق مع رأيكم علما ان هذه المعلومات ستستخدم لغرض البحث العلمي فقط تشكر لكم مقدما لجهودكم وحسن تعاونكم.

تحت إشراف:

بقور صابر

من إعداد:

رزمة أحمد

غشي مصطفى

السنة الجامعية: 2022/2021

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجنس: ذكر أنثى

السن: 18-24 سنة 25-31 سنة 32 سنة فما فوق

الوظيفة: عامل غير عامل

الدخل الفردي: 10000 20000 30000 40000 من 50000 فما فوق

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام شباب ولاية غرداية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال

1- ماهي وسائل تكنولوجيا الاعلام والاتصال التي استخدمتها ؟

الهاتف اللوح الذكي الحاسوب الشخصي الحاسوب الثابت التلفاز الذكي

2- ماهي وسائط تكنولوجيا الاعلام و الاتصال الاكثر استخداما ؟

الالعاب الالكترونية المواقع الالكترونية شبكة التواصل الاجتماعي أخرى أذكرها.....

3- ماهي شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها ؟

الفايسبوك اليوتيوب الأنستغرام تيلغرام واتساب فايبر أخرى أذكرها

4- منذ متى وانت تستخدم تكنولوجيا الاعلام والاتصال؟

منذ سنة منذ 3 سنوات منذ 6 سنوات منذ 9 سنوات أكثر من 10 سنوات

5- ما هو متوسط استخدامك لتكنولوجيا الاعلام والاتصال يوميا؟

اقل من ساعة من ساعة الى ساعتين من 3 سا الى 4 سا من 5 سا فما فوق

6- ماهي الفترة المفضلة لاستخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال ؟

الفترة الصباحية الفترة المسائية فترة الليل

7- ماهو المكان الذي تستخدم فيه تكنولوجيا الاعلام والاتصال؟

البيت مكان العمل مقهى الانترنت

8- ماهي اللغة المفضلة لديك اثناء استخدامك لتكنولوجيا الإعلام والاتصال ؟

عربية انجليزية فرنسية لغات اخرى

9- كيف تفضل استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال ؟

العائلة الاصدقاء بمفردك

10- ماهي خدمات تكنولوجيا الاعلام والاتصال المفضلة لديك؟

مشاهدة الصور مشاهدة مقاطع الفيديو الدردشة قراءة المنشورات أخرى

- ماهي خصائص تكنولوجيا الاعلام والاتصال التي تدفعك لاستخدامها

سرعة الاداء توفير الوقت قلة التكلفة وتوفير الجهد سهولة الاتصال بالآخرين

المحور الثالث: دوافع واسباب استخدام شباب ولاية غرداية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال خلال جائحة

كورونا

1- هل تابعت تطور وباء كورونا عبر تكنولوجيا الاعلام والاتصال؟

نعم لا

2- هل أصبت بفيروس كورونا؟

نعم لا

3- هل استجبت لدعوات الالتزام بالحجر الصحي عبر مختلف منصات مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم لا

4- كيف كان استخدامك لتكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا؟

كثير متوسط قليل

5- ماهي الاشباع التي حققتها لك تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا ؟

التخفيف من الالف والتوتر التواصل مع الاقارب والاصدقاء في فترة الحجر معرفة الاخبار

والمعلومات المتعلقة بتطورات الجائحة أخرى أذكرها

6- ماهي دوافع استخدامك لتكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا؟

متابعة الاحصائيات الخاصة بالجائحة متابعة الدروس والمحاضرات مواصلة المهام الخاصة بالوظيفة

الاتصال بالآخرين بيع وشراء المنتجات أخرى أذكرها

8- ماهي طبيعة المواضيع الاكثر متابعة في تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال جائحة كورونا ؟

سياسية اجتماعية ثقافية رياضية علمية دينية

المحور الرابع: أبعاد الاستهلاك التقني لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا

غير موافق	محايد	موافق	العبارة
			1- أستخدم الهاتف بكثرة في اتصالاتي خلال جائحة كورونا
			2- أستخدم اللوح الذكي بشكل كبير أثناء جائحة كورونا
			3- أعتد على الحاسوب خلال جائحة كورونا
			4- ازداد استهلاكي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في ظل جائحة كورونا
			5- قمت بإقتناء هاتف خلال فترة الجائحة
			6- قمت بإقتناء حاسوب خلال فترة الجائحة
			7- قمت بإقتناء تلفاز ذكي خلال فترة الجائحة
			8- قمت بإقتناء جهاز ألعاب الكترونية خلال فترة الجائحة
			9- اعتمدت على تطبيقات شراء المنتجات عبر الانترنت خلال الجائحة
			10- قمت بتسديد فواتير(الانترنت - الكهرباء _ الماء -الهاتف) خلال الجائحة
			11- قمت بتحميل تطبيقات على هاتفي لمتابعة تطورات الجائحة
			12- قمت بإقتناء حقوق المشاهدة المحتويات حسب الطلب (النتفليكس) خلال الجائحة
			13- تحصلت من أحد معارفي على حقوق مشاهدة المحتويات حسب الطلب خلال الجائحة (النتفليكس)

المحور الخامس: أبعاد استهلاك محتوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل شباب ولاية غرداية خلال جائحة كورونا

غير موافق	محايد	موافق	العبارة
			1- اعتمد على شبكة الأنترنت بعد للحصول على معلومات حول الكورونا
			2- أفضل استخدام المدونات الإلكترونية أثناء جائحة كورونا
			3- أثناء جائحة كورونا كنت أستخدم المواقع الإلكترونية الاخبارية
			4- كانت اعتمد بشكل كبير على الدردشة عبر شبكات التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا.
			5- كنت استخدم الفايبروك كثيرا خلال الجائحة.
			6- كنت استخدم الانستغرام كثيرا خلال الجائحة
			7- كنت استخدم اليوتيوب كثيرا خلال الجائحة
			8- كنت اشاهد الافلام والمسلسلات كثيرا خلال الجائحة
			9- كنت اشاهد المباريات الرياضية كثيرا خلال الجائحة
			10- كنت اتابع مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي كثيرا خلال الجائحة
			11- ألعب كثيرا الالعاب الالكترونية خلال فترة الجائحة