مجلة ألف: اللغة، الإعلام والمجتمع، مصنفة في فئة ب

بن سولة نورالدين Bensoula Noureddine وبوعلام الله بشرى Boualamallah Bouchra معسكر

التطبيقات الذكية وإستخداماتها الإجتماعية للطلبة الجامعيين

Applications intelligentes et usages sociaux pour les étudiants universitaires

Smart Applications And Social Uses For University Studentss

تاريخ النشر ASJP	تاريخ الإلكتروني	تاريخ الإرسال	ASJP Algerian Scientific Journal Platform
2023-09-25	20232-06-18	2022-07-13	

الناشر: Edile- Edition et diffusion de l'écrit scientifique

إيداع قانوني: 6109-2014

النسخة الورقية : 2023 01-31

https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/226

ترقيم الصفحات: 209-226

دمد-د: 2437-0274

النشر الإلكتروني: https://aleph.edinum.org

تاريخ النشر: 2023-06-18

ردمد-د: 2437- 1076

المرجعية على ورقة

بن سولة نورالدين و بشر بوعلام الله, «التطبيقات الذكية وإستخداماتها الإجتماعية للطلبة الجامعيين», Aleph, 10 (4-1) | 2023, 209-226.

المرجع الإلكتروني ر

بن سولة نورالدين و بشر بوعلام الله, «التطبيقات الذكية وإستخداماتها الإجتماعية للطلبة الجامعيين», Aleph [En ligne], 10 (4-1) | 2023, mis en ligne le 18 juin 2023. URL : https://aleph-alger2.edinum.org/9273

© حقوق الطبع والنشر: بن سولة نورالدين و بشر بوعلام الل لا استخدام تجاري -لا تعديل دولي CC 4.0 BY-NC-ND

التطبيقات الذكية وإستخداماتها الإجتماعية للطلبة الجامعيين

Applications intelligentes et usages sociaux pour les étudiants universitaires

Smart Applications And Social Uses For University Students

بن سولة نورالدين Bensoula Noureddine وبوعلام الله بشرى Boualamallah Bouchra
جامعة معسكر

مقدمة

يشهد العالم ثورة تكنولوجية في مجال الاتصال، وذلك من خلال نقل وتبادل المعلومات والمعارف والأفكار بواسطة الوسائل الاتصالية الحديثة مما اختزل ضرورية الزمان والمكان في التواصل المعلوماتي، وفي تبديل مسارات الحياة اليومية وأنماط العلاقات الاجتماعية نظرا لاستخدامها بدرجة كبيرة، ومع انتشار أجهزة التواصل الحديثة - المسماة بالذكية – وما تحظى به من شعبية وانتشار حول العالم، إذ لم يعد العالم قرية صغيرة كما كان يقال سابقا، بل صار هذا العالم كله عند أطراف أصابع الإنسان، ومن بين هذه الوسائل الهاتف الذكي، الذي أصبح سلعة متداولة تؤمن العديد من الخدمات ويمكن القول أنه أصبح جهاز كمبيوتر وتلفزيون وجريدة ومفكرة شخصية. باعتبار أن الإنسان كائن اجتماعي، وهو بطبعه وفطرته لا يستطيع إشباع جميع حاجاته البيولوجية والنفسية دون تواصل مع أفراد من بني جنسه، فطبيعته تفرض عليه العيش مع الآخرين لإشباع هذه الحاجات، وهذا ما وفره له الهواتف الذكية وما تحتويه من مواقع وتطبيقات لتعبير عن نفسه ومشاركة أفكاره مع الآخرين، وتنوع خدماته إلى كونها أهم أداة من أدوات تكنولوجيا الاتصال والإعلام التنوع برامجها وتتيح هذه التكنولوجيا استحداث تطبيقات في العديد من المجالات كالتعليم والصحة وخدمات التسوق وصناعة الأخبار ونشرها وغيرها. وتساهم بشكل فعال في إنتاج المواد الإعلامية من فيديوهات ونصوص، فالتطبيقات سهلة الاستخدام فهي تدعم شبكة الانترنت وهي عبارة عن صورة مصغرة تهدف إلى تعزيز الهاتف الذكي، لها استخدامات كثيرة لا تعد ولا تحصى نظرا لتزايد المستمر في عدد مستخدميها.

استنادا على إحصائيات ومقالات متخصصة في هذا المجال وهذا ما أثبتته الدراسات السابقة المعنونة بـ «استخدامات الهواتف الذكية وتأثيرها على التحصيل الدراسي» (قدمي،تواتي، 2018).

منصات غير عادية بناءا على ظروف الانتشار السريع والقدرة على جذب المجتمع خاصة الشباب ولقد عرف هذا الانتشار بين المستخدمين في العالم ككل، والعالم العربي والمجتمع الجزائري الذي عرف قفزة تكنولوجيا في مجال الهواتف النقالة والتطبيقات الذكية.

االإرسال13-07-2022- النشر الإلكتروني 18-06-2023 تاريخ النشر 25-09-2023

في بحثنا هذا نسعى لتناول الاستخدامات الاجتماعية لهذه التطبيقات لدى الشباب في مدينة معسكر نظرا لزيادة إقبالهم عليها، ومن هذا المنطق تظهر إشكالية التي نسعى للإجابة عنها من خلال دراستنا، وعليه نطرح السؤال التالي:

- ماهي الاستخدامات الاجتماعية للطلبة الجامعيين لتطبيقات الهاتف الذكي، وما تأثيراتها عليهم؟
- وتندرج تحتها أسئلة فرعية:
- هل تؤثر المتغيرات والسمات الشخصية في استخدام تطبيقات الهاتف الذكي بين الطلبة الجامعيين؟

ماهي دوافع استخدام الطلبة تطبيقات الهاتف الذكي؟ للإجابة على الإشكالية وأسئلتها الفرعية سطرنا مجموعة من الفرضيات نذكرها كالآتي :

- يختلف استخدام تطبيقات الهاتف الذكي باختلاف المتغيرات والسمات الشخصية لدى الطلبة الجامعيين،
- يختلف استخدام تطبيقات الهاتف الذكي باختلاف للطلبة باختلاف حاجياتهم واشباعاتهم،
- يستخدم الطلبة الجامعيين تطبيقات الهاتف الذكي نظرا للامتيازات التي تقدمها، خاصة كونها تمس جميع المجالات.

1.الإطار المنهجي والتقني للدراسة

1.1. تحديد المفاهيم

يعتبر تحديد المفاهيم إحدى الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في دراسته وبحوثه بهدف الاتفاق على المحددات الخاصة لكل مفهوم، وتأكيد الاتفاق على هذه التعليمات والتفسيرات العلمية التي تقوم على بناء المفاهيم، وتكونت مفاهيم دراستنا فيما يلي :

- مفهوم الاستخدام: لغة الاستخدام من استخدم بمعنى اتخذه خادما، أما في اللغة الفرنسية فنجد كلمة Utilisation أي استخدام بمعنى استعمال وتوظيف. (العايب خ. بولقرون ك. 2018/2017 :08) اصطلاحا «هو استعمال شيء ما، أداة، أو وسيلة أو عدة أشياء واستغلالها لتلبية حاجات معينة لدى الأفراد في حياتهم، غير أن محاولة تستهدف ضبط المعاني والدلالات النظرية والتطبيقية له تصطدم بمفهوم غامض ومتنوع يحمل مرادفات مختلفة باختلاف ماهو اجتماعي وماهو تقني

داخل تركيبة هذا الهجين الاتصالي في حد ذاته ».(زهاق م 2021 :159)
« كما يمكن أن يعالج المفهوم كنشاط ذات طابع اجتماعي وتقني داخل المنظومة السلوكية السابقة الوجود، حيث لا يصبح الاستخدام مجرد فعل عابر منفصل عن التكوين النفسي والمادي لشخصية الفرد المستخدم». (بن راشد ر. بلحاج ج. 2022 :119)
أما إجرائيا فيقصد به تلك الإشارات والممارسات التي تطغى على سلوك الإنسان في تعامله مع التكنولوجيا الجديدة للاتصال كالهاتف الذكي وتطبيقاته المختلفة.

- تطبيقات الهاتف الذكي: «هي برامج تعمل على أحد الهواتف الذكية بالاعتماد على إحدى المزايا التي تقدمها هذه الهواتف، بحيث تقدم خدمة معينة لمستخدميها، وتعتمد بالعالم على الاتصال بالانترنت الذي توفره هذه الهواتف». (بلباي أ. أعراج ف. 2020/2019 : 06)
وفي المفهوم الإجرائي نقصد بها مجموع منصات والوسائط التي تقدم خدمات للمستخدمين بمجالات معينة ويتم تحميلها عبر الهواتف المحمولة باختلاف أنواعها بشرط أن تكون من الهواتف الذكية.

- الهاتف الذكي :لغة هو «مصطلح مركب من كلمتين هاتف وذكي. من الهتاف أي الصوت الجافي العالي، وخيل الصوت الشديد، وقد هتف به أي صاح به» .(ابن منظور. 1989)
أما إصطلاحا «هو أحد وسائل الإعلام الجديد، يعتمد على الاتصال اللاسلكي عن طريق شبكة أبراج موزعة في منطقة معينة ويستخدم كجهاز حاسوب محمول باليد، يستطيع حامله معرفة آخر الأخبار السياسية والاقتصادية عن طريق الاشتراك في خدمة الانترنت». (حنوي م. 2017 : 07).
إجرائيا : هو عبارة عن جهاز الكتروني لاسلكي ذو حجم صغير قابل للحمل والتنقل، يستخدم شاشة للمس : يحوي خدمات تقنية بنظام تشغيل متعدد المهام. يحتوي على عدة تطبيقات من بينها التصوير أو المشاركة، كما يشتغل أيضا حاسوبا تلفزيونيا وجريدة ومفكرة شخصية، وبطاقة ائتمان في نفس الوقت ومحل للفيديو والموسيقى وذلك من خلال الاشتراك في الانترنت.

- نظام IOS : «تابع لشركة آبل الأمريكية Apple ومن الأمثلة على هواتفها الذكية أيفون Iphone» . (عقوني ل. بلخيري ف. 2021 :155)

- نظام اندرويد : Android »هو نظام تشغيل يدعم العديد من الهواتف الذكية والتي تنتجها شركات مختلفة، وقد أنتجته جوجل عام 2008 وتعني كلمة اندرو يد الروبورت على هيئة إنسان« .(بلي ز. طه ح. 2021 : 41).

2.1. أهمية الموضوع

يحظى موضوع تطبيقات الهاتف الذكي واستخداماتها الاجتماعية على قدر كبير من الأهمية نذكرها في النقاط التالية :

- درجة إنتشاره بين أفراد المجتمع التي تكون بصفة مطلقة،
- دور تطبيقات الهاتف الذكي واندماجه في شتى المجالات منها بالنظر للخدمات التي يوفرها،
- تأثير تطبيقات الهاتف الذكي على المنظومة القيمية للطلبة الجامعيين.

3.1. المقاربة النظرية : نظرية الإستخدامات والإشباعات uses and gratification

لقد جاءت نظرية الاستخدامات ووالإشباعات مخالفة لما توصلت إليه نظريات التأثير المباشر، وحاولت تجاوز نظريات التأثيرات الغير المباشرة أو المحدودة، ذلك أن تأثير وسائل الإعلام لا يمكن أن يكون قوي ومباشر لوجود عقبات ولوجود تداخل، ولأن عملية التأثير تستغرق وقت حسب ما أكده (إليهو كاتز Elihou Katz عالم إجتماع أمريكي)، الذي يعود إليه الفضل في إعطاء تسمية الاستخدامات والإشباعات سنة 1959 م.

ترى هذه النظرية أن الجمهور ليس مجرد عنصر سلبي في العملية الاتصالية بل أن الأفراد هم الذين يحددون المضامين الإعلامية التي يتلقونها والتي تلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية، وعليه فإن أفراد الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري وهم يستخدمون وسائل الاتصال الجماهيري وفتا لتنوع التفاعل الاجتماعي والحاجات النفسية والاجتماعية للأفراد والفروق الفردية بينهم، والناس يقومون باستعمالات واعية وإرادية لوسائل الإعلام بغية الحصول على أشياء خاصة نصيحة مثلا، معلومة، مساعدة، الترفيه، للتسلية.. . الخ (بن سولة نورالدين، 2020 : 40)

ويرى بعض الباحثين أن نظرية الاستخدامات والإشباعات جاءت كرد فعل لمفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية، وتهدف لدراسة الاتصال دراسة وظيفية منظمة فبدلا من النظر للجمهور كأفراد سلبيين، يتم النظر إلى الأفراد بوصفهم مشاركين إيجابيين في عملية الاتصال فهم يشعرون بحاجات معينة. وبالتالي يختارون عن وعي الوسائل والمضامين التي تشبع احتياجاتهم النفسية والاجتماعية. (الحاج ك. 2020 :93)

من رواد نظرية الاستخدامات والإشباعات روز نجرين، كاتز، جاي بلومر، فولكس، كورفيتش، دينيس، كارل إريك، ويلبر شرام. (بن سولة ن. 2020 : 42)

ومن أهم دوافع النظرية الدوافع النفعية وتتحقق من خلال التعرف على الذات واكتساب المعارف والمعلومات والخبرات، وجميع أشكال التعلم، والدوافع الطقوسية تتحقق من خلال تمضية الوقت، والألفة، والهروب من المشكلات، ويتوقع الجمهور من

وسائل الإعلام إشباع احتياجاته من خلال الرسالة الإعلامية التوجيهية والاجتماعية وشبه التوجيهية وشبه الاجتماعية التي تساعد على تحقيق الإحساس بالتوتر والتخلص من الملل والعزلة والتوحد مع شخصيات الإعلام. (أبو جبرع. 2019 : 427) ومن خلال هذه النظرية نجد أن الشباب الجامعي يمثل أحد أهم الأعضاء الفاعلين في عملية الاتصال الجماهيري إذ يقومون باستخدام التطبيقات الالكترونية على هواتفهم الذكي والتي تعد من أهم وسائل الاتصال الذي يساهم محتواها في تحقيق أهدافهم المقصودة وتلبية حاجاتهم لهذه التقنية وفق مجموعة من الفروق الفردية.

فالطلبة الجامعيين لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تحقيقها من خلال هذه التطبيقات التي تتنافس مع بعضها لإشباع هذه الرغبات، لذا فهم يختارون التطبيق الالكتروني المناسب لذلك.

4.1. مجتمع البحث والعينة

تمثل مجتمع بحثنا في طلبة كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية الذين بلغ عددهم : 2951 (لخضر فاضل، 2022)، ووجدنا أنسب عينة لبحثنا هي العارضة وهي من العينات الغير الاحتمالية، ورغم أن هناك من يذهب إلى أن نتائج المعاينات الغير احتمالية تكون أقل دقة وتمثيلية مقارنة مع البحوث الاحتمالية، يتجه الباحث في العينة العارضة إلى اختيار الحالات التي تصادفه، ومن الأمثلة عن ذلك أن يسأل الباحث المائة شخص الذين يقابلهم قبل غيرهم في الطريق (عاطف زكي. 1993 :142)، ويكون اللجوء إلى هذا النوع من المعاينات عندما لا يكون أمام الباحث أي اختيار، حيث لا يستطيع تحديد بداية مجتمع البحث ولا اختيار عناصره بطريقة عشوائية، أي أن المعاينة العرضية هي سحب عينة من مجتمع البحث حسبما يليق بالباحث (بن سولة نورالدين، 2019 :31)

وباستخدام معادلة ستيفن ثامبسون) إيمان حسين الطائي، 2012 : 06) توصلنا إلى تحديد حجم العينة بـ 340 مفردة.

$$n = \frac{N \times p(1-p)}{\left[\left[N-1 \times \left(d^2 \div z^2\right)\right] + p(1-p)\right]}$$

1-معادلة ستيفن ثامبسون.

حيث إن:

- Nحجم المجتمع، والذي تمثل في عدد طلبة كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية لجامعة معسكر الذين بلغ عددهم : 2951 طالب،
- Zالدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة (0.95) وتساوي (1.96)

- Qنسبة الخطأ وتساوي (0.05)
- P نسبة توفر الخاصية والمحايدة وتساوي (0.50)

وهو الحجم الذي يتفق مع جدول كريس ومورغن (Krejcie & Morgan,1970 : 607)

5.1. منهج الدراسة وأدواتها

المنهج المناسب لدراستنا هو المنهج الوصفي لأنه يقوم على جمع الحقائق والمعلومات ومقارنتها وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى تعليمات مقبولة. أو دراسة أو تحليل أو تفسير الظاهرة من خلال تحديد خصائصها وأبعادها وتوصيف العلاقة بينهما بهدف الوصول إلى وصف علمي متكامل لها.

إذا فالمنهج الوصفي وهو يرتبط المنهج الوصفي بدراسة المشكلات المتعلقة بالمجالات الإنسانية والاجتماعية أي من الظواهر الطبيعية المختلفة مثل وصف الظواهر الفلكية والفيزيائية والكيميائية والبيولوجية. (وائل.ع. قحل.م 2007. ص48)

وقع الاختيار على أداة الاستبيان لكونها تتلاءم مع نوع الدراسة والمنهج المتبع والأهداف التي تصب في بلورة وجمع معلومات حول الموضوع.

> « فللإستبيان مسميات عديدة على غرار الاستقصاء، الإستبار، الاستفتاء وهي كلمات عديدة لكنها تقابل كلمة questionnaire وsondage في اللغة الفرنسية، وهي من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية (بن سولة نورالدين، 2019 : 26)، حيث يمكن الاستبيان الباحث من الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع ملاحظتها في المجال المبحوث، والاستبيان هو عبارة عن سلسلة أسئلة تقدم إلى المبحوث وفق تصميم معين ومحدد قصد الحصول على معلومات خاصة بالبحث، في شكل بيانات كمية تفيد الباحث في إجراء مقارنات رقمية، في شكل معلومات كيفية تعبرعن مواقف وآراء المبحوثين من قضية معينة » (أحمد بن مرسلي، 2005 :220).

تم جمع المعلومات بواسطة الاستبيان بصورة مباشرة عن طريق اللقاء وجها لوجه مع المبحوثين وتوزيعه بطريقة الكترونية بإعداد نموذج إلكتروني، والذي شمل 14 سؤال بين أسئلة مغلقة وأخرى مفتوحة موزعة على أربعة محاور :

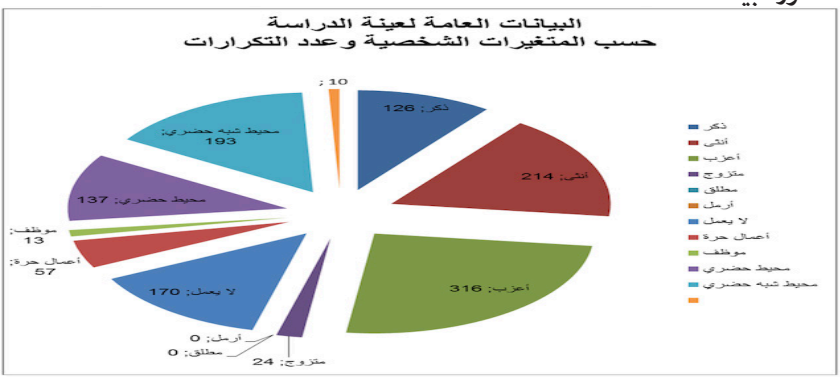
- محور البيانات الشخصية للمبحوث،
- محور إستخدامات تطبيقات الهاتف الذكي،
- حاجات ودوافع استخدام تطبيقات الهاتف الذكي،
- التأثيرات الإجتماعية لتطبيقات الهاتف الذكي.

2. الإطار الميداني للدراسة

لقد قسمت الدراسة إلى مرحلتين أولها كان مع تحديد عنوان الدراسة والبحث البيبليوغرافي من استطلاع للأدبيات والعناوين ذات صلة بالموضوع، والتي انطلقت من شهر نوفمبر 2021 إلى غاية شهر جانفي 2022. أما المرحلة الثانية خصصت للدراسة الميدانية بعدما ضبطنا شكل الاستمارة وتجربتها من خلال الدراسة الاستطلاعية وامتدت من شهر فيفري 2022 إلى غاية مارس.

وقد تم الدراسة ضمن الحدود الجغرافية لطلبة جامعة معسكر بكلية العلوم الإنسانية والإجتماعية حيث تم توزيع إستمارة على عينة مكونة من عدد 340 مفردة بشكل مباشر مع الطلبة وبشكل إلكتروني من خلال تصميم نموذج إلكتروني تم توزيعه عبر الإيميلات لبلوغ العدد المطلوب وتم استخدام برنامج الإكسل للحزم الإحصائية في تفريغ وتحليل البيانات والمعطيات وبالإعتماد على عدد التكرارات والنسب المئوية في التحليل.

1.2. محور البيانات العامة



تمت معالجة المحور الأول للدراسة الميدانية المتعلق بالبيانات العامة لمفردات الدراسة من خلال الجداول 01، 02، 03، 04 التي بينتما يلي:

- طغيان العنصر الأنثوي بنسبة 62 % بما يقارب الضعف لعنصر الذكور الذين بلغوا 38 % وهي أرقام تتطابق مع الإحصائيات المقدمة من طرف وزارة التعليم العالي(إلهام بوثلجة، 2019)، وهوما يؤكد تمثيلية العينة المختارة،
- التركيبة الإجتماعية للعينة سجلت حضور طفيف لفئة المتزوجين بنسة 07 % بمقابل 24 مفردة، في حين إنعدمت فئة المطلقين والأرامل، مقابل 93 % من فئة العزاب،
- كشف الجدول الأول على أن نسبة 79 % من مفردات العينة لا تزاول أي عمل، في حين 17 % تزاول أعمال حرة، و04 % لها صفة الموظف،

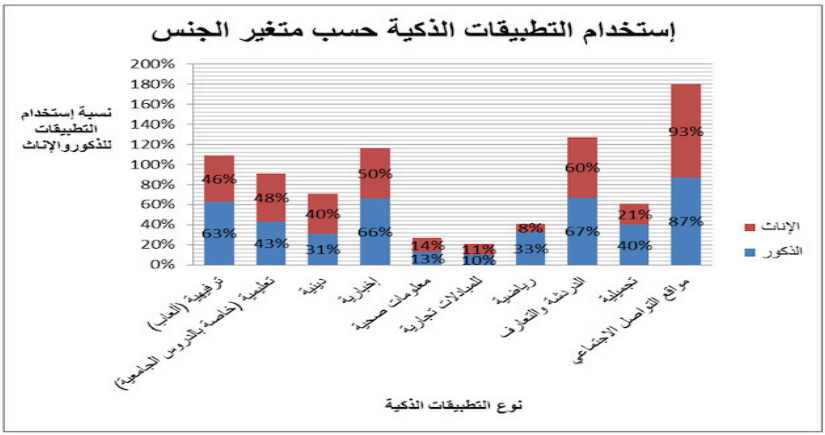
- بالنسبة لمتغير الإقامة كشفت الأرقام على أن أغلب مفردات العينة تقيم بالمحيط الحضري والشبه حضري بنسبة تتراوح من 40 % إلى 56 % بالترتيب، في حين أن نسبة المقيمين بالمحيط الريفي لا تتجاوز 04 % وهو ما يمكن إرجاعه للظروف المعيشية للطلبة التي تمثل عائق في إلتحاق سكان القرى والأرياف بالجامعات.

2.2. المحور الثاني: إستخدامات التطبيقات الذكية

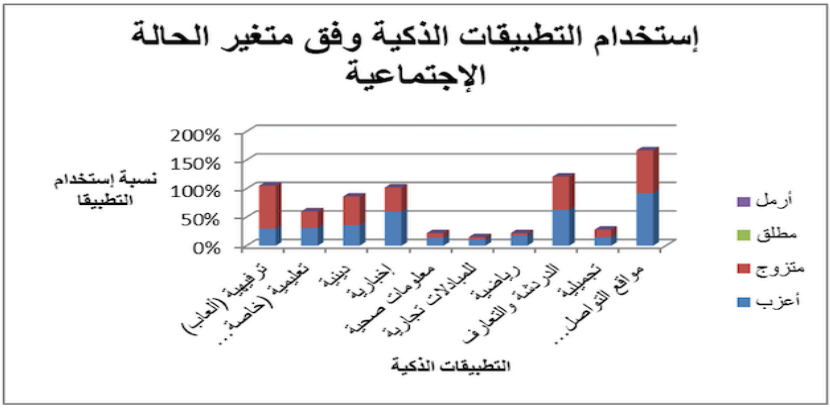
من خلال المعطيات المسجلة الجدول رقم 02 المتعلق باستخدام تطبيقات الهاتف الذكي وفق متغير الجنس تبين أن أن تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي تتصدر التطبيقات الأخرى في الاستخدامات والتصفح عند الطلاب، بنسبة 87 % للذكور، و93 % لدى الإناث، نتيجة لما يتمتعوا بها من مميزات وقدرات وأدوات اتصالية وشعبية واسعة لتوفيرهم مجموعة كبيرة من المميزات، فيما جاءت تطبيقات الدردشة والتعارف بنسبة 67 % عند الذكور و60 % عند الإناث لتوفيرها لمجموعات الصداقة وبناء علاقات اجتماعية وغيرها. وتعد أكثر سهولة ومرونة من حيث التواصل مع الأصدقاء، أما التطبيقات الإخبارية في ترتيب ما فوق المتوسط بنسبة 66 % للذكور و50 % للإناث، إذ توفر هذه التطبيقات كم هائل من المجموعات الإخبارية وغيرها من الاستخدامات.

ثم تليها التطبيقات التعليمية الخاصة بالدروس الجامعية في الترتيب المتوسط بنسبة 54 %بالنسبة للذكور و48 % للإناث لتوفرها للدروس الجامعية والبحوث العلمية المقدمة من طرف الأساتذة.

جاءت باقي التطبيقات في الترتيبات الأخيرة الاستخدام من قبل العينة مقارنة مع التطبيقات السابقة، من بينها تطبيقات دينية، رياضية، معلومات صحية، مبادلات تجارية... إلخ.

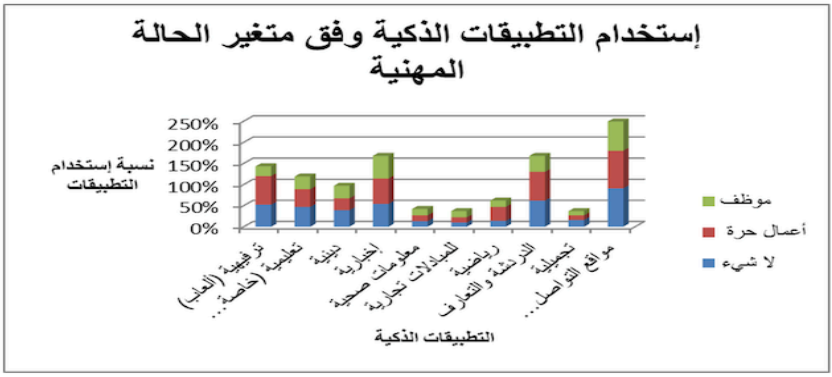


بالنسبة لإستخدام التطبيقات الذكية حسب الحالة الإجتماعية بينت معطيات الجدول رقم 03 التطبيقات الأكثر استخداما من طرف العزاب والمتزوجين هي تطبيقات التواصل الاجتماعي كالفايسبوك الذي على حصل أكبر نسبة من خلال سؤال المحور الثاني الذي يعتمد على ذكر نماذج عن التطبيقات ذلك بنسبة 92 % أعزب و75 % متزوج هم دائما متقاربين في استخدام تطبيقات التواصل والدردشة والتعارف لسهولة التواصل بنسبة 63 % أعزب و58 % متزوج وبعدها تأتي التطبيقات اخبارية بنسبة 60 % أعزب و42 % متزوج وتطبيقات الدينية تتصدر المرتبة الرابعة 36%عند العزاب و12 % فقط عند المتزوجين والمرتبة الخامسة تأتي التطبيقات تعليمية الخاصة بالدروس الجامعية بنسبة 31 %عند العزاب و7 % المتزوجين ثم الترفيهية في المرحلة السادسة بنسبة 30 % عزاب و18%متزوجين وتطبيقات الرياضية في المرحلة السابعة بنسبة عند 18 % أعزب و4 %فقط عند المتزجين في المراحل الأخيرة التطبيقات للمبادلات التجارية والتجميلية بنسبة أقل من20 %و هنا نرى أن فئة العزاب لها رغبة في استخدام التطبيقات الأكثر من فئة المتزوجين باعتبار حجم المسؤوليات والانشغالات مقارنة مع فئة العزاب.

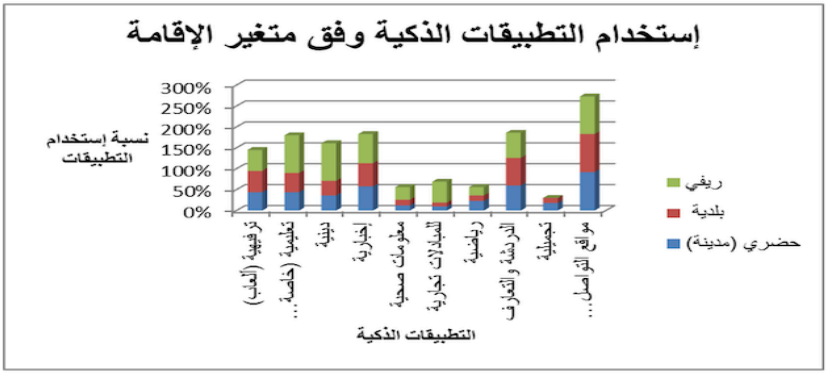


أما الجدول رقم 04 المتعلق باستخدام التطبيقات الذكية وفق متغير الحالة المهنية تصدرت مجددا تطبيقات التواصل الاجتماعي والدردشة والتعارف المرتبة الأولى في استخدام جميع الحالات المهنية سواءا «لا يعمل» أو «لديه عمل حر» أو «موظف» وكانت تتصدر بنسبة 91 % لا تنزل تحت المتوسط وتليها تطبيقات إخبارية تتفوق المهنة الحرة بنسبة 60 %، وهنا نرى هناك مقارنة بين أعمال حرة وعدم العمل وموظف من حيث استخدام تطبيقات الإخبارية، لمعرفة أخبار ومستجدات ممكن أن تساعده في العمل الخاص به، مثلا: نشر أعماله في هذه التطبيقات ومساعدته في مستجدات الخاصة بالجامعة والدروس إلى غير ذلك.

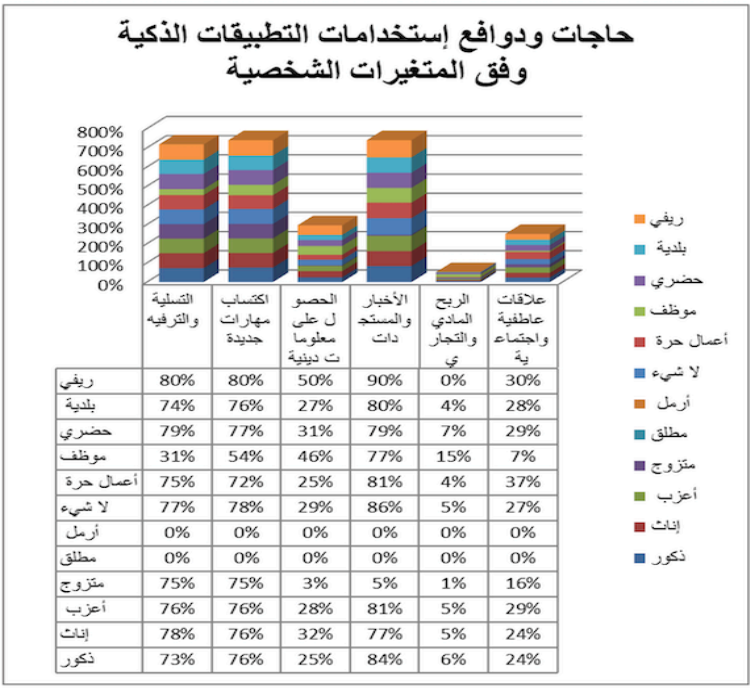
بينما جاءت تطبيقات ترفيهية بنسبة 68 % للأعمال الحرة أما عدم العمل وموظفين تقريبا يتساويان في جميع تطبيقات الهاتف الذكي وهنا توصلنا إلى أن أعمال حرة هم أكثر استخداما وتصفحا لتطبيقات الهاتف الذكي.



والجدول رقم 05 المتعلق بمتغير الإقامة وإستخدام التطبيقات الذكية، وبحكم أن العينة تتكون من 340 طالب 193 مقيم ببلدية و137 مقيم في المدينة و10 في منطقة ريفية، نرى أن البلدية هي أكثر استخداما للتطبيقات الهاتف الذكي فالإقامة تلعب دور كبير في استخدام التطبيقات حيث أن البلدية تتصدر المرتبة الأولى في استخدام تطبيقات ترفيهية وتعليمية، معلومات صحية، وتعكسها مدينة في تطبيقات إخبارية، مبادلات تجارية أيضا رياضية، دردشة وتعارف، تجميلية، وهنا ترى أن المدينة أكثر استخداما للتطبيقات التي تهتم بالأخبار والاتصال بين الأصدقاء لتحقيق الإشباعات. فيما يخص منطقة ريفية تحتوي على نسبة قليلة من عينة فهي تستخدم جميع تطبيقات الأكثر نسبة 90 % مواقع التواصل الاجتماعي وأقل نسبة تطبيقات رياضية 20 % واستخدام تطبيقات تجميلية بـ 00 %.



3.2. المحور الثالث: حاجات ودوافع إستخدامات التطبيقات الذكية



	التسلية والترفيه	اكتساب مهارات جديدة	الحصول على معلومات دينية	الأخبار والمستجدات	الربح المادي والتجاري	علاقات عاطفية واجتماعية
ريفي	80%	80%	50%	90%	0%	30%
بلدية	74%	76%	27%	80%	4%	28%
حضري	79%	77%	31%	79%	7%	29%
موظف	31%	54%	46%	77%	15%	7%
أعمال حرة	75%	72%	25%	81%	4%	37%
لا شيء	77%	78%	29%	86%	5%	27%
أرمل	0%	0%	0%	0%	0%	0%
مطلق	0%	0%	0%	0%	0%	0%
متزوج	75%	75%	3%	5%	1%	16%
أعزب	76%	76%	28%	81%	5%	29%
إناث	78%	76%	32%	77%	5%	24%
ذكور	73%	76%	25%	84%	6%	24%

عالج هذا المحور الجداول 06، 07، 08، 09 :

1. الجدول 6 : حاجات ودوافع إستخدامات التطبيقات الذكية وفق متغير الجنس :تشير بيانات الجدول (06) حاجات ودوافع استخدام تطبيقات الهاتف الذكي حسب الجنس، حيث تبين أن الذكور يستخدمون تطبيقات التسلية والترفيه بنسبة 73 % ذكور و78 % إناث من أولويات الطلبة، ثم الحاجة للأخبار والمستجدات بنسبة 84 % ذكور و77 % إناث، ترى هنا الشباب أكثر استخداما لتطبيقات الأخبار، وهي نفس النسب مع الحاجة لاكتساب مهارات جديدة، في حين جاءت الحصول على معلومات دينية والعلاقات العاطفية بنسب معتبرة تراوحت من 24 % إلى 32 % لكلا الجنسين، أما الرح المادي فجاء في مؤخرة الترتيب بنسبة لم تتجاوز 06 % لكلا الجنسين.
2. الجدول 7 : حاجات ودوافع إستخدامات التطبيقات الذكية وفق متغير الحالة الإجتماعية : أشارت بيانات الجدول 07 حاجات ودوافع استخدام تطبيقات

الهاتف الذكي حسب الحالة الاجتماعية حسب عينتنا هناك 316 أعزب و24 متزوج حصلت تطبيقات التسلية والترفيه على الترتيب الأول بنسبة 75% كل من أعزب ومتزوج لهم نفس الحاجات ورغبة في إشباعها وتليها تطبيقات اكتساب مهارات جديدة ما يقارب 75% كل من أعزب ومتزوج ويفوق الحالة الاجتماعية أخرى أي الشباب في تطبيقات الأخبار والمستجدات بنسبة 81% على المجتمع بشكل أوسع ومتابعة الأخبار ومستجدات كل ما يجري من حوله ومراقبة البيئة تختلف مع متزوجين في عدم معرفة كل ما هو جديد بنسبة 5% فقط المتزوج لا يهتم بالأخبار ومستجدات وهذا ما يعكس حاجة كل منهم وفي الترتيب الأخير تأتي التطبيقات لما أخرى دائما يفوق أعزب على المتزوج في استخدام تطبيقات والحاجة منها ’فيم يخص الحالتين الأرمل والمتزوج كما سبق وذكرنا أنهم غير موجودين في عينتنا وتصل النسبة الى 00 %.

3. الجدول 8 : حاجات ودوافع إستخدامات التطبيقات الذكية وفق متغير الوضعية المهنية وضح الجدول(08) حاجات ودوافع استخدام تطبيقات الهاتف الذكي حسب الحالة المهنيةحيث جاء على رأس الترتيب، الطلبة الذين لا يمارسون أي نشاط في الحاجة لاستخدام تطبيقات الهاتف واكبر نسبة لتطبيقات الأولى تطبيقات الأخبار والمستجدات بنسبة 86 % حتى عند الحالات الأخرى الأعمال الحرة بنسبة 81 %و المنطقة الريفية تصل النسبة الى 77 %يأتي في الترتيب تطبيقات اكتساب مهارات جديدة بنسبة عند الطلبة 78 % الذين لا يمارسون أي نشاط وعند الأعمال الحرة تصل نسبة الى 72 %و الموظف تصل الى 54 %و في الترتيب الثالث تطبيقات التسلية والترفيه الذين لا يمارسون أي نشاط تصل النسبة الى 77 %في حين أعمال الحرة تحصلنا على نسبة 75 % والموظف تحصلنا على نسبة 31 % تتفوق عليها التطبيقات الدينية بنسبة 46 %عكس الأعمال الحرة ب25 % وغير العاملين 29 % ’تأتي تطبيقات العلاقات العاطفية في المرحلة ما قبل الأخيرة عند الأعمال الحرة بنسبة 37 %وتليهاالطلبة غير العاملين بنسبة 27 %ثم الموظفين الذين تحصلنا على أقل نسبة ب 7 %باعتبارهم موظفين وفي نفس الوقت طلبة ليس لديهم وقت للعلاقات الاجتماعية وفي الأخير تطبيقات الحاجة الربح المادي والتجاري تحصلنا على نسبة 37 %باالنسبة للأعمال الحرة والموظف هذا الأخير تحصلنا على نسبة 01 % فقط.

4. الجدول 9 : حاجات ودوافع إستخدامات التطبيقات الذكية وفق متغير الإقامة : أكدت بيانات الجدول 20 المتعلق بحاجات ودوافع استخدام تطبيقات الهاتف

الذكي حسب مكان الإقامة لا يوجد اختلاف كبير في النسب المتعلقة بحاجة ودافع استخدام التطبيقات من حيث الإقامة حيث تبين أن لهم نفس الدوافع تقريبا.و جاءت تطبيقات التسلية والترفيه والأخبار والمستجدات في ترتيب الأول بنسبة 80% و90% سواء مقيمين في المدينة أو البلدية أو منطقة ريفية وفي الترتيب الأخير الربح المادي والتجاري في المدينة تحصلنا على 07 % وبلدية 04 % ومنطقة ريفية 00 % هنا كان اختلاف ويمكن ارجاع ذلك لخصوصية المناطق الريفية وعدم اهتماماها بالانشطة الاقتصادية والربحية الرقمية.

4.2.المحور الرابع : التأثيرات الإجتماعية للتطبيقات الذكية

تضمن هذا المحور أربع جداول وهي 10، 11، 12، 13 والتي تناولت التأثيرات الإجتماعية للتطبيقات الذكية وفق المتغيرات الشخصية السالفة الذكر: الجنس، الوضعية الإجتماعية، الوضعية المهنية، متغير الإقامة.

1. الجدول 10 حول التأثيرات الإجتماعية للتطبيقات الذكية وفق متغير الجنس : أشارت بيانات الجدول (10) التأثيرات الاجتماعية لتطبيقات الهاتف الذكي بشكل ايجابي من استخدامه لتطبيقات الهاتف الذكي بنسبة تصل إلى 96 % للحصول على المعلومات خاصة عند الشباب «الذكور» وهي نسبة تعكس أن الشباب يحقق مجموعة من الفوائد وعند الإناث تصل نسبة 94 % لمعرفة كل ماهو جديد، والاطلاع على كافة الأخبار ثم تليها في الترتيب تصحيح موافق سابقة عند الذكور بنسبة 74 % والإناث 66 % وذلك لتنمية القدرات الثقافية والعملية وتوجيهها بشكل صحيح وفي الترتيب الثالث تبني مواقف اتجاه قضايا سياسية، اجتماعية. دينية عند الذكور والإناث لا تقل عن 40 %متابعة مواضيع التعليمية والسياسية، والاتصال والتواصل مع الآخرين وربط علاقات اجتماعية جاءت في الترتيب الرابع لا تقل عن 25% في التواصل والاتصال والقدرة على الأصدقاء وبناية علاقات جديدة بينما جاء توفير مداخيل المادية والتجارية في الترتيب الأخير بنسبة 06 %و 05 % لكل منهما لتسويق مشاريع، وانجاز أعمال أخرى لكن هناك نسبة قليلة ونادرة في جامعتنا. وهنا نرى أن الذكور والإناث لديهم نفس التسلسل في التأثيرات.
2. الجدول 11 حول التأثيرات الإجتماعية للتطبيقات الذكية وفق متغير الحالة الإجتماعية :وضح الجدول التأثيرات الاجتماعية لتطبيقات حسب الحالة الاجتماعية ونرى أن هناك فروقات بين الأعزب والمتزوج ذات دلالة إحصائية بين درجة التأثير في الحصول على المعلومات بنسبة 95 %للعزاب و92 %للمتزوجين

أي أن النسبة بينهم متساوية تقريبا في درجة التأثير والتأثيرات مواقف ومتابعة القضايا السياسية والعلمية يفوق أعزب بنسبة 45 عن المتزوج الذي يصل الى 38 %بالنسبة للتأثيرات اتجاه تصحيح المواقف السابقة دائما الأعزب يفوق المتزوجين 1%فقط المتزوج 67 %و الأعزب 68 % والمتزوج يقل عن الأعزب في الربط علاقات العاطفية المتزوج17 %بينما الأعزب26 %باعتبار أن متزوج مرتبط ولا يؤثر عليه هذه العلاقات أي ما يخص التأثيرات حول توفير المداخيل التجارية لا يوجد فروقات بينهم نسبة قليلة وهي02 % فقط ,فيما يخص الحالات الأحرى المطلق والأرمل كما سبق وذكرنا معدومة قي عينتنا.

3. الجدول 12 حول التأثيرات الإجتماعية للتطبيقات الذكية وفق متغيرالوضعية المهنية :تشيرالبيانات الجدول السابق تأثيرات الاجتماعية لتطبيقات الهاتف الذكي حسب المهنة ان هناك فروقات ذات دلالات إحصائية بين درجة استخدام الطلبة لتطبيقات الهاتف الذكي وتأثيراتها عليهم وكانت لا تقل نسبة 95 % عند الطلبة غير العاملين في الحصول على المعلومات حيث نرى تفسير تأثيرات الاجتماعية لتطبيقات لا تعكس طبيعة عملهم. لسهولة تطبيقاته وكذلك التقارب الفكري بينهم باعتبارهم طلبة يدرسون في جامعة واحدة على اختلاف طبيعة عملهم ونرى أن الأ'عمال الحرة تتصدر المرتبة الثانية في الحصول على المعلومات بنسبة 86% ثم يليها الموظف ب85 % وتحتل المرتبة الثانية تصحيح مواقف سابقة للطلبة الذين يمارسون أعمال الحرة بنسة68 %تليها الطلبة الذين لا يمارسون أي نشاط بنسبة 67 %ثم يأتي الموظف في المرتبة الثالثة بنسبة 62 % تعتبر هذه التأثيرات تتصدر الماتب الأولى ونسب عالية لطلبة نتيجة لاشباعات حاجاتهم وو توفيرها ثم تأتي التأثيرات الثانوية أو فوق المتوسط ألأ وهي بناء مواقف اتجاه قضايا سياسية، اجتماعية ,دينية وأعمال الحرة تتصدر المرتبة الأولى بنسبة 58 %و تليها الطلبة الموظفين ب 46 %و الطلبة فقط تحصلنا على 41 % وهنا نرى أن الطلبة الذين يمارسون أعمال لديهم أهمية للمواقف الثقافية بينما الطلبة فقط غير مهتمين وتأتي التأثيرات تحت المتوسط ربط علاقات عاطفية أعمال الحرة تتصدر المرتبة الأولى ب 28 %تليها الطلبة غير العاملين بنسبة 25 %و الأخيرة الموظف بنسبة 8 %فقط وهذه الأخيرة التأثيرات المداخيل المادية والتجارية نرى أن فئة الموظفين تتفوق عن البقية بنسبة % 15 وأعمال الحة في المرتبة الثانية ب 12 %و في الأخير الطلبة الذين لايمارسون أي نشاط نسبة قليلة شبه نادرة لهذه التأثيرا

بنسبة 4 %فقط. الجدول 13 حول التأثيرات الإجتماعية للتطبيقات الذكية وفق متغير مكان الإقامة :

4. يوضح الجدول (24) التأثيرات الاجتماعية حسب مكان الإقامة لا توجد فروقات كبيرة بسبب إقامتهم كما سبق وذكرنا أن تأثيرات متساوية بين مدينة أو بلدية أو منطقة ريفية. خاصة في المستوى التعليمي والفكري لديهم نفس المستويات ورأينا ذلك في الحصول على معلومات التي تعد أكبر تأثير يصل بنسبة 100ل %لمنطقة الريفية و93%للبلدية بينما المدينة 96 %,فيما يخص المرتبة الثانية تصحيح مواقف سابقة تحتل المرتبة الأولى المدينة % 72و منطقة الريفية في المرتبة الثانية ثم تليها البلدية بنسبة 67 %,بعدها تأتي بناء المواقف في المرتبة الثالثة هنا المدينة تحتل المرتبة الأولى بنسبة 47 %ثم البلدية بنسبة 44 %و تليها المنطقة الريفيةب40 %و تتصدر المرتبة الرابعة وما قبل الأخيرة ربط العلاقات العاطفية حيث تحتل المدينة المرتبة الأولى بنسبة 31 % وتليها البلدية بنسبة 23 % وهذه الأخيرة المنطقة الريفية 10 %فيما يخص المداخيل المادي والتجارية تحتل المدينة المرتبة الأولى بنسبة 9 %و تليها البلدية ب 3 %و فس الأخير تعتبر المناطق الريفية مناطق نائية ندرة المداخيل فيها تحصلنا على 00 %اذا نرى أن جميع تأثيرات متسلسلة ومكان الإقامة لا يؤثر في استخدام تطبيقات وتأثيرات عليهم باستثناء المداخيل المادية والتجارية غير موجودة ضمن إهتمامات المناطق الريفية.

3تحليل النتائج

من خلال الدراسة التي قمنا بها توصلنا لمجموعة النتائج نذكرها في النقاط التالية :

- الحالة الاجتماعية للطلبة لها دور كبير في استخدام التطبيقات والعزاب لهم رغبة كبيرة بنسبة 93 %بينما المتزوجون 07 %،
- الحالة المهنية تتدخل في إحداث فوارق في استخدام الهاتف الذكي وهذا ما تحصلنا عليه من حيث إحصائياتنا، غير العاملين تصل الى 83 % عكس أعمال الحرة ب % 16 وموظف ب04 %،
- عدد الذكور الذين يستخدمون الهاتف الذكي يصل إلى % 35، فيما يخص الإناث مصرحون باستخدامهم للهاتف الذكي بنسبة64 %،
- تعتبر تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعية أكثر التطبيقات استخداما الذكور 87 % والإناث 93 %،
- تأتي تطبيقات الدردشة والتعارف في المرتبة الثانية من حيث الاستخدام 67 % ذكور و60 % إناث،

- تستخدم التطبيقات الإخبارية في المرتبة الثالثة للطلبة ذكور ب 66 % أكثر من الإناث ب50 %،
- تستخدم التطبيقات التعليمية بنسبة كبيرة من طرف الذكور بنسبة 54 % أكثر من الإناث بنسبة 48 %،
- تعتبر البحث عن الأخبار أكثر الدوافع والحاجات لاستخدام تطبيقات الهاتف الذكي بنسبة 84 % ذكور والإناث 77 %، ثم الدافع الثاني في استخدام تطبيقات الهاتف الذكي التسلية والترفيه الذكور 73 % و78 %بالنسبة الاناث، كذلك اكتساب مهارات جديدة من أهم الدوافع لاستخدام التطبيقات الذكية بنسبة شبه متساوية بين الاناث والذكور 76 %.
- التطبيقات الدينية والرياضية والمبادلات التجارية تعتبر من التطبيقات الثانوية تحصلنا على نسب تحت المتوسط بالنسبة لطلبة كليتنا, الدينية 23 % الرياضية 18 % تجميلية 10 % فقط.

على ضوء نتائج الدراسة تبين لنا أن:

- الفرضية الأولى: لقد كشفت هذه الدراسة عن صحة الفرضية الأولى عن اختلاف استخدام تطبيقات الهاتف الذكي باختلاف السمات الشخصية والمتغيرات وذلك نتيجة تعدد التطبيقات الاتصالية وغيرها من التطبيقات.
- الفرضية الثانية: لقد كشفت الدراسة أن الفرضية الثانية صحيحة: يختلف استخدام تطبيقات الهاتف الذكي باختلاف حاجاتهم واشباعاتهم بالاختلاف في الحالة الاجتماعية الأعزب لديه رغبة كبيرة أكثر من المتزوجين خاصة تطبيقات المواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الإخبارية لمعرفة كل ما هو جديد وتطبيقات التسلية والترفيه حتى الحالة المهنية لعبت دور في الاختلاف الموظف يستخدم التطبيقات التواصل والتعليمية في حين الذين لا يمارسون أي نشاط تقريبا يستخدمون جميع التطبيقات.
- الفرضية الثالثة: تعتبر الفرضية الثالثة صحيحة كذلك نتيجة الإحصائيات التي توصلنا إليها بأن جميع عينتنا تقريبا تستخدم التطبيقات الهاتف الذكي بنسبة 99 % ,كونها تمس جميع المجالات :الثقافية, التعليمية ,الاقتصادية السياسية... الخ

خاتمة

من خلال هذه الدراسة تأكد لنا أهمية التطبيقات الذكية في الحياة الإجتماعية للافراد بصفة عامة والطلبة الإجتماعيين بصفة خاصة، باعتبارها وسيلة تكنولوجية إتصالية حديثة إحتوت الوسائل التقليدية وكأحد الإفرازات الناتجة عن التطور المتواصل لتكنولوجيا الإتصال والإعلام.

إن الحديث عن تطبيقات الهاتف الذكي لا يتعلق بوسيلة تكنولوجية فحسب بل هو عبارة عن حديث عن منظومة إجتماعية متكاملة تحتوي على مختلف الأنشطة الإنسانية سياسية وإجتماعية ودينية، وإقتصادية وتعليمية، لذلك فإن تكريس الدراسات نحو هذا المجال يعتبر ضرورة حتمية لفهم مختلف الظواهر والتغيرات الإجتماعية الحديثة.

المراجع

أحمد بن مرسلي. 2005. مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال.طبعة 2.ديوان المطبوعات الجامعية.

بن سولة نور الدين. 2019 الاستخدامات والإشباعات الإعلامية لذوي الاحتياجات الخاصة بالجزائر، دار نور للنشر.

عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي. 1993.الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام.القاهرة :دار الفكر العربي. طبعة أولى.

ابن منظور لسان العرب ج ,دار صادر: بيروت.

كمال الحاج. 2020. نظريات الإعلام والاتصال. من منشورات الجامعية الافتراضية السورية.

وائل عبد الرحمن التل، عيسى محمد قحل. 2007 البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية. الطبعة الثانية. دار الحامد للنشر والتوزيع. الأردن. عمان.

عمرو أبو جبر. 2019. »استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي وتأثيراتها فيهم« .المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام. المجلد 02,العدد 02.

بن راشد رشيد. بلحاج حسنية. » الروابط الاجتماعية والعزلة الاجتماعية : استخدام الهاتف الذكي نموذجا« .مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية. المجلد 10. العدد01.

زهاق محمد,بغداد باي عبد القادر. دريدي عبد القادر. 2021 ».أثر الهواتف الذكية على العلاقات الاجتماعية للشباب « .مجلة الفكر المتوسطي. المجلد 10، العدد01.

حنوي مريم. 2013. تأثيرات الهاتف النقال على أنماط الاتصال الاجتماعي لدى الطالب الجامعي. مذكرة لنيل شهادة الماجيستر. الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة. جامعة الحاج لخضر. باتنة.

إيمان حسين الطائي. 2012.كيف نحدد حجم العينة. كلية التربية الرياضية :جامعة بغداد. ص 06.من موقع : www.cope.uobaghdad.edu.iq بتاريخ : 2014/12/20.

Krejcie & Morgan In Their 1970 Article “Determining Sample Size For Research Activities” (Educational And Psychological measurement.

ملخص

تتناول هذه الدراسة إستخدامات الطلبة الجامعيين للتطبيقات الذكية من الناحية الإجتماعية، حيث أصبحت التطبيقات الذكية تلعب دور مهم في بناء السلوك الإجتماعي للطلبة وأحد مصادر التعليم والتكوين وبناء المواقف والإتجاهات، لذلك هدفنا من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على علاقة التطبيقات الذكية والطلبة الجامعيين الجزائريين «طلبة جامعة معسكر نموذجا»، إعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي، وتقنية الإستمارة الورقية والإلكترونية التي تم توزيعها بالموازاة على 340 مفردة من جامعة معسكر.

كلمات مفتاحيّة

التطبيقات الذكية، الإستخدامات الإجتماعية، الحاجات، الإشباعات

Résumé

Cette étude examine l›utilisation d›applications socialement intelligentes par les étudiants universitaires. Les applications intelligentes jouent un rôle crucial dans la formation du comportement social des étudiants, constituant l›une des sources d›éducation, de composition et d›industrie attitudinale. L›objectif de cette étude est d›analyser la relation entre les applications intelligentes et les étudiants universitaires algériens, en se concentrant sur les étudiants de l›Université de Mascara. Pour mener à bien cette étude, nous avons adopté une approche descriptive analytique et appliqué cette méthodologie à un échantillon de 340 individus de l›Université de Mascara..

Mots-clés

Applications intelligentes, utilisations sociales, besoins et motivations, smartphones, systèmes d›application, satisfactionAbstract

Abstract

This study examines the use of socially intelligent applications by university students. Smart applications play a crucial role in shaping students› social behavior, serving as one of the sources of education, composition, and attitudinal industry. The aim of this study is to analyze the relationship between smart applications and Algerian university students, with a focus on students from Mascara University. To conduct this study, we adopted a descriptive analytical approach and applied this methodology to a sample of 340 individuals from Mascara University.Keywords

Keywords

Smart applications, social uses, needs and motivations, smartphones, application systems, satisfactionn