



مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

داخل العدد

- معالجة الصحف المصرية والنيجيرية لأزمة رشاوى ديلمرينز العالمية
د: نجوى عبد السلام فهمى
- دوافع استخدام الجمهور للتطبيقات التكنولوجية للموبايل
وعلاقتها بأنماط التواصل الاجتماعى . د: محمد رضا أحمد سليمان
- استخدام الشباب الجامعى لكل من الصحف الورقية اليومية
ومواقعها على الإنترنت والإشباعات التى تحققها .
د: عبد الرحيم أحمد سليمان درويش
- أثر الحصار الإسرائيلى على وسائل الإعلام فى قطاع غزة.
د: أحمد حماد
- الأساليب والوسائل المستخدمة فى الحملات الانتخابية لمرشحي
انتخابات البلدية السعودية . د: سعد بن سعود آل سعود
- مصادر العنف التى تعكسها إعلانات التليفزيون وتأثيرها فى الأطفال
د: حسن نيازى الصيفى د: محمد أحمد هاشم الشريف
- صورة الأحزاب السياسية المصرية فى الصحافة
الإلكترونية. د: انتصار محمد السيد
- ظاهرة الهجرة السرية فى الأعمال السينيمائية د: محمد شطاح
- الأطر الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان فى المواقع الصحفية العربية
د: حنان كامل مرعى

العدد

الخامس والثلاثون

يناير ٢٠١١م

(المجلد الأول)

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية

٦٥٥٥

العدد الخامس والثلاثون

يناير ٢٠١١ م

(المجلد الأول)

مجلة

البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة

أ.د. : عبد الله الحسينى هلال

مدير التحرير

أ.د. : عبد الصبور فاضل

الإشراف الفنى

أ.د. : بسامى الكوهى

سكرتير التحرير

د. : عبد الراضى حمدى البلبوشى

توجه المراسلات باسم الدكتور سكرتير التحرير على العنوان التالى :
القاهرة - جامعة الأزهر - كلية الإعلام بالدراسة ت : ٢٥١٠٤٦٦

المراسلات

٥٠ جنيها مصريا
٤٠ دولارا أمريكيا

داخل جمهورية مصر العربية
خارج جمهورية مصر العربية

الرسائل
التحرير

هيئة المحكمين

- أ.د : فاروق أبوزيد
أ.د : على عجووة
أ.د : ماجى الحلوانى
أ.د : منى الحديدى
أ.د : عدلى رضا
أ.د : سامى الشريف
أ.د : حسن عماد مكاوى
أ.د : أشرف صالح
أ.د : نجوى كامل
أ.د : شعبان شمس
أ.د : جمال النجار
أ.د : سليمان صالح
أ.د : عبد الصبور فاضل
أ.د : فوزى عبد الغنى
أ.د : محمود إسماعيل

جميع الآراء الواردة فى المجلة تعبر عن رأى أصحابها ولا تعبر عن رأى المجلة

العدد الخامس والثلاثون - يناير ٢٠١١ م (المجلد الأول)

الفهرس

رقم الصفحة	المحتويات	م
١	داخل العدد	أ
٣	هيئة التحرير	ب
٤	هيئة المحكمين	ج
٨-٥	الإفتتاحية	د
٣٠ - ٩	معالجة الصحف المصرية والنيجيرية لأزمة رشاوى ديلمرينز العالمية	١
٧٦ - ٣١	دوافع استخدام الجمهور للتطبيقات التكنولوجية للموبايل وعلاقتها بأنماط التواصل الاجتماعى	٢
١٢٨ - ٧٧	استخدام الشباب الجامعى لكل من الصحف الورقية اليومية ومواقعها على الإنترنت والإشاعات التى تحققها .	٣
١٩٣ - ١٢٩	أثر الحصار الإسرائيلى على وسائل الإعلام فى قطاع غزة.	٤
٢٣٠ - ١٩٤	الأساليب والوسائل المستخدمة فى الحملات الانتخابية لمرشحي انتخابات البلدية السعودية .	٥
٢٩٨ - ٢٣١	مصادر العنف التى تعكسها إعلانات التليفزيون وتأثيرها فى الأطفال	٦
٣٤٨ - ٢٩٩	صورة الأحزاب السياسية المصرية فى الصحافة الإلكترونية.	٧
٣٨٤ - ٣٤٩	ظاهرة الهجرة السرية فى الأعمال السينيمائية	٨
٤٥٥ - ٣٨٥	الأطر الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان فى المواقع الصحفية العربية	٩

دوافع استخدام الجمهور للتطبيقات التكنولوجية
للموبايل وعلاقتها بأنماط التواصل الإجتماعي

الدكتور

محمد رضا أحمد محمد سليمان
أستاذ الإعلام المساعد بجامعة المنصورة
وكلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات

مقدمة

أدى التطور السريع والمتلاحق للتطبيقات التكنولوجية التي تستخدم على جهاز الموبايل، لأن يصبح من الوسائل الاتصالية الأكثر تحديثاً وتكلفة في استخدام تلك التطبيقات لدى جمهوره، كما أنه يتميز بالحميمية والخصوصية لدى مستخدميه .

ويضيف هذا التطور نافذة جديدة كل يوم ينطلق منها مستخدموه نحو أفق جديد من التطبيقات التكنولوجية التي تمد جسور التواصل مع الآخر، أو تقدم تطبيقات جاذبة للسيطرة على المستخدم أو هدر الوقت في أمور شخصية قد تؤدي إلى تهديد أنماط التواصل الاجتماعي القائمة.

فقد أصبح الموبايل الوسيلة الأكثر إثارة للنقاش بين مستخدميه، كما أن تعدد الخدمات التي يقدمها، زاد من الطلب عليه لدى الجمهور بشكل عام ، وانتشاره كأسرع وسيلة اتصال تنطلق حول العالم في سنوات معدودة وذلك وفقاً لدراسات متعددة.

فقد أشارت إحدى الدراسات التي أجريت عام ٢٠٠٨ إلى أن عدد أجهزة الهاتف المحمول في العالم قد بلغ ضعف أجهزة التلفزيون ، وثلاثة أضعاف مستخدمي الإنترنت ، وأربعة أضعاف مستخدمي الحاسب الشخصي، وأشارت نتائج الدراسة في نفس الوقت إلى أن ٣١% من الإنفاق على الخدمات الموسيقية في العالم يأتي من الهاتف المحمول.

وأن ٢٠% من عائدات ألعاب الفيديو تأتي من نفس مصدر (الهاتف المحمول) ، إنه وسيلة الاتصال الجماهيرية السابعة^(١).

لقد تغير شكل العلاقة مع وسائل الاعلام من خلال الهاتف المحمول كوسيلة اتصال ، فقد أوضحت إحدى الدراسات أن ٦٠% من مستخدمي المحمول في العالم يصطحبونه إلى فراشهم عند النوم ، إما للاتصالات الهاتفية المتوقعة ، أو لكتابة الرسائل القصيرة . وفي نفس الإطار تشير إحصاءات الاتصال حول العالم إلى أن ٢,٥ مليار شخص - حول العالم عام ٢٠٠٧ - هم مستخدمون نشطون للرسائل القصيرة ، مقابل ١,٢ مليار شخص مستخدمون نشطون للبريد الإلكتروني ، أي أن ٣٨% من سكان العالم يستخدمون الرسائل القصيرة ، مقابل ١٨% يستخدمون البريد الإلكتروني، وأن ٨٤% من مستخدمي الرسائل القصيرة يتوقعون ردا عليها خلال خمس دقائق ، بينما المتواصلون بالبريد الإلكتروني يتوقعون ردا خلال ٢٤ ساعة^(٢).

وإذا كانت كل وسيلة اتصالية لها سمة حسية تميزها ، أو تزاوجها مع سمة أخرى كدليل للتمييز، فالراديو - على سبيل المثال - وسيلة سمعية ، ويتميز التلفزيون بجاذبية الرؤية والحركة ، والصحافة وسيلة مقروءة ، فقد جمع الهاتف المحمول كل هذه المميزات، وأضاف إليها الألعاب الترفيهية

والتفاعلية ، والتواصل مع الآخرين فأصبح أكثر ارتباطا بمستخدميه ، والأكثر إثارة للعاطفة نحوه ، فمستخدم الموبايل يرتبط به بمودة وحميمية. ويدلل على ذلك باقبال الجمهور المتزايد على هذه الوسيلة الاتصالية المتطورة.

وفي الاطار الاجتماعي فقد غير الهاتف المحمول من مفاهيم كثيرة، فقد أصبح استخدام الموبايل أكثر قبولا في المواقف الاجتماعية من استخدام الهاتف الأرضي ، وتغير معها نمط التفكير الاجتماعي، وأصبحت أرقام الهواتف تشير إلى الأشخاص بدلا من الإشارة للأماكن، وأصبح التوقع لأي مكالمة هاتفية أن تتم الإجابة عليها لترافق جهاز الموبايل مع صاحبه ، ويختلف ذلك كليا عن هاتف المنزل أو المكتب اللذان يرتبطان كليا بالزمان و المكان (٣)

وفي سياق استخدامهما على الموبايل، أصبحت التكنولوجيا وتطبيقاتها ذات أبعاد اجتماعية واسعة المدى ، وفي هذا أشارت إحدى الدراسات إلى أن أجهزة الموبايل قد غيرت بشكل أساس في العلاقات الاجتماعية بطرق متشابكة ، وأن التكنولوجيا المرتبطة به، قد فتحت فرصا للتعبير والتفكير في كيفية تفاعل الجمهور وبناء العلاقات مع بعضهم البعض (٤).

وأشار (٢٠٠٢) Katz & Aakhus إلى أن التكنولوجيا تؤثر في البناء الاجتماعي ، ولكنها لا تحدد ما يصنعه الناس ، أو ما يمكن استخدام التكنولوجيا فيه (٥).

وفي ذات السياق أشار (٢٠٠٧) Schroeder إلى أن الهواتف والتليفزيون قد غيرت من نمط حياة الناس وثقافتهم حول العالم (٦) ، بينما أكد (٢٠١٠) Atul Patel إلى أن الألفة والمودة والراحة جعلت من استخدام الموبايل جزءا أساسيا في حياة الإنسان (٧).

وتتباين وجهات النظر حول التأثيرات الاجتماعية للتطبيقات التكنولوجية على الموبايل وعلاقتها بسلوك الجمهور والمستخدمين ، فإذا كان بعض الباحثين يشيرون إلى تأثيرات إيجابية ، فإن باحثين آخرين يرون أنه قد يقود إلى العزلة الاجتماعية (٨). هذه الدراسات المتعددة التي تناولت التأثيرات الخاصة للموبايل على السلوك الفردي والمجتمعي، وما إذا كانت تلك التأثيرات تتميز بالإيجابية المطلقة أو النسبية.

تحديد المشكلة البحثية:

بالنظر إلى هذا التباين في الرؤى البحثية حول تأثيرات الموبايل على الحياة الاجتماعية لمستخدميه، وملاحظة الباحث لانتشار استخدام الموبايل على نطاق واسع في المجتمع المصري، فبعض الإحصاءات تشير إلى تجاوز عدد خطوط الهاتف المحمول إجمالي عدد السكان في مصر في عام ٢٠١١، واختلاف التطبيقات التكنولوجية المستخدمة بين الفئات المختلفة في المجتمع، فهي تتراوح من أقل التطبيقات وأبسطها وهي المكالمات الصوتية، وهذه تعد فقيرة تكنولوجيا، إلى التطبيقات الأكثر تطورا وتعقيدا، تلك التي تستخدم في الهواتف الذكية، والتي تعتمد على مصدر آخر يقدم الخدمة، مثل تطبيقات استخدام الإنترنت، ومن هنا نبعث فكرة هذا البحث، فقد حصر الباحث التطبيقات التي يشملها هذا البحث في المكالمات الصوتية والرسائل القصيرة، والبلوتوث، واستخدام الموسيقى وألعاب الفيديو، على جهاز الموبايل، دون التعرض للتطبيقات التي تحتاج الاتصال بالإنترنت لسببين رئيسيين هما: اعتمادهما على وسيط أو خادم Server - إضافي، منفصل في تطبيقاته عن تلك التي يمتلكها جهاز الموبايل، وعدم قدرة الجمهور العام على استخدامها.

وبهذا فإن مشكلة البحث يمكن صياغتها كالتالي :- ما مستويات استخدام الجمهور للتطبيقات التكنولوجية الموجودة على الموبايل وما علاقتها بأنماط التواصل الاجتماعي لديهم؟، ويقصد الباحث بأنماط التواصل الاجتماعي للجمهور: ميولهم ورغباتهم الاتصالية مع الآخرين، وحدود التفاعل مع الآخر في استخدام التطبيقات التكنولوجية المتاحة على هواتفهم، ومدى مساهمتها في دعم السلوك الاجتماعي التشاركي أو الحد منه.

أهداف الدراسة :-

هدفت هذه الدراسة إلى :-

- التعرف على أشكال ومستويات استخدام التطبيقات التكنولوجية على الموبايل لدى مجتمع البحث.
- التعرف على كثافة استخدام بعض أنماط التكنولوجيا الدالة على السلوك الاجتماعي لمجتمع البحث (مثل الرسائل القصيرة، والألعاب التشاركية، والتبادل عبر البلوتوث)
- التعرف على تأثير مستوى التقدم والتنوع في تكنولوجيا الموبايل على استخدام الجمهور لها.
- التعرف على الدوافع العامة التي تحرك سلوك الجمهور نحو المشاركة في استخدام هذه التطبيقات التكنولوجية.

أهمية الدراسة:

- تتبع أهمية هذه الدراسة من تعدد المنطلقات التي تكمن في حدود متابعة الجمهور للتطورات التكنولوجية التي يستخدمها على الموبايل. وما يمثله من تأثيرات على السلوك الاجتماعي للمستخدمين ، ودراسة أنماط التعزيز أو الحفز التي تمثلها التطبيقات التكنولوجية على الموبايل لدعم سلوكيات التواصل الاجتماعي أو الحد منه لدى مجتمع الدراسة.

- وتستمد الدراسة أهميتها من خلال رصد وبلورة رؤية محددة للتغيرات السلوكية التي صاحبت استخدام الموبايل، والميل الاجتماعي عموماً من خلال سلوكيات التواصل المعتمدة على التكنولوجيا، وذات المرحلة الواحدة عبر الهاتف المحمول (حيث يتوقف التواصل عند مرحلة واحدة وهي إما الحديث أو الكتابة أو التفاعل من خلال الألعاب على الموبايل)، مقابل التواصل متعدد المراحل في الحياة الواقعية، ويؤدي التصاعد الانفعالي لنمط العلاقة الاجتماعية إلى التحول من التواصل عبر التقنية (مرحلة تواصل اجتماعي واحدة)، إلى تواصل اجتماعي متعدد المراحل من خلال التفاعل المباشر في المجتمع الواقعي.

الدراسات السابقة :-

من خلال متابعة الباحث للدراسات التي تهتم بالموبايل كوسيلة اتصال والتطبيقات التكنولوجية وتأثيرها على السلوك الاجتماعي لمستخدميه ، وذلك في مجال الدراسات الإعلامية ، والمجالات المرتبطة بالتكنولوجيا والسلوك الإنساني ، أمكن رصد الدراسات الآتية التي تتنوع بين ما يهتم بالتأثير الاجتماعي للتطبيقات التكنولوجية للموبايل ، واستخدام التطبيقات التكنولوجية ذاتها بين الجمهور أو المضامين التي ينقلها الموبايل وتأثيرها ، ووفقاً لهذه الأبعاد يعرض الباحث الدراسات التالية.

١- دراسة :- (Atul Patel & Hashchanda(2010 بعنوان :-

Mobile phone usage habits of students committing from ruler areas to nearby town, Exploratory Study of Vasngar, India (9)

وقد هدفت هذه الدراسة إلى اختبار العوامل المختلفة التي تؤثر في عملية شراء الموبايل ، وتأثير ذلك على رضا المستهلك في المناطق الريفية و أشارت الدراسة إلى اختلاف أنماط استخدام الموبايل من مجموعة إلى مجموعة باختلاف السن والمستوى التعليمي ، وأن الألفة والمودة قد جعلت استخدام الموبايل جزءاً أساسياً في حياة الإنسان .

وأشارت نتائج الدراسة حول توقيتات استخدام الموبايل:- إلى أن ٣٧,٧٦% من الذكور يستخدمون الموبايل مساءً مقابل ٣٦,٣٦% من الإناث ، وأن ١٢% من الذكور يستخدمون الموبايل في وقت متأخر من الليل ، أشارت النتائج إلى عدم وجود علاقة ارتباطية دالة بين النوع (الذكور والإناث) ومعدلات الاتفاق الشهري على استخدام الموبايل .

٢- دراسة كل من:- (2010) Jamie L Pinchat et al بعنوان:-

How mobile technology is changing our culture⁽¹⁰⁾

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير تكنولوجيا الموبايل على الثقافة ، وكيف حددت التكنولوجيا طرق الإدراك الاجتماعي لأنماط الاتصال المقبول. وأجريت الدراسة على عينة قوامها ٢٦٧ طالبا ممن تتراوح أعمارهم بين ١١:١٨ سنة في الولايات المتحدة الأمريكية وذلك باستخدام المسح وتطبيق استبيان على العينة .

وأشارت النتائج إلى أن ٩٧% من العينة ، يستخدمون الموبايل والحاسب الشخصي في نفس الوقت ، بينما أجاب أكثر ١٧% منهم إلى أنهم يقضون أكثر من ٣ ساعات يوميا في استخدام الموبايل ، كما أشارت النتائج إلى أن التلاميذ الأصغر سنا يفضلون الكتابة على الموبايل أو الاتصال المباشر ، بينما التلاميذ الأكبر سنا في العينة يفضلون استخدام الرسائل النصية .

٣- دراسة:- (2010) Huigi zhang بعنوان :

Socioscope : Human Relationship and Behavior analysis in Mobile Social Network.. (11)

وهدفت هذه الدراسة إلى إعداد منظور اجتماعي من خلال الشبكات للعلاقات الإنسانية بناء على جهاز الموبايل وتفاصيل المحادثات والمكالمات بين المتواصلين ، وتقدم الدراسة رؤية للشبكات الاجتماعية وأثارها على مستخدمي الموبايل ، وتشير الدراسة إلى الاستخدام الواسع للموبايل والتكنولوجيا المرتبطة به قد فتحت فرصا للتغيير ، والتفكير في كيفية تفاعل الجمهور وبناء العلاقات مع بعضهم البعض ، دون اعتبار للنطاق الجغرافي والزمن .

استنتجت الدراسة أن أجهزة الموبايل قد غيرت بشكل أساسي في العلاقات الاجتماعية.

٤- دراسته (2010) Zafar Eqbal بعنوان:-

Gender differences in mobile phone use: what communication motives does it gratify? (12)

حيث توصل الباحث إلى أن أفراد العينة يشعرون حاجاتهم الشخصية من خلال الرسائل النصية *Text Messages*، بشكل أكبر من المكالمات الصوتية *voice call* وأن مستخدمي الموبايل يمكن تصنيفهم إلى فئات :- ذات استخدام عالي- ومتوسط - وعادي ، وفقاً للوقت الذي ينفقونه في استخدام الموبايل . وأشارت النتائج في ذات السياق إلى أن كلام من الجنسين (الذكور و الإناث) قد أظهرت بوضوح اهتمامهم باستخدام الرسائل القصيرة أكثر من المكالمات الصوتية في اشباع الاسترخاء . وأجريت الدراسة على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من طلاب الجامعات في باكستان ، موزعة بالتساوي بين الذكور والإناث من كليات جامعية مختلفة.

٥- وفي نطاق جغرافي مختلف أجرت (2010) Adela Rodrigo دراسة في تنزانيا في شرق أفريقيا بعنوان:-

Mobile phone as tools of social change, A case study of mobile phone use amongst Tanzanian youth, (13)

وقد هدفت الدراسة بشكل رئيسي لاختبار كيفية استخدام تكنولوجيا الرسائل القصيرة من خلال الموبايل للتوعية الصحية من خلال منظمات المجتمع المدني ، والتواصل مع الجمهور ، وجمع المعلومات من المرضى ، وتنظيم المعلومات الصحية مع المؤسسات المعنية . وأشارت نتائج الدراسة إلى أن استخدام الموبايل قد ساهم في التغيير الاجتماعي ، وفي رفع الوعي الصحي لدى عينة الدراسة ، وارتفاع نسبة التواصل مع المؤسسات الصحية المعنية .

٦- دراسة:- (2010) Jolio Abascal and Anton Civit بعنوان:-

Mobile communication for older people: New opportunities for autonomous life(14).

وهدفت إلى التعرف على الفوائد والأخطار التي يمثلها جهاز الموبايل لكبار السن . توصلت الدراسة إلى أن جهاز الموبايل قد أشبع بعض الحاجات لكبار السن منها الإحساس بالأمن والتكامل الاجتماعي ، إلا أن له بعض المخاطر تتمثل في العزلة الاجتماعية وفقدان الاستقلالية. وأن هذه المخاطر يجب تجنبها.

٧- وأجرى كل من:- (2010) Joël P.C. Rodrigues et al دراسة بعنوان :-

New trends on ubiquitous mobile multimedia applications ⁽¹⁵⁾.

وسعى الباحثون من خلالها إلى اختبار تأثير وجود تطبيقات تكنولوجية على الهاتف المحمول على تكلفة الاتصال لدى المستخدم ، وعلى نوعيات محددة من الهواتف. وذلك بالتطبيق على عينة من مستخدمي الهاتف المحمول في البرتغال.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن هذه التطبيقات التكنولوجية قد ساعدت في تحسين كفاءة الاتصال وبث الأخبار على هواتف iPhone، وأشبعت حاجات محددة لدى المستخدمين.

٨- بينما أجرى كل من:- (2010) Dewi Rooslanitj, et al دراسة حول استخدام

الترفيه على الموبايل بعنوان:-

Determinants of mobile entertainment use: A conceptual model. ⁽¹⁶⁾

وذلك في إطار مفاهيم نظرية الاستخدامات والإشباعات ، وذلك للتعرف على ما إذا كان استخدام الهاتف المحمول يعبر عن شكل العلاقة بين الخدمات الترفيهية على الموبايل ، والرضا الشخصي ، والاستمتاع والسلوك الهروبي .

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن غالبية العينة يتعاملون مع الموبايل على أنه جهاز ترفيهي باستخدام ألعاب الفيديو والموسيقى ، بجانب كونه جهازا للتواصل.

٩- دراسة:- (2010) Melanie Grelhesh بعنوان :-

Using the Use and Gratification Theory to Understand Gratification Sought through Text Messaging Practices of Male and Female Undergraduate students ⁽¹⁷⁾.

وهدفت هذه الدراسة إلى تطبيق مفاهيم الاستخدامات والإشباعات على عادات استخدام الرسائل القصيرة ، وذلك لاكتشاف ما الذي يجذب الجمهور لاستخدام أشكال أخرى من الاتصال ، واستخدام الهاتف المحمول في هذا المجال.

ولاختبار ذلك تم اختيار عينة من طلاب الجامعات من سن ١٨:٢٤ في الولايات المتحدة ، وتطبيق استبيان للتعرف على الإشباعات التي تسعى إليها هذه الفئة، وما إذا كانت هناك فروق ناتجة عن النوع في عادات وأنماط استخدام الرسائل القصيرة بين الذكور والإناث .

وأشارت الدراسة إلى أن الرسائل القصيرة استخدمت للمرة الأولى في بداية التسعينات ، وكانت الرسالة تتكون من ١٦٠ حرفا (باللغة الإنجليزية) وذلك في الأنظمة التقليدية في البداية ، تم تطويرها في مراحل تالية. وأثبتت نتائجها وجود فروق دالة في حجم محتوى الرسائل القصيرة لصالح مجموعة الذكور.

١٠- دراسة:- Oscar Nestlund (2009) بعنوان:-

Perceptions of mobile device as new medium from a cross-cultural perspective.⁽¹⁸⁾.

وهدفت الدراسة إلى التعرف على أنماط استخدام الموبايل كوسيلة إخبارية في كل من السويد واليابان، والتفاعل بين الثقافة والتكنولوجيا، وتشير الدراسة إلى التطور المتسارع في الخدمات التي يقدمها جهاز الموبايل Mobile Device ، ويركز على استخدام هذا المصطلح (جهاز المحمول) ، وليس مصطلح الهاتف المحمول (Mobile Phone) .

وذلك للإشارة إلى الاختلاف ما بين الوسيلة (الموبايل كجهاز) ، الخدمة التي يقدمها (الاتصال من خلال الموبايل) ، وأشارت الدراسة إلى تعدد التطبيقات التكنولوجية التي أصبحت متاحة على جهاز الموبايل، ومنها التطبيقات التكنولوجية لتشغيل الفيديو وتشغيل الموسيقى mp3 ، واستخدام الكاميرا وغيرها من التطبيقات التكنولوجية التي تميز الموبايل كجهاز.

١١- دراسة:- Chei Sian Lee et al. (٢٠٠٩) بعنوان:-

Understanding perceived gratification for mobile content sharing and retrieved in a game-based entertainment⁽¹⁹⁾.

وهدفت الدراسة إلى التعرف على مدى المشاركة في الأنشطة التي يقدمها الموبايل وبصفة خاصة الألعاب ومدى تبادلها ، وكذا اكتشاف الدوافع لتبادل المحتوى من منظور الاستخدامات والإشباع، والتعرف على أسباب اختيار الجمهور للوسيلة التي تلبي احتياجاتهم .

وتشير الدراسة إلى أن التطبيقات التكنولوجية على الموبايل ساعدت المستخدمين على تبادل لتصوص والصور والفيديو بشكل إجتماعي في أي وقت، وتنفيذ وعمل ذلك بطرق متعددة .

كما أضاف الموبايل بعدا جديدا للألعاب حيث تغيرت من الألعاب الفردية إلى الألعاب التي تعتمد على مشاركة أكثر من لاعب للتنافس والإنجاز.

وأشارت الدراسة إلى أن جهاز الموبايل قد قدم فرصا للتطبيقات الاجتماعية للكمبيوتر

لزيادة التفاعل ومشاركة المحتوى بين مجتمعات المستخدمين ، وأن جهاز الموبايل قد أضاف بعدا جديدا لاستخدام المحتوى الذي يمكن المستخدم من البحث عن المعلومات في أى وقت ، وفي أى مكان.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الجمهور يستخدم الألعاب المشتركة بهدف شغل وقت الفراغ ، وأن إشباع استخدام الموبايل تتحقق من خلال استخدام التطبيقات والألعاب التي يوفرها.

١٢- دراسة كل من:- (٢٠٠٩) Shanthi Vadyana & Ravi Chandaran بعنوان :

Mobile phone and teenager, Impact, Consequences and Concerns, Parents/ Caregivers perspectives.(²⁰).

وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى إدراك واهتمام الآباء ومن يقومون برعاية المراهقين، باستخدامات أبنائهم ومن هم تحت رعايتهم من المراهقين للموبايل ، وذلك للتوصل إلى فهم عام لاستخدامات الموبايل بين المراهقين والأهداف الإيجابية والتأثيرات السلبية لذلك.

ولتحقيق هذا الهدف تم تطبيق استبيان مكون من عشرة أسئلة على الآباء ومن يقومون برعاية المراهقين (من سن ١٣:١٩ سنة)، على عينة قوامها ١١٥ مفردة في تكساس بالولايات المتحدة - وأشارت النتائج إلى أن المراهقين من سن ١٧:١٩ يملكون الموبايل ، وأن المراهقين يتشاركون مع آبائهم أو من يقومون برعايتهم عند تعرضهم للخداع من خلال الموبايل.

كما أشارت النتائج إلى أن الآباء يشعرون بالاطمئنان لاستخدام أبنائهم المراهقين للموبايل في الأوقات التي لا تخضع لسيطرتهم، أشارت النتائج أيضا إلى أن الاتصالات الصوتية ، والرسائل النصية هي أكثر التطبيقات والتسهيلات التي يحتاجها المراهقون من مستخدمي الموبايل .

١٣- دراسة:- صفا محمود عثمان (٢٠٠٩) بعنوان " إدراك الجمهور والقائم بالاتصال للخدمات الإعلامية المقدمة عبر الهاتف المحمول " (٢١)

وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على الخدمات الإعلامية المقدمة عبر الهاتف المحمول ، ودرجة تحقيق التفاعلية بين الجمهور والهاتف المحمول ، ومدى تكاملية الخدمات الإعلامية التي يقدمها الهاتف المحمول مع وسائل الإعلام الأخرى.

ولتحقيق هذه الأهداف استخدمت الباحثة أسلوب الحلقات النقاشية المركزة ، على عينة تم اختيارها بالطريقة العمدية ممن يستخدمون الخدمات الإعلامية على الهاتف المحمول.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الموبايل يتيح الخدمات الاعلامية في أى وقت وفي أى مكان ، وإلى أن الذكور والإناث يستخدمون الرسائل الفورية الإخبارية بشكل مكثف .
وأشارت النتائج كذلك إلى أن ضمن دوافع امتلاك جهاز الموبايل لدى الإناث:- ما يتوفر به من تقنيات وخدمات ذات جودة عالية ، كما أنه من أسباب الشراء : جودة الكاميرا ، ونقاء الصوت، السعة الكبيرة للذاكرة، الخدمات التي يقدمها الجهاز.

١٤- دراسة كل من:- (Omatoya Banjo, Yifeng Hu & S. Shyam Sunder (2008)

بعنوان:- *Cell phone usage and social interaction with proximate others: ringing in a theoretical Mode.*⁽²²⁾.

والهدف من هذه الدراسة هو تطوير نموذج نظيري *Theoretical* للتعرف على التأثيرات الاجتماعية لاستخدام الهاتف المحمول في الأماكن العامة ، في دراسة استكشافية يمكن اختبارها إمبريقيا ، ومناقشة المتغيرات التي يمكن أخذها في الاعتبار بالنسبة لاستخدام الموبايل *Cell Phone Usage (CPU)*، والتفاعل الاجتماعي ، بالتركيز على سلوك مساعدة الآخرين على وجه التحديد .
وأشارت الدراسة إلى أن الهاتف المحمول يستخدم كأداة للتواصل الاجتماعي، وإدارة العلاقات الاجتماعية ، وطبقت الدراسة على عينة قوامها ٢٨ مفردة من أربعة قطاعات رئيسية .
وأشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية سلبية دالة بين استخدام الموبايل والتفاعل الفردي الاجتماعي ، كما أشارت النتائج إلى أن استخدام الموبايل ربما يقلل من تقديم المساعدة للأغراب.
١٥- دراسة كل من:- (Marije Kanis , et al, (2008) بعنوان :-

Minimal connectedness: Exploring the effects of positive messaging using mobile technology.⁽²³⁾.

وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية تأثير الرسائل الإيجابية على شكل التواصل الاجتماعي ، والمشاركة الإيجابية في هذه الرسائل.
تشير الدراسة إلى أن تكنولوجيا الموبايل قد قدمت لمستخدميه نمطا اتصاليا ، ومضامن تحقق المتعة ، وتفاعلا اجتماعيا يسمح للمستخدمين باستقبال وإرسال رسائل قصيرة إيجابية ، وتسمح بترويج مفاهيم اجتماعية ونفسية إيجابية .

ولتحقيق أهداف الدراسة تم اختيار عينة مكونة من ٢٠ (عشرين) مبحوثا يتراوح أعمارهم بين ٢٢:٣٧ عاما من إنجلترا وهولندا ، وذلك بهدف إيجاد خلفية ثقافية مختلفة لتطبيق برامج تحتوى على تطبيقات تكنولوجية تتيح التواصل مع الآخرين .

وأشارت النتائج إلى أن التكنولوجيا يمكن أن يكون لها تأثير هاما وإيجابيا في المجال الصحي ، وعليها أن توسع من دائرة المشاركة الوجدانية للجمهور.

١٦- دراسة كل من: Jaun M. Aguado and Inmaculado J. Martinez, (2007)

بعنوان: *Mass Mediatizing Mobile Phones: content development,*

professional Convergence and consumption. (24).

وأجريت الدراسة في إطار معايير ثلاث :-

- أولهما: ظهور أشكال جديدة من المضامين والمستخدمين

- ثانيهما: التحول في معايير الإنتاج النمطية لوسائل الإعلام

- وثالثهما: التفاعل بين العام والخاص في الفضاء الإعلامي ، والتحول من التفاعل الثقافي إلى الإشباع الثقافي.

وتشير الدراسة التي تم تنفيذها في إسبانيا ، إلى أن جهاز الهاتف المحمول لم يعد مجرد منصة إطلاق تكنولوجية لثقافة تقليدية ولكنه بيئة إشباعية واستهلاكية وتجارية .

وأجرى البحث على عينة تم اختيارها وتم تنفيذ الدراسة بطريقة المناقشة المتعمقة

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن : مشاركة المحتوى والخبرات مع الآخرين هي قيمة دالة لجهاز الموبايل كوسيلة اتصال.

وأن مشاركة المحتوى من خلال الموبايل كوسيلة اتصال ، قد تم من خلاله "شخصنة المحتوى" أو المحتوى ذو الطابع الشخصي *Personalizable Content* مثل النغمات الشخصية *Ringtones* والشاشات *Wallpapers* ، وكذلك المحتوى الذي يتم إنشاؤه بواسطة المستخدم واختياراته.

١٧- دراسة (Wei Ran (2006)

بعنوان: *Staying connected while on the move: Cell phone use and social*

connectedness. (25).

وأجريت الدراسة على عينة من الطلاب في تايوان، وأظهرت النتائج أن الهاتف المحمول يمثل عاملا مؤثرا في تعضيد العلاقات مع الجيران ، وإظهار التقارب الرمزي مع الأشخاص الذين يهاتفونهم.

كما أشارت النتائج إلى أن الهاتف المحمول يقدم ميزة فريدة للطبقات الفقيرة، حيث يقدم لهم عضوية مباشرة وسريعة في مجتمع جديد (مجتمع من يملكون هاتفاً محمولاً) وأظهرت النتائج كذلك أن كلا من الذكور والإناث في العينة يعتبرون الهاتف المحمول وسيلة لتقوية الروابط الاجتماعية.

١٨- دراسة كل من:- (٢٠٠٣) Kumiko Aoki & Edward J. Downes
بعنوان :-

An analysis of young people's use of and attitudes toward cell phone.⁽²⁶⁾

وقد هدفت الدراسة إلى اختبار مدى استخدام طلاب الجامعات للهاتف المحمول، من منظور سلوكي ونفسي، وباستخدام منهج المسح، وتطبيقاً على عينة قوامها ٣٢ مفردة من طلاب الجامعات (في أكتوبر ٢٠٠١)، من مستخدمي الهاتف المحمول، وذلك باستخدام أسلوب المناقشة الجماعية المتعمقة، هذا بجانب تطبيق استبيان على عينة مكونة من ١٣٧ طالباً في جامعة نورث إيست (في يناير ٢٠٠٢)، ومن خلال تحليل بيانات الاستبيان، والمناقشة الجماعية توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها :-

- أن استخدام الهاتف المحمول في الشارع يعطي مظهراً للمستخدم بأنه مشغول، وهذا يقلل من احتمال أن تتم مهاجمته من شخص ما أو يكون هدفاً، (في إطار الحد من المخاطر).
وبالنسبة للتفاعل الاجتماعي أشارت النتائج إلى أن الهاتف المحمول قد أصبح جزءاً من الحياة اليومية للعينة، وأنهم يستخدمون الهاتف المحمول لكي يكونوا على اتصال بأصدقائهم.
وأشارت الدراسة إلى أن التطور السريع في تكنولوجيا الموبايل قد غيرت من اتجاهات الجمهور نحو التكنولوجيا، وأوجدت ظاهرة اجتماعية وثقافية جديدة.

١٩- وفي نفس السياق أجرى (٢٠٠٠) Tina Sikio دراسة بعنوان :-

The role of Bluetooth technology in transforming the value network of ITC industry.⁽²⁷⁾

وقد كان الهدف الرئيسي للدراسة هو تحديد كيفية تأثير تكنولوجيا البلوتوث في تغيير منظومة القيم في صناعة تكنولوجيا المعلومات، واحتمالية تأثيرها في دور رجال الصناعة.
وقد استخدم الباحث أسلوب المناقشة الجماعية مع ممثلين لرجال الصناعة.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن تقنية البلوتوث قد أضافت قناة اتصالية جديدة إلى الشبكات الموجودة. وربما تحتل مكانا بديلا للقنوات الحالية في مجال نقل المعلومات، وأن البلوتوث يجلب فرصا جديدة في مجال الأعمال، و تضيف قيمة خدمية جديدة.

تعقيب على الدراسات السابقة:-

من خلال اطلاع الباحث على الدراسات السابقة وتمحيصها والتعرف على أدواتها والمعايير والأسس المنهجية التي اتبعتها كل دراسة على حدة، استطاع الباحث التوصل إلى صياغة مناسبة لأدوات البحث، والاستعانة بأحد المداخل النظرية التي استخدمت كمنظور محدد لإطار للدراسة الميدانية، وصياغة بعض الفروض من منظور ما توصلت إليه بعض الدراسات السابقة في هذا المجال. وربط نتائج البحث بما سبق إجراؤه من دراسات.

- سمات الموبايل كوسيلة اتصال :-

تتعدد سمات وخصائص الموبايل كوسيلة اتصال : فهو يحمل كل خصائص الوسائل الاتصالية المطبوعة والمسموعة والمرئية وتطبيقاتها ، ويمكن تحديد خصائص الموبايل كوسيلة اتصال فيما يلي :-

١- السيادة الواضحة للجوانب البصرية . *Significant Prevalence Visual Aspects.*

فعلى الرغم من أن السمة الصوتية (التي تعتمد على السمع) هي الخاصية الرئيسية للموبايل، فإن الموبايل أصبح وسيلة مصورة مرئية *Image Oriented Visual Media* مع سيادة الرموز البصرية المكتوبة. *The written Visual Codes* (35).

٢- تقليل أو تصغير الوقت *Time minimization* :

اصبحت عملية تصميم محتوى الموبايل "محددة الوقت" بالنظر إلى وسائل الاتصال الأخرى وأصبح شعار التفكير القليل *The think small Motto* هو الذي يحكم مضامين الموبايل ، حتى أن أول سلسلة ترفيهية أنتجتها شركة Fox عام ٢٠٠٥ كانت تتراوح مدة كل جزء منها، من ١:٣ (واحد إلى ثلاث) دقائق فقط ، وقد أطلق مصطلح *Mobisode* للدلالة على هذه الحلقات محدودة الوقت وهي تعني (الطقات المحمولة) أو الأحداث الصغيرة على الموبايل ، وهذا ينسحب على معظم التطبيقات التي تقدم مضامين الموبايل مقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى (36).

٣- التفتيت والحد من التسلسل: *Fragmentation and Restricted of Serialization*

يعبر التفتيت عن تجزئة المعلومات الكلية ، معنى تقديم المعلومات المتسلسلة في وقت قصير ومحدود جدا، والحد من التسلسل يعنى بتقليل عملية التتابعية ، وهما من الاستراتيجيات الرئيسية التي تعتمد عليها في فكرة تقديم المضامين التليفزيونية على الهاتف المحمول، وذلك لتسهيل عملية تقديمها في البيئة الإتصالية للموبايل التي لايسمح الوقت المحدود للموبايل بتقديمها بنفس الشكل الذي تقدم به على شاشة التليفزيون، ولكن تصاغ وفقا لخصائص الموبايل (37) .

٤- التبسيط أو الوضوح البصري: Visual Simplicity

إن استخدام الصورة لتقديم مشاهد ذات معنى عبر التليفون المحمول -هذا الجهاز الصغير الحجم- يختلف عن الوسائل المرئية الأخرى ، فالصورة يجب أن تكون أكثر إضاءة وأكثر قربا ، حتى تتمتع بالجانبية (38).

٥- الاستغراق أو اندماج المستخدم User Involvement

يندمج المستخدم من خلال المضمون الموجود على الهاتف المحمول ، أو باستخدامه كوسيلة اتصال . فالنفاعلية *Interactivity* والمشاركة *Participation* ، هي خصائص أساسية (39) ، وذلك لارتباط الموبايل كوسيلة اتصال بشخصية المستخدم وخصوصيته.

٦- الحميمية Intimacy :-

الموبايل هو الوسيلة الاتصالية المناسبة التي يمكن استخدامها للتواصل مع من تحب في الأوقات المفضلة والمناسبة، فإذا كانت وسائل الاتصال الأخرى تفرض مضامينها وتحدد الوقت دون تدخل من الجمهور، فإن مستخدم الموبايل يحدد المحتوى والوقت المناسب للتواصل مع شريكه الاتصالي الذي يرتبط معه بالعلاقة الحميمة وفقا لهذه الخاصية، وهو ما لا توفره أية وسيلة اتصالية أخرى بنفس المرونة ، كما أنه الوسيلة الاتصالية المرتبطة بشخصية مستخدمه، فقد وفرت التطورات التقنية للجمهور فرصة اختيار الأشكال التي تناسبهم وتعبر عن شخصيتهم من أجهزة الهاتف، وبالتالي ترتبط إلى حد بعيد بالتعبير عنه والدلالة عليه.

المداخل النظرية للدراسة :-

استلهمت الدراسة عدة مداخل نظرية ترى فيها منطلقات ومحفزات تحكم دوافع الجمهور في استخدام الموبايل من ناحية ، وسلوكهم الاجتماعي من ناحية أخرى، والتطبيقات التكنولوجية وتأثيرها على السلوك الإنساني من ناحية ثالثة ، وما إذا كانت التكنولوجيا و تطبيقاتها الاتصالية،

قد حدثت من السلوك الاتصالي المباشر للفرد ، أم أنها تدفعه نحو التواصل بشكل أكثر إيجابية ويأتي في مقدمة هذه المداخل النظرية:-

- مدخل الاستخدامات والاشباكات باعتبارها مفسراً للدوافع التي تحرك استخدام الفرد للتطبيقات التكنولوجية على الموبايل.

فتشير أهداف مدخل الاستخدامات والاشباكات إلى:-

١- شرح كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاعلام لإشباع حاجاتهم.

٢- اكتشاف الدوافع الأساسية لاستخدام الجمهور لوسائل الإعلام.

٣- تحديد النتائج الإيجابية والسلبية لاستخدام الجمهور لوسائل الإعلام (٢٨).

وهو ما تسعى الدراسة إلى التعرف عليه ، واكتشاف الدوافع التي تحرك الجمهور في استخدامه للهاتف المحمول ، وما إذا كانت الدوافع نفعية تركز على اكتساب المعرفة والخبرات والتعليم ، أم دوافع طقوسية تركز على الاسترخاء والصدقة والألفة ، والهروب من المشكلات (٢٩).

ويشار إلى دوافع السلوك بأنها حالة داخلية أو استعداد داخلي فطري أو مكتسب ، شعوري أو لاشعوري ، عضوي أو اجتماعي أو نفسي ، يثير سلوكاً ذهنياً أو مركباً ، ويسهم في توجيهه إلى غاية محددة (٣٠) . ومن ثم فإن الدوافع هي محركات السلوك الاجتماعي الذي يسعى البحث إلى دراسته والتعرف على تأثير التطبيقات التقنية على الموبايل في التأثير على الأنماط السلوكية للتواصل الاجتماعي لدى الأفراد .

- وفي نفس الإطار ومن منطلق أن استخدام التكنولوجيا يعتبر نمطاً سلوكياً يقبل عليه الفرد، تسبقه الرغبة في ذلك، فإن البحث يسترشد بمعطيات:-

- نظرية السلوك المخطط Theory of Planned Behaviour

التي صاغ مفاهيمها وقدمها عالم الاجتماع (١٩٩٠) Ajzen (٣١) حيث حدد أبعاد النظرية، وأشار إلى أن نية الفرد وتفضيله سلوكاً معيناً، يتحدد في خلال ثلاثة أبعاد تتحكم فيه وهي:-

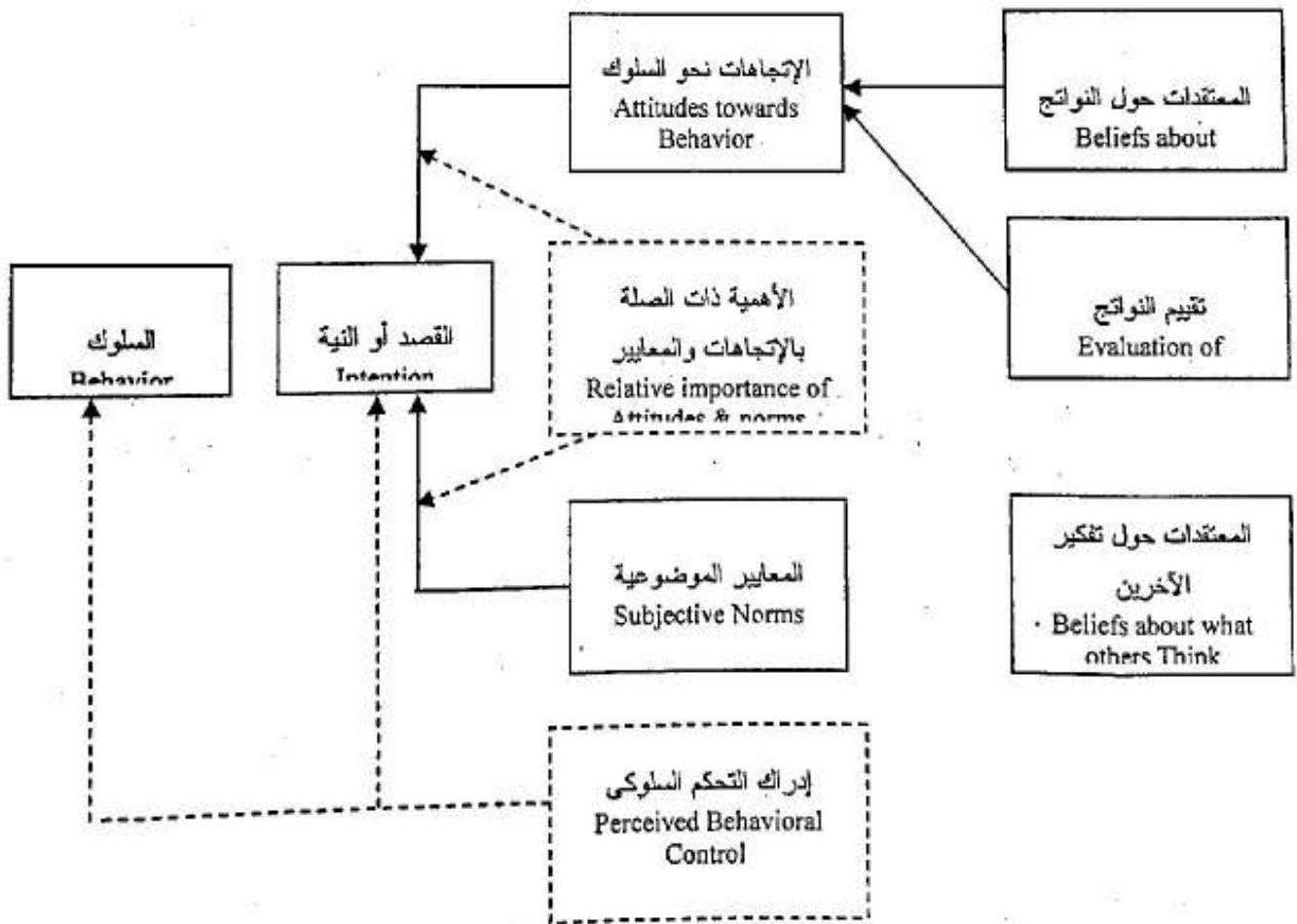
١- الاتجاه نحو السلوك Attitudes Toward Behaviour :- ويقصد بها درجة تفضيل أو عدم تفضيل الفرد لسلوك ما، وما المعلومات التي يرسمها وتخزن في الذاكرة ، وتستخدم تلقائياً في تقييم السلوك .

٢- المعايير والقواعد الموضوعية *Subjective Norms* : وهي استيعاب الفرد للضغوط الاجتماعية نحو تفضيل أو عدم تفضيل السلوك ، وإدراك وجهة نظر الآخرين نحو السلوك المستهدف .

٣- استيعاب التحكم السلوكي *Perceived of Behavioural Control* :- وهي القدرة على المواءمة أو التكيف *To Accommodate* مع العناصر التلازمية اللاإرادية *Non Volitional Elements Inherent* التي قد تؤثر على السلوك. ويقوم هذا العنصر بدور حيوي في النجاح، كما أن الإنجاز السلوكي يعتمد على الدوافع أو الرغبة المتوفرة لدى الفرد في التكيف مع النمط السلوكي الجديد.

وقدم أجزن Ajzen عام ١٩٨٦ نموذجاً يحدد نظريته وتأثير هذه العناصر وتأثيرها في سلوك الفرد ، والشكل التالي يوضح هذا النموذج (٣٢).

شكل رقم ١



نظرية أجزن (Ajzen) في السلوك المخطط

وبتطبيق النموذج على السلوك الاتصالي للأفراد من خلال استخدام الهاتف المحمول، فإننا نستطيع القول بأن المعتقدات حول نواتج السلوك المستهدف، أو ما يستفيد منه الفرد من الإقبال على السلوك الجديد، وتقييمه، والمعتقدات حول ما يفكر فيه الآخرون، تتحكم في الخطوات الأولى قبل استخدام التطبيقات التكنولوجية، على سبيل المثال فإن الاختيار ما بين المكالمات الصوتية أو الرسائل النصية، وتأثيرها على التواصل مع الآخرين، وتقييم نمط الإحساس بالمودة أو الجفاء الناتج عن السلوك الاتصالي يؤثر في اختيار الفرد لنوع التطبيقات التكنولوجية التي يستخدمها، وبالتالي السلوك الاتصالي الذي يقبل عليه.

وقد أشار (Glanz et al (1990) إلى أن التغيير السلوكي *Behavioral Change*، هو هدف تسعى إليه المجتمعات والمنظمات، وبالتالي فهي تسعى وتهتم بتصميم وصياغة برامج ومداخل لخلق الرغبة في ذلك التغيير السلوكي (33)، باعتبار أن التطبيقات التكنولوجية على الهاتف المحمول ينتج عن استخدامها أنماطا سلوكية جديدة لمستخدميها غير أنه في حالات التغيير السلوكي يجب أن يتبع ذلك تغييرا في الاتجاهات بما يحقق الأهداف التي يسعى الفرد إليها، وهذا التغيير قد يكون ناتجا عن أسباب داخلية أو خارجية، يمكن أن نعزوها للفرد نفسه (أسباب داخلية)، أو للمجتمع (أسباب خارجية ولكنها تؤثر على الفرد). (34).

الإجراءات المنهجية للدراسة:-

فروض الدراسة :-

- الفرض الأول: "توجد علاقة ارتباطية ايجابية دالة إحصائيا بين كثافة استخدام التطبيقات التكنولوجية، ومستويات التواصل الإجتماعي".
- الفرض الثاني: "توجد فروق بين متوسطات درجات استخدام كل من الذكور والإناث للتطبيقات التكنولوجية على الموبايل لصالح الإناث".
- الفرض الثالث: "توجد فروق بين متوسطات درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في مستوى استخدام التطبيقات التكنولوجية لصالح المقيمين بالحضر".
- الفرض الرابع: "توجد فروق بين متوسطات درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في مستويات التواصل الاجتماعي".

- الفرض الخامس: "توجد فروق في المستوي التقني للتطبيقات التكنولوجية على الموبايل ، بين كل من المقيمين بالريف والحضر لصالح الحضر وفقا لأنواع الموبايل المستخدمة في كل منهما".

مصطلحات الدراسة:-

تستخدم الدراسة المصطلحات الآتية ويقدم الباحث تعريفاتها الاصطلاحية والإجرائية فيمايلي:-

- جهاز الهاتف المحمول Mobile Device:-

يستخدم مصطلح الهاتف المحمول *Mobile Phone* بجانب مصطلح *Mobile Device* للتأكيد على أن الموبايل يمكن أن يتيح المواد المسموعة والفيديو والجرافيك والنصوص المتحركة كما يتيح الموبايل الاتصال الصوتي والمرئي بين مستخدميه (مستخدم إلى مستخدم) أو تفاعل أكثر من اثنين من مستخدميه في عملية الاتصال . (40).

- التطبيقات التكنولوجية على الموبايل *Mobile Technology* :-

ويمكن تعريفها إجرائيا بأنها تلك البرامج والتطبيقات التي تساعد المستخدم على توظيف جهاز الهاتف المحمول للتحدث أو كتابة الرسائل القصيرة أو تبادل المحتوى عن طريق البلوتوث أو ممارسة الألعاب الفردية، أو الثانية ، أو الجماعية ، أو مشاهدة محتوى معين على شاشة الموبايل وتبادلته مع الآخرين أو الاستماع للموسيقى وتبادلها ،... إلخ هذه التطبيقات التي تشبع رغبات المستخدم وتحقق أهدافه .

- الرسائل القصيرة:- *Short Message Services (SMS)*

المقصود بها تلك التطبيقات التي تتيح كتابة وإرسال وإستقبال رسائل نصية عبر الهاتف المحمول باستخدام الشبكات اللاسلكية ، وتختلف هذه الرسائل من حيث عدد الحروف والرموز المتاحة للاستخدام في الرسالة الواحدة ، ولكنها وفقا للنظام الأوروبي يبلغ الحد الأقصى ١٦٠ حرفا بالنسبة للغات التي تعتمد على الحروف اللاتينية (41). وبالنسبة للغة العربية فإن التطبيقات الشائعة على الشبكات العاملة في مصر ووفقا للتكلفة المعلنة فإنها تتيح ٧٠ حرفا للرسالة الواحدة وفقا لوحدة التكلفة ، مع إمكانية تضمين الإرسال لمرة واحدة أكثر من هذا العدد من الحروف مع مضاعفة التكلفة وفقا لحجم النص وعدد الحروف به إلا أن وحدة التكلفة هي ٧٠ حرفا للرسالة الواحدة.

- البلوتوث Bluetooth :-

هي تطبيقات تكنولوجية تعتمد على موجات الراديو اللاسلكية لنقل البيانات المحلية *Local Data Transfer* ، وتسمح لأجهزة الهاتف المحمول ، والحاسب الشخصي المحمول ، وأجهزة الكترونية أخرى بالاتصال ببعضها البعض في مسافات قصيرة دون الحاجة إلى أسلاك وقد أضاف البلوتوث قيمة جديدة لجهاز الموبايل وغير ذلك من شكل استخدامه (42).

- الألعاب التفاعلية على الموبايل Mobile Interactive Games :-

وهي تلك الألعاب التي تتيح استخدامها بين أكثر من جهاز بالتنافس أو التفاعل بين مستخدمي كل جهاز على حدة أو الألعاب التي يمكن تشغيلها فرديا وتبادلها من خلال النقل بين مستخدمي الهواتف

مجتمع وعينة الدراسة :-

مجتمع الدراسة يتمثل في مالكي جهاز الموبايل ولديهم القدرة على استخدام أكثر من تطبيق تكنولوجي واحد على الأقل، (مثل التحدث عبر الهاتف وكتابة الرسائل أو تبادل الصور والموسيقى إلخ) ، وبذلك تكون القدرة على القراءة محددًا رئيسًا لمجتمع البحث، بالتالي تم استبعاد الأميين من مجتمع البحث.

- وبناء عليه تم اختيار عينة الدراسة مكونة من ٣٠٠ مفردة .

والجدول التالي يوضح تفاصيل خصائص العينة:

جدول (١)

يوضح وصف عينة الدراسة

الإجمالي		المتغيرات
ك	%	
		متوسط = ٢٤,٣
		انحراف معياري = ٥,١٩
٣٦,٧	١١٠	ذكور
٦٣,٣	١٩٠	إناث
١٠٠	٣٠٠	جملة
٥٠	١٥٠	حضر
٥٠	١٥٠	ريف
١٠٠	٣٠٠	جملة
٢٥	٧٥	مدينة القاهرة
٢٥	٧٥	مدينة الجيزة
٢٥	٧٥	ريف محافظة دمياط
٢٥	٧٥	ريف محافظة الغربية
١٠٠	٣٠٠	جملة

وتمثلت حدود اختيار العينة وفقا لما يلي:-

- معرفة القراءة والكتابة (على الأقل).
- التنوع بين الذكور والإناث وفقا لما توفره الاختيارات المتاحة في النطاق الجغرافي للبحث
- أن يتمثل فيها الريف والحضر لإمكانية التعرف على اختلاف الدوافع وأنماط الاستخدام بين سكان المدن والمقيمين في الريف.
- من حيث السن: أفراد العينة بالفئة العمرية من ١٧ : ٤٣ سنة، وبمتوسط عمري ٢٤,٣ سنة وانحراف معياري ٥,١٩.

من حيث النوع: نسبة ٣٦,٧% من أفراد العينة ذكور ونسبة ٦٣,٣% منهم إناث.
 - من حيث الإقامة: متغير الإقامة: تم اختيار ٧٥ مفردة من مدينة القاهرة، و ٧٥ مفردة من مدينة الجيزة، و ٧٥ مفردة من ريف محافظة دمياط، و ٧٥ مفردة من ريف محافظة الغربية.
 بحيث تكون نسبة ٥٠% من أفراد العينة مقيمين بالريف، ونسبة ٥٠% منهم مقيمين بالحضر:
أدوات الدراسة:-

تم إعداد صحيفة استقصاء تتضمن المقاييس الآتية:

مقياس كثافة استخدام التطبيقات التكنولوجية: المدى من ٧: ٢١ درجة.

ويتضمن أربعة أسئلة متعددة المستويات للإجابة من التطبيقات التي يستخدمها المبحوث، من بين المكالمات الصوتية، والرسائل القصيرة، وألعاب الفيديو والبلوتوث. (يتم عرض تفاصيلها في النتائج).
 مقياس مستويات التواصل الاجتماعي المحدود والمتعدد: المدى من ١٠: ٣٠ درجة.

وتضمن عشرة محاور فرعية متعددة المستويات وفقا لدليل مقياس ليكرت الإحصائي، للتعرف على نمط التواصل الناتج عن استخدام التطبيق التكنولوجي على الموبايل، وترتبط بالدوافع والسلوك ومستويات إدراك العينة للنمط السلوكي أو الدافع أو الإشباع المستخدم، (وتعرض المحاور الفرعية العشر ضمن النتائج - رقم ٨-).

المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم استخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية " SPSS " Statistical Package for the Social Science لتحليل ومعالجة النتائج بعد ترميزها وإدخالها، وتم المعالجة وفقا للمعاملات والاختبارات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.
- اختبار كاي^٢ (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal)
- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio) المحمولة.

المدى الزمني للتنفيذ الميداني:-

تم تنفيذ الجانب الميداني من الدراسة خلال الفترة من منتصف أكتوبر ٢٠١٠ حتى نهاية نوفمبر ٢٠١٠. غير أن المدى الزمني لتنفيذ المخطط البحثي يمتد خلال عام ٢٠١٠.

نتائج الدراسة:

يعرض الباحث فيما يلي النتائج العامة للدراسة يتبعها اختبارات الفروض :

١- مستوى استخدام العينة للإمكانيات والتطبيقات التقنية المتاحة على الموبايل:-

يوضح الجدول التالي مدى استخدام العينة للتطبيقات المتاحة على الموبايل ومستويات الاستخدام

جدول (٢)

مستوى استخدام العينة للتطبيقات التكنولوجية المتوفرة على الموبايل (ن=٣٠٠)

الاتجاه	المتوسط المرجح	عدد النقاط	نادراً		أحياناً		دائماً		مستوى الاستخدام التطبيقات
			%	ك	%	ك	%	ك	
دائماً	٢,٧٢	٨١٦	٠	٠	٣٧,٧	١١٤	٦٥,٣	١٩٦	المكالمات الصوتية
دائماً	٢,٥٩	٧٧٧	٩,٣	٢٨	٢٢,٣	٦٧	٦٨,٣	٢٠٥	البثوث
أحياناً	١,٨١	٥٤٣	٤٣,٣	١٣٠	٣٢,٣	٩٧	٢٤,٣	٧٣	العب الفيديو الفردية
نادراً	١,٦٢	٤٨٥	٥٨	١٧٤	٢٢,٣	٦٧	١٩,٧	٥٩	العب الفيديو التنافسية المشتركة
دائماً	٢,٤٩	٧٤٨	١٣	٣٩	٢٤,٧	٧٤	٦٢,٣	١٨٧	تشغيل الموسيقى والأغاني والرنات
أحياناً	٢,٢٤	٦٧١	١٤,٧	٤٤	٤٧	١٤١	٣٨,٣	١١٥	تشغيل وتبادل معلومات وحاجات دينية
أحياناً	٢,١١	٦٣٢	١٦	٤٨	٥٧,٣	١٧٢	٢٦,٧	٨٠	تشغيل مقاطع فيديو خاصة

- يتضح من الجدول رقم (٢) تعدد مستويات استخدام التطبيقات التكنولوجية لدى أفراد العينة حيث يتم استخدام التطبيقات التي تعتمد على مشغلات الفيديو والموسيقى، والبلوتوث والكتابة، ويمكن تصنيفها كالتالي:-

- أولاً:- مستوى الاستخدام دائماً: تأتي المكالمات الصوتية في الترتيب الأول، وهي أبسط التطبيقات التكنولوجية المستخدمة على الموبايل بإجمالي نقاط ٨١٦ نقطة (من ٩٠٠ نقطة هي الحد الأقصى للمقياس)، ومتوسط مرجح يعادل ٢,٧٢ درجة، يليه البلوتوث بإجمالي نقاط ٧٧٧ نقطة، بمتوسط مرجح ٢,٥٩، ثم تشغيل الموسيقى والأغاني والرنات بمتوسط مرجح ٢,٤٩ درجة.

- ثانياً:- مستوى الاستخدام أحياناً بالنسبة لتبادل معلومات وحاجات دينية بمتوسط مرجح يعادل ٢,٢٤ درجة، وفي تشغيل مقاطع لفيديو خاصة بمتوسط مرجح يعادل ٢,١١ درجة، وفي ألعاب الفيديو الفردية بمتوسط مرجح يعادل ١,٨١ درجة.

- أما مستوى الاستخدام نادراً في ألعاب الفيديو التنافسية المشتركة وقد جاء في الترتيب الأخير، بمتوسط مرجح يعادل ١,٦٢ درجة. وتشير العديد من الدراسات إلى أن التطبيقات التكنولوجية على الموبايل قد ساعدت المستخدمين بشكل إيجابي، فقد أشارت دراسة (Chei Sian Lee et al. (2009 إلى أن الموبايل قد أضاف بعداً جديداً للترفيه واللعب من خلال الألعاب المشتركة، وأن تبادل النصوص والفيديو يتم بشكل اجتماعي في أي وقت (٤٣).

٢- مدى الاعتماد على الرسائل القصيرة في التواصل مع الآخرين:-

وفي إطار استخدام التطبيقات التكنولوجية على الموبايل، يوضح الجدول التالي استخدام العينة للرسائل القصيرة في التواصل مع الآخرين.

جدول (٣)

يوضح مدى الاعتماد على الرسائل القصيرة في التواصل مع الآخرين

الدلالة ح ٢	كا	الاستجابة		البيان
		ك	%	
٠,٠٠١	٧٧,٨٢٠	١٤٦	٤٨,٧	دائماً
		١٢٥	٤١,٧	أحياناً
		٢٩	٩,٧	نادراً
		٣٠٠	١٠٠	الجملة

يتضح من الجدول رقم (٣):- أن نسبة ٤٨,٧% من أفراد العينة يعتمدون دائماً على الرسائل القصيرة في التواصل مع الآخرين ، وأن نسبة ٤١,٧% منهم يعتمدون على الرسائل القصيرة أحياناً في التواصل مع الآخرين، بينما أجاب ٩,٧% بأنهم نادراً ما يعتمدون على الرسائل القصيرة في التواصل مع الآخرين، وتدلل هذه النسب على ارتفاع معدل الاعتماد على الرسائل القصيرة كأداة للتواصل مع الآخرين، وهو ارتفاع دال عند إجراء الاختبار الإحصائي حيث كانت قيمة كاي^٢ دالة عند مستوى ٠,٠٠١. وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسات سابقة، فقد أشار :- (2003) Per E. Pedersen إلى أن إلى انتشار استخدام الرسائل النصية القصيرة في أوروبا على نطاق واسع، وأن ٧٤% من عينة الدراسة التي أجراها يستخدمون الرسائل القصيرة، وأن الاستمتاع هدف رئيس من استخدام الرسائل القصيرة. (٤٤).

٣- استخدام البلوتوث في التبادل من خلال جهاز الموبايل:-

وحول استخدام تطبيقات البلوتوث في التبادل مع الآخرين باعتبارها نمطاً تكنولوجياً ساهم في التواصل الاجتماعي في المكان الواحد، أفاد المبحوثون بما يلي:

جدول (٤)

استخدام البلوتوث في التبادل مع الآخرين

البيان	الاستجابة		البيان
	ك	%	
مدى استخدام البلوتوث	ك	%	البيان
دائماً	١٨	٦١	دائماً
أحياناً	٩٤	٣١,٣	أحياناً
نادراً	٢٣	٧,٧	نادراً
الجملة	٣٠٠	١٠٠	الجملة

يتضح من الجدول رقم (٤) أن نسبة ٦١% من أفراد العينة يستخدمون البلوتوث دائماً في التواصل مع الأصحاب والمعارف، وأن نسبة ٣١,٣% منهم يستخدمون البلوتوث أحياناً في التواصل مع الأصحاب والمعارف ، بينما نجد نسبة ٧,٧% من العينة يستخدمون البلوتوث في التواصل أحياناً. وهذا يدل على ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يستخدمون البلوتوث كأداة للتواصل.

- وهذا الارتفاع في معدل استخدام البلوتوث دال إحصائياً حيث كانت قيمة (كا) = ١٢٨,٥٤٠ وهذه القيمة دالة عند مستوى ٠,٠٠١، مما يعنى معنوية المعدلات المرتفعة في استخدام البلوتوث كأداة للتواصل بين عينة الدراسة.
- ويساند هذه النتائج ما توصلت إليه دراسات سابقة مثل دراسة (2000) Taina Sikio من أن البلوتوث قد أضاف تقنية جديدة إلى الشبكات الاتصالية الموجودة في مجال نقل البيانات (٤٥). كما أشارت نتائجها إلى أن البلوتوث قد أثر في منظومة القيم في مجال الأعمال. وذلك في إطار الدراسة التي طبقت على ممثلين لرجال الأعمال في مجال صناعة المعلومات.
- ٤- مجالات استخدامات البلوتوث لدى العينة:-
- وحول المجالات التي يستخدم فيها البلوتوث فإن الجدول التالي يوضح ذلك.

جدول (٥)

يوضح مجالات استخدامات البلوتوث (ن=٣٠٠)

الاتجاه	المتوسط المرجح	عدد النقاط	ناراً		أحياناً		دائماً		البيان مجال استخدام البلوتوث
			ك	%	ك	%	ك	%	
دائماً	٢,٥٩	٧٧٦	٦	١٨	٢٩,٣	٨٨	٦٤,٧	١٩٤	تبادل الصور العامة والخاصة.
دائماً	٢,٤٩	٧٤٧	٤,٣	١٣	٤٢,٣	١٢٧	٥٣,٣	١٦٠	تبادل الرنات والندوات.
دائماً	٢,٥٤	٧٦٢	٦,٣	١٩	٣٣,٣	١٠٠	٦٠,٣	١٨١	تبادل الموسيقى والأغاني.
أحياناً	٢,١٦	٦٤٨	١٦	٤٨	٥٢	١٥٦	٣٢	٩٦	تبادل مقاطع الفيديو.
أحياناً	٢,١١	٦٣٣	٢٦	٧٨	٣٧	١١١	٣٧	١١١	تبادل حاجات دينية.

- يتضح من الجدول السابق رقم (٥): تعدد مجالات استخدام البلوتوث بين أفراد العينة، وتباين

مستويات الاستخدام بين دائماً وأحياناً، ويتفاوت الاستخدام في كل منها،

- ففي مستوى يستخدم دائما:- تبادل الصور العامة والخاصة ، وهي أعلى معدل استخدام

للبلوتوث بإجمالي نقاط ٧٧٦ ومتوسط مرجح ٢,٥٩ درجة، يليه استخدام البلوتوث في تبادل الموسيقى والأغاني بإجمالي نقاط ٧٦٢ ومتوسط مرجح يعادل ٢,٥٥ درجة، تم تبادل النغمات والرنات بإجمالي نقاط ٧٤٧ ومتوسط مرجح يعادل ٢,٤٩ درجة،

- يلي ذلك مستوى الاستخدام أحيانا في تبادل مقاطع الفيديو بإجمالي ٦٤٨ نقطة ومتوسط مرجح

يعادل ٢,١٦ درجة، يليه في الترتيب الأخير تبادل المعلومات والموضوعات ما يرتبط بالموضوعات الدينية.

ويتبين من النتائج أن البيانات المتبادلة تتنوع ما بين الصور العامة والخاصة والموسيقى ، ومقاطع الفيديو، ومن خلال هذا التنوع في المعلومات المتبادلة يمكن الاستنتاج بأن الموبايل والتبادل من خلال البلوتوث يمكن أن يتطرق لأشكال جديدة من التواصل الاجتماعي بين مستخدميهم.

٥- دوافع ودلالات استخدام الموبايل في التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة:-

وفي إطار الاستدلال على دوافع استخدام العينة للتطبيقات التكنولوجية على الموبايل كأداة للتواصل لدى عينة الدراسة ومدى ادراكهم لسلوك التواصل بالموبايل ، فإن استجابات العينة جاءت كالتالي:-

جدول (٦)

استجابات العينة للعبارة الدلالية لاستخدامات الموبايل- (ن=٣٠٠)

الاتجاه	المتوسط المرجح	عدد النقاط	لا أوافق		أوافق إلى حد ما		أوافق تماما		اتجاه الرأي العبارة
			ك	%	ك	%	ك	%	
أوافق تماما	٢,٦٥	٧٩٦	٣,٣	١٠	٢٨	٨٤	٦٨,٧	٢٠,٦	التطبيقات التكنولوجية المتقدمة تسهم في توسيع علاقات التواصل الاجتماعي
أوافق تماما	٢,٦٢	٧٨٧	٣	٩	٣١,٧	٩٥	٦٥,٣	١٩٦	يشعرنى الموبايل بالألفة والتواصل مع الآخرين.
أوافق إلى حد ما	١,٦٩	٥٠٦	٤٩	١٤٧	٣٣,٣	١٠٠	١٧,٧	٥٣	الموبايل وسيلة للترفيه فقط.
أوافق إلى حد ما	١,٩٦	٥٨٨	٣٤,٧	١٠٤	٣٤,٧	١٠٤	٣٠,٧	٩٢	الموبايل أداة لإنجاز الأعمال فقط.
أوافق تماما	٢,٥٣	٧٥٨	٣,٧	١١	٤٠	١٢٠	٥٦,٣	١٦٩	الموبايل يدعم الاحتفاظ بالصداقة مع الآخرين.
أوافق إلى حد ما	١,٨٧	٥٦٢	٣٨,٧	١١٦	٣٥,٣	١٠٦	٢٦	٧٨	يعبر نوع الموبايل عن شخصية مالكة.
أوافق تماما	٢,٣٤	٦٧١	١٢,٧	٣٨	٥١	١٥٣	٣٦,٣	١٠٩	استخدام التطبيقات المتقدمة تزيد الثقة بالنفس.
أوافق إلى حد ما	٢,٢٠	٦٦١	١٧,٣	٥٢	٤٥	١٣٥	٣٧,٧	١١٣	استخدم الموبايل لتمضية الوقت مع الأصدقاء
أوافق تماما	٢,٥٠	٧٥١	٤	١٢	٤١,٧	١٢٥	٥٤,٣	١٦٣	استخدم الموبايل في توثيق الروابط مع الأهل والأقارب.
أوافق إلى حد ما	٢,٢٦	٦٧٧	٢٤,٣	٧٣	٢٥,٧	٧٧	٥٠	١٥٠	عدم وجود الموبايل يفقدي التواصل مع الأصدقاء.

- يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (٦) تفاوت الاستخدامات، وتباين آراء مفردات العينة في دوافع استخدام التطبيقات التكنولوجية التي يستخدمها كل منهم على الموبايل، وجاءت الاستجابات التي تحكم الاتجاه العام لدى عينة الدراسة كالتالي:-
- أولاً- مستوى أوافق تماماً: وهو الاتجاه السائد لاستجابات العينة في العبارات الآتية:-
- "التطبيقات التكنولوجية المتقدمة تسهم في توسيع علاقات التواصل الاجتماعي" وذلك بإجمالي نقاط بلغ ٧٩٦ نقطة، ومتوسط مرجح يعادل ٢,٦٥ درجة. وهذه العبارة
- يليه عبارة: "يشعرنى الموبايل بالألفة والتواصل مع الآخرين" وذلك بإجمالي نقاط ٧٨٧ ومتوسط مرجح يعادل ٢,٦٢ درجة.
- ثم عبارة "الموبايل يدعم الاحتفاظ بالصدقة مع الآخرين"، بإجمالي نقاط بلغ ٧٦٨، ومتوسط مرجح يعادل ٢,٥٣ درجة.
- يليه عبارة: "استخدم الموبايل في توثيق الروابط مع الأهل والأصدقاء"، بإجمالي نقاط ٧٥٢ نقطة، ومتوسط مرجح يعادل ٢,٥٠ درجة.
- والعبارات الأربع السابقة تعطى دلالة على مساهمة التكنولوجيا في السلوك الاجتماعي للشخص عند اختبارها إحصائياً للمستجيبين لها بشكل إيجابي من عينة الدراسة.
- ثم عبارة: "استخدام التطبيقات التكنولوجية المتقدمة على الموبايل تزيد الثقة بالنفس" وذلك بإجمالي نقاط بلغ ٦٦١ نقطة ومتوسط مرجح يعادل ٢,٣٤ درجة. ويدل ذلك على أن القدرات المهارية للمبحوث في استخدام التطبيقات التكنولوجية تؤدي على ارتفاع مستوى الثقة بالنفس لدى المستخدم.
- ثانياً - أما المستوى الثالث في معدلات الاستخدام فهو أوافق إلى حد ما: فقد وردت استجابات العينة للعبارات الآتية:
- "عدم وجود الموبايل يفقدني التواصل مع الأصدقاء"، وذلك بإجمالي نقاط بلغ ٦٧٧ نقطة، ومتوسط مرجح يعادل ٢,٢٦ درجة.
- "استخدم الموبايل لتمضية الوقت مع الأصدقاء" بإجمالي نقاط بلغ ٦٦ نقطة، أعطت متوسطاً مرجحاً يعادل ٢,٢٠ درجة.
- "الموبايل أداة لإنجاز الأعمال فقط" بإجمالي ٥٨٨ نقطة، أعطت متوسطاً مرجحاً يساوي ١,٩٦ درجة.
- "يعبر نوع الموبايل عن شخصية مالكة"، بإجمالي نقاط ٥٦٢ نقطة، تساوي ١,٨٧ درجة.

- "الموبايل وسيلة للترفيه فقط"، بإجمالي نقاط يعادل ٥٠٦، ومتوسط مرجح يعادل ١,٦٩ درجة. ومن واقع استجابات العينة يمكن الاستدلال على تنوع استخدامهم وأن الموبايل يساهم بشكل إيجابي في تدعيم بعض أنماط سلوك التواصل الاجتماعي ولا يحد منه، ويتفق ذلك مع ما توصلت إليه دراسات سابقة منها دراسة Kumiko Aoki7 Edward J. Downes(2003), والتي أشارت نتائجها إلى أن الأفراد يستخدمون الموبايل من أجل مساعدة أنفسهم للشعور بالأمان، والتواصل مع الأصدقاء وأفراد الأسرة^(٤٦). ومنها كذلك دراسة:- Marije Kanis et al.(2008) والتي أشارت نتائجها إلى أن تكنولوجيا الموبايل قد قدمت لمستخدميه نمطا اتصاليا ومضمونا يحقق المتعة^(٤٧). وفي مجال الأعمال واستخدام الموبايل في انجاز الأعمال أشارت دراسة Constantnas Coursaris (2008)، إلى أن تكنولوجيا الموبايل قد مثلت قيمة مضافة Value Added في مؤسسات الأعمال الذين أصبح لديهم أدوات أكثر قوة Better Leverage من خلال الموبايل^(٤٨). وبهذا فإن التنوع في مستوى السلوك الاجتماعي، واتجاه الاستجابة تؤكد على إيجابية مشاركة الموبايل في تدعيم نمط السلوك المشارك لدى عينة الدراسة.

٦- مدى استخدام نعمات خاصة على الموبايل لدى عينة الدراسة:-

وحول استخدام نعمات الخاصة للرنين بجهاز الموبايل فإن الجدول التالي يوضح ذلك:

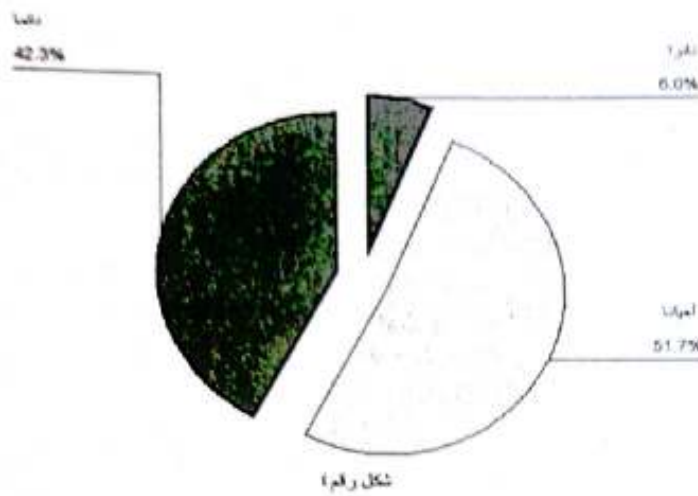
جدول (٧)

يوضح مدى استخدام نعمات خاصة على الموبايل

الدلالة د ح ٢	كا ٢	الاستجابة		البيان مدى الاستخدام
		ك	%	
٠,٠٠١	١٠٤,٧٨٠	١٢٧	٤٢,٣	دائما
		١٥٥	٥١,٧	أحيانا
		١٨	٦	نادرا
		٣٠٠	١٠٠	الجملة

والشكل التالي يعبر عن بيانات الجدول السابق

هل تستخدم نغمات خاصة على الموبايل الخاص بك



شكل رقم (٢)

يبين مدى استخدام نغمات خاصة للرنين لدى عينة الدراسة.

يتضح من الجدول السابق رقم (٧) والشكل البياني المعبر عن الجدول أن:- نسبة ٤٢,٣% من أفراد العينة قد اختاروا البديل دائما بالنسبة لاستخدامهم نغمات رنين خاصة على الموبايل، ونسبة ٥١,٧% منهم يستخدمون نغمات خاصة على الموبايل الخاص بهم أحيانا، بينما اختار ٦% منهم البديل نادرا ما يستخدمون النغمات الخاصة للرنين، وهذا يدل على ارتفاع معدل استخدام أفراد العينة لنغمات رنين خاصة على الموبايل الخاص بهم، وهو ارتفاع دال إحصائيا حيث كانت قيمة $\chi^2 = 104,780$ وهي نسبة دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

٧- الدلالات الخاصة باستخدام النغمات الخاصة على الموبايل لدى عينة الدراسة:-

وعن الدلالات الخاصة باستخدام النغمات الخاصة بالرنين على الموبايل أجاب المبحوثون بالاختيارات الآتية على المقياس الدلالي لاستخدام هذه النغمات، وبعض من هذه البدائل تقدم مؤشرات للاستخدام الاجتماعي لنغمات الرنين باعتبارها أداة للتواصل أو مثيرا للتواصل الاجتماعي.

جدول (٨)
دلالات استخدام نغمات الرنين كما تدركها عينة الدراسة (ن=٣٠٠)

الاتجاه	المتوسط المرجح ح	عدد النقاط	لاوافق		وافق إلى حد ما		وافق تماما		البيان	العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك		
أوافق تماما	٢,٣٤	٧٠٣	٧	٢١	٥١,٧	١٥٥	٤١,٣	١٢٤	نغمات رنين للموبايل الخاصة هي أداة للتعبير عن الذات	
أوافق إلى حد ما	٢,١٦	٦٤٨	١٣,٣	٤٠	٥٧,٣	١٧٢	٢٩,٣	٨٨	يقوم البعض أحيانا بإهداء نغمة الرنين في المناسبات	
أوافق تماما	٢,٣٧	٧١٠	٩,٧	٢٩	٤٤	١٣٢	٤٦,٣	١٣٩	نغمة الرنين تعبر عن شخصية مستخدمها	
أوافق تماما	٢,٣٦	٧٠٩	٩,٣	٢٨	٤٥	١٣٥	٤٥,٧	١٣٧	تستخدم نغمة الرنين كأداة للتواصل أحيانا	
أوافق إلى حد ما	٢,١٨	٦٥٤	١٥,٧	٤٧	٥٠,٧	١٥٢	٣٣,٧	١٠١	يشترك المقربون في اختيار نغمة الرنين	
أوافق تماما	٢,٤٦	٧٣٨	١١	٣٣	٣٢	٩٦	٥٧	١٧١	توجد نغمات موبايل راقية وأخرى متدنية.	
أوافق تماما	٢,٥٢	٧٥٦	٩	٢٧	٣٠	٩٠	٦١	١٨٣	يهتم البعض بتغيير النغمة من وقت لآخر	
أوافق إلى حد ما	٢,٢٣	٦٧٠	٢٢,٣	٦٧	٣٢	٩٦	٤٥,٧	١٣٧	أحيانا تعبر نغمة الرنين عن ثقافة مستخدمها	

- يتضح من الجدول السابق رقم (٨)، وهو يعبر عن اختيارات مفردات العينة وأرائهم في العبارات الدلالية في الجدول والتي يعبر بعضها عن إمكانية توظيف نغمات الرنين الخاصة بالموبايل كأداة تمهد للتواصل الاجتماعي مع الآخر، أو الاستدلال من خلالها على شخصية مستخدم النغمة، أو الاستدلال بالنغمات المحددة للرنين على مؤشرات مجتمعية، أو ثقافية أو نمط شخصية مستخدم نغمة الرنين، وقد عبرت استجابات المبحوثين عن التوجهات والمستويات التالية:

أولاً:- اتجاه أوافق تماما للعبارات الدلالية الآتية

- "يهتم البعض بتغيير نغمة الرنين من وقت لآخر" بمتوسط مرجح يعادل ٢,٥٢ درجة.
- "توجد نغمات رنين راقية وأخرى متدنية" بمتوسط مرجح يعادل ٢,٤٦ درجة.
- "نغمة رنين الموبايل تعبر عن شخصية مستخدمها" بمتوسط مرجح يعادل ٢,٣٧ درجة.
- "تستخدم نغمة الرنين كأداة للتواصل أحيانا بمتوسط مرجح يعادل ٢,٣٦ درجة.
- "نغمات رنين الموبايل الخاصة هي أداة للتعبير عن الذات" بمتوسط يعادل ٢,٣٤ درجة.

ثانياً: اتجاه موافق إلى حد ما على العبارات الدلالية الآتية:-

- " أحيانا تعبر نغمة الرنين عن ثقافة مستخدميها" بمتوسط مرجح يعادل ٢,٢٣ درجة.
- "يشارك المقربون في اختيار نغمة الرنين" بمتوسط مرجح يعادل ٢,١٨ درجة.
- "يقوم البعض أحيانا بإهداء نغمة الرنين في المناسبات" بمتوسط مرجح يعادل ٢,١٦ درجة.

والعبارات المستخدمة هنا لها دلالات في سياق التواصل الاجتماعي بدرجات متفاوتة، ومنها أن "نغمة الرنين تعبير عن الذات" وقد وافق عليها مفردات العينة تماماً، وهي تعنى أن الشخص يقدم نفسه للآخر عن طريق ما يختاره من نغمات للرنين على جهاز الموبايل، وعبارة " نغمة الرنين تعبر عن ثقافة مستخدميها"، واتجاه الموافقة عليها إلى حد ما، ويقتنع البعض بوجود نغمات متفاوتة المعنى والمستوى والدلالة وبالتالي تعبر بشكل ما عن إطار ثقافي محدد. وعبارة " يقوم البعض بإهداء نغمة الرنين أحيانا"، وهي بهذا الشكل تدور في إطار العلاقات الاجتماعية التي يسهم الموبايل فيها بشكل إيجابي. كما أشارت نتائج دراسة:- (Jaun Miguel Agudo & Inmaculada J. Martines(2007) إلى أن الهاتف المحمول قد أصبح وسيلة إشباع ثقافية جديدة. (٤٩)، وفي سياق توظيف الموبايل للتعبير عن الذات أشارت دراسة (Ola Ogunyemi (2006) إلى أن المراهقين يستخدمون الموبايل لتقديم أنفسهم *Self Presentation* وتقديم معان اجتماعية *Social meaning* من خلال النغمات الخاصة *Call Tones*، وأن من لا يملكون الموبايل يشعرون بأنهم مستبعدون من الصيغ المجتمعية الحديثة. (٥٠).

٨- معايير اختيار نوع الموبايل لدى عينة الدراسة:-

وعن المعايير التي يحتكم إليها المبحوثون في اختيار نوع جهاز الموبايل الخاص بهم فقد جاءت استجاباتهم كما يوضحها الجدول التالي:-

جدول (٩)
معايير اختيار نوع الموبايل لدى عينة الدراسة ن=٣٠٠

الاتجاه	المتوسط المرجح	عدد النقاط	لا أوافق		أوافق إلى حد ما		أوافق تماما		البيان
			%	ك	%	ك	%	ك	
أوافق تماما	٢,٧٥	٨٢٥	١,٧	٥	٢١,٧	٦٥	٧٦,٧	٢٣٠	وفرة للتطبيقات التكنولوجية
أوافق تماما	٢,٥٩	٧٧٦	٣,٣	١٠	٣٤,٧	١٠٤	٦٢	١٨٦	مساحة الذاكرة
أوافق تماما	٢,٦٠	٧٨٠	٧,٧	٢٣	٢٤,٧	٧٤	٦٧,٧	٢٠٣	جودة الصوت
أوافق تماما	٢,٦٩	٨٠٨	٢,٣	٧	٢٦	٧٨	٧١,٧	٢١٥	الكفاءة العالية للكاميرا
أوافق تماما	٢,٥٤	٧٦٢	٤	١٢	٣٨	١١٤	٥٨	١٧٤	سهولة استخدام الموبايل
أوافق تماما	٢,٥٣	٧٥٨	٧,٧	٢٣	٣٢	٩٦	٦٠,٣	١٨١	الاسم التجاري (ماركة الموبايل)
أوافق تماما	٢,٥٣	٧٥٨	٥,٧	١٧	٣٦	١٠٨	٥٨,٣	١٧٥	السعر المناسب

- يتضح من الجدول السابق رقم (٩) أن اتجاه "أوافق تماما" هو الاتجاه السائد لدى العينة لكل المعايير التي تحدد اختيار الموبايل ، مما يدل على تمتعها بقدر متقارب من الأهمية بالنسبة لعينة الدراسة، وأن تفاوت النقاط التي حصل عليها كل بديل، ودرجة المتوسط المرجح الخاص به لا يقلل من أهمية المعيار في عملية اختيار الموبايل، مع الإشارة إلى ظهور أهمية الاسم التجاري للموبايل كمظهر عام يصاحبه تطبيقات تكنولوجية قد تكون متقاربة في الأسماء التجارية المختلفة، كما أن مناسبة السعر ترتبط بشكل أو بآخر بالقدرات المادية وليس بالضرورة بالتطبيقات التكنولوجية المتوافرة على جهاز الموبايل. وجاء ترتيب معايير الاختيار كما يلي:- وفرة التطبيقات التكنولوجية بمتوسط مرجح يعادل ٢,٧٥ درجة في الترتيب الأول، ثم الكفاءة العالية للكاميرا بمتوسط مرجح ٢,٦٩ في الترتيب الثاني، وجودة الصوت بمتوسط ٢,٦٠ في الترتيب الثالث، ومساحة الذاكرة بمتوسط ٢,٥٩ في الترتيب الرابع، ثم سهولة استخدام الموبايل بمتوسط ٢,٥٤ في الترتيب الخامس، ثم الاسم التجاري (ماركة الموبايل) بمتوسط ٢,٥٣ في الترتيب السادس، وأخيرا مناسبة السعر بمتوسط مرجح يعادل ٢,٥٣ درجة. وتتفق هذه المعايير مع ما توصلت إليه دراسة صفا محمود عثمان (٢٠٠٩) من أن دوافع شراء الموبايل لدى عينة الدراسة تتمثل في جودة الكاميرا ونقاء الصوت السعة الكبيرة للذاكرة والخدمات التي يقدمها الجهاز. (*)

اختبار فروض الدراسة:-

اختبار الفرض الأول:-

"توجد علاقة ارتباطية ايجابية دالة إحصائيا بين كثافة استخدام التطبيقات التكنولوجية ، ومستويات التواصل الاجتماعي".

ويهدف الفرض إلى اختبار مدى وجود علاقة بين كثافة الاستخدام للتطبيقات التكنولوجية على الموبايل الواردة في الجدول رقم (٢) ومستويات التواصل الاجتماعي المتمثلة في استجابات الجمهور لأبعاد التواصل الاجتماعي الواردة في جدول رقم (٦)، باستخدام معامل ارتباط بيرسون وجاءت النتيجة كالتالي:

جدول (١٠)

العلاقة بين كثافة استخدام التطبيقات التكنولوجية، ومستويات التواصل الاجتماعي

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
كثافة استخدام التطبيقات التكنولوجية	١٥,٤	٢,٤١				
ومستويات التواصل الاجتماعي	٢٢,٥	٣,١٧	*٠,٣٤٦	إيجابي	متوسط	٠,٠١

يتضح من الجدول السابق رقم (١٠) :-

- وجود علاقة ارتباطية ايجابية متوسطة دالة إحصائيا بين كثافة استخدام التطبيقات التكنولوجية ، ومستويات التواصل الاجتماعي المحدود والمتعدد، حيث كانت قيمة $r = ٠,٣٤٦$ ($٠,٦ > r > ٠,٣$) دالة عند مستوى دلالة ٠,٠١. أي أن الفرض الأول تحقق كليا.

بمعنى أنه كلما ارتفع متوسط كثافة استخدام التطبيقات التكنولوجية على الموبايل لدى عينة الدراسة، كلما ارتفع مستوى التواصل الاجتماعي لدى الأفراد، وعلى مستوى التطبيق التكنولوجي يمكن القول أن ارتفاع معدل استخدام الفرد للرسائل القصيرة أو البلوتوث، أو المكالمات الصوتية يرتبط بها ارتفاع مستوى ميله للتواصل الاجتماعي مع الآخرين، وهذا الارتباط الدال ذو مستوى متوسط كما عبرت عنه العلاقة الارتباطية المحسوبة لكل من المتغير المستقل والمتغير التابع، وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة (Manuel Castells et al. (2004 من أن تطبيقات تكنولوجيا الموبايل قد انتشرت عبر الكرة الأرضية أسرع من أي تكنولوجيا أخرى وكان لها تأثيراتها الاجتماعية ، وأنها كونت ما يسمى مجتمع الاتصال بالموبايل *Mobile communication society* (م^٢)، وبالتالي استتبع ذلك أنماطا جديدة من العلاقات الاجتماعية والتأثيرات الثقافية.

اختبار الفرض الثاني:

"توجد فروق بين متوسطات درجات استخدام كل من الذكور والإناث للتطبيقات التكنولوجية على الموبايل لصالح الإناث."

ويهدف الفرض لاختبار دلالة الفروق القائمة في متوسط استخدام كل من الذكور والإناث للتطبيقات التكنولوجية بافتراض أن الإناث أكثر استخداماً لهذه التطبيقات وجاءت نتيجة اختبار الفرض كالتالي:

جدول (١١)

قيمة (ت) دلالة الفروق بين الذكور والإناث في استخدام التطبيقات التكنولوجية

المتغير	الجنس	ذكور (ن=١١٠)		إناث (ن=١٩٤)		T	الدلالة ح.د ٢٩٨
		م	ع	م	ع		
استخدام التطبيقات التكنولوجية		١٥,٩	٢,٦٧	١٥,١	٢,٢٠	٢,٧٢٤	٠,٠١

- يتضح من الجدول السابق رقم (١١) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور والإناث في كثافة استخدام التطبيقات التكنولوجية لصالح الذكور، حيث كانت قيمة (T) دالة عند مستوى ٠,٠١، أي أن الفرض الثاني لم يتحقق كلياً، ولم تثبت صحة الفرض لأن الفروق جاءت لصالح الذكور.

وقد اختلفت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسات سابقة مثل دراسة ، (2001) Ling R. التي أشارت إلى أن الإناث المراهقات أكثر استخداماً للرسائل القصيرة مقارنة بالذكور (٢٠)، بينما أشارت دراسة Lei E. (2004) إلى أن الذكور يستخدمون المكالمات الصوتية بشكل أكبر مقارنة بالإناث (٤)، بينما أشارت نتائج دراسة Zafar Iqbal (2010) إلى أن كلا من الذكور والإناث قد اظهرا اهتماماً بالرسائل القصيرة أكثر من اهتمامهم بالمكالمات الصوتية (٥٥)، وربما يدل هذا التباين على أن التطبيقات التكنولوجية للموبايل في حاجة إلى المزيد من الدراسات للتعرف على الخصائص التي تميز استخدام كل من الذكور والإناث لهذه الوسيلة الاتصالية بتطبيقاتها التقنية المتعددة. كما أن اختلاف انماط التفاعل مع هذه التطبيقات من مجتمع لآخر يعطى قيمة إضافية للحاجة إلى المزيد من هذه الدراسات في المجتمع المصري.

اختبار الفرض الثالث:-

"توجد فروق بين متوسطات درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في مستوى استخدام التطبيقات التكنولوجية لصالح المقيمين بالحضر".

- ويهدف الفرض إلى قياس وتعرف دلالة الفروق بين المقيمين بالحضر في كل من مدينتي القاهرة والجيزة والمقيمين في ريف محافظتي الغربية ودمياط في مستويات استخدام التطبيقات التكنولوجية، مع افتراض تخميني يعتبر كثافة الاستخدام في الحضر أعلى من الريف، واختبار صحة الفرض تم استخدام الاختبار التائي T Test وجاءت النتائج كالتالي:

جدول (١٢)

لدلالة الفروق بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في مستوى استخدام التطبيقات التكنولوجية

المتغير	الحضر (ن=١٥٠)		ريف (ن=١٥٠)		T	الدلالة د.ح ٢٩٨
	ع	م	ع	م		
استخدام التطبيقات التكنولوجية	٢,٠٩	١٥,٠	٢,٦٣	١٥,٨	٢,٩٨٩ -	٠,٠١

يتضح من الجدول السابق رقم (١٢): وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في استخدام التطبيقات التكنولوجية لصالح المقيمين بالريف، حيث كانت قيم (ت) دالة عند مستوى ٠,٠١، أي أن الفرض الرابع لم يتحقق كليا. وهذا يدل على أن كثافة استخدام التطبيقات ألى لدى المقيمين في الريف مقارنة بالمقيمين في الحضر.

والحقيقة التي ينبغي التأكيد عليها إلى أنه لم ترد في الرصيد العلمي للدراسات السابقة ما ينوه على وجود فروق دالة في استخدام التطبيقات التكنولوجية للموبايل في المجتمع الريفي مقارنة بالمجتمع الحضري، ولكن النتيجة هنا تكشف عن أن الفروق دالة لصالح المقيمين بالريف، ويرى الباحث هنا أن كثافة الاستخدام العالية بالريف تعود إلى الاعتماد على الموبايل في التواصل بشكل أكبر لدى الريفيين في حين تتعدد وسائل التواصل والاستخدامات الترفيهية الأخرى لدى سكان المدن، وعلى سبيل المثال احتمال انتشار الحاسب الشخصي لدى المقيمين في المدينة بشكل أكبر من الريف.

اختبار الفرض الرابع:-

"توجد فروق بين متوسطات درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في مستويات التواصل الاجتماعي لصالح المقيمين بالريف".

جدول (١٣)

قيمة (ت) لدلالة الفروق بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في مستويات التواصل

الدلالة د.ح=٢٩٨	T	ريف (ن=١٥٠)		حضر (ن=١٥٠)		الإقامة المتغير
		ع	م	ع	م	
٠,٠٠١	٤,٣٣٩ -	٢,٢٥	١٢,٤	١,٩٩	١١,٤	مستويات التواصل

يتضح من الجدول السابق رقم (١٣) :- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في مستويات التواصل لصالح المقيمين بالريف، حيث كانت قيم (T) دالة عند مستوى ٠,٠٠١، أي أن الفرض الرابع تحقق كليا. بمعنى أن مستويات التواصل الاجتماعي بين مستخدمي التطبيقات التكنولوجية على الموبايل أعلى لدى المقيمين بالريف عن نظرائهم المقيمين بالحضر. وذلك وفقا لابعاد مقياس التواصل التي تم عرضها في بعض محاور الجدول رقم (٦).
اختبار الفرض الخامس:-

"توجد فروق في جودة المستويات التقنية للتطبيقات التكنولوجية على الموبايل، بين كل من الريف والحضر لصالح الحضر. (وفقا لأنواع الموبايل المستخدمة في كل منهما)".

جدول (١٤)

يوضح مستويات التطبيقات التكنولوجية على الموبايل، بين كل من الريف والحضر

الدلالة د.ح=٩	كا	إجمالي		ريف		حضر		الإقامة نوع الموبايل
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٠١	١٨٤,١ ٧٤	٣٥	١٠٥	٥٢	٧٨	١٨	٢٧	نوكيا عادي
		٩,٧	٢٩	٤,٧	٧	١٤,٧	٢٢	I phone
		١٠	٣٠	١٨	٢٧	٢	٣	سامسونج عادي
		٤,٧	١٤	٩,٣	١٤	٠	٠	صيني
		٣	٩	٥,٣	٨	٠,٧	١	L.G
		٣	٩	٦	٩	٠	٠	G.TIDE
		٢,٣	٧	٤,٧	٧	٠	٠	Sony
		٨,٣	٢٥	٠	٠	١٦,٧	٢٥	Ericsson
		١٨,٣	٥٥	٠	٠	٢٦,٧	٥٥	Galaxy
		٥,٧	١٧	٠	٠	١١,٣	١٧	Black berry
		١٠٠	٣٠٠	١٠٠	١٥٠	١٠٠	١٥٠	HTC
								الجملة

معامل كرمز $V = ٠,٦٨٤$ ، وهي قيمة دالة عند مستوى ٠,٠٠٠١.

- يتضح من الجدول السابق رقم (١٤) أن:- نسبة ٢٦,٧% من المقيمين بالحضر يستخدمون Black berry، ونسبة ١٨% منهم يستخدمون نوكيا عادى، و ١٦,٧% منهم يستخدمون Samsung Galaxy، و ١٤,٧% منهم يستخدمون I phone.
- بينما نسبة ٥٢% من المقيمين بالريف يستخدمون نوكيا عادى، و ١٨% منهم يستخدمون سامسونج، ونسبة ٩,٣% منهم يستخدمون صيني، و ٦% يستخدمون G tide، ونسبة ٤,٧% يستخدمون Sony Ericsson، وهذه الأسماء التجارية الثلاث الأخيرة ظهرت فى استخدامات الريف ولم تظهر فى استخدامات المقيمين بالمدن، وهذه الاتواع من الموبايل تتسم بانخفاض سعرها مقارنة بالانواع الأخرى، مع انخفاض فى الجودة بالنسبة للتطبيقات التكنولوجية المتوافرة فى كل منها، ومحدودة القدرات بالنسبة للوسائط المتعددة ومشغلات الفيديو وغيرها، وإن كانت توفر التقنيات اللازمة للتواصل مع الأخر من خلال التطبيقات الأخرى مثل البلوتوث، والكتابة النصية، والمكالمات الصوتية وغيرها.
- كذلك يتضح وجود فروق فى جودة مستويات التطبيقات التكنولوجية على الموبايل، بين كل من المقيمين بالريف و المقيمين بالحضر لصالح الحضر، حيث كانت قيمة $t = 184,174$ وهى دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١. أي أن الفرض الخامس تحقق كليا.

الخلاصة والتوصيات:-

- أصبح تطوير التطبيقات التكنولوجية لوسائل الاتصال من العناصر الرئيسة لجاذبية الوسيلة فى الوقت الراهن. ولعل التطورات التى لحقت بجهاز الموبايل جعلته يحتل مكان الصدارة فى المنافسة التقنية المرئية والمسموعة بل والمقروءة أيضا قياسا للوسائل الاتصالية الأخرى وفى حدود المضمون الذى يتيح الموبايل كجهاز يعتمد على خوادم Servers أخرى فى توفير محتواه. وقد أجريت الدراسة الحالية بهدف التعرف على تأثير استخدام التطبيقات التكنولوجية للموبايل على السلوك الاتصالى لمستخدميهن وأشارت نتائج البحث إلى تأثيرات متباينة على السلوك الاتصالى لمستخدمى الموبايل، أهمها:- أن غالبية المبحوثين تعتبر الموبايل وسيلة تساعد على التواصل الاجتماعى، وأنه كلما ارتفعت مستويات استخدام التطبيقات التكنولوجية لدى العينة ارتفع معدل التواصل الاجتماعى لديها (الفرض الأول)، كما أشارت النتائج إلى موافقة العينة تماما على أن استخدام الموبايل يدعم الاحتفاظ بالصدقة، وأن استخدام التطبيقات

المتقدمة تزيد الثقة بالنفس . الأخرين لدى العينة . هذه النتائج تعتبر مؤشرا للمكانة التي يتميز بها الموبايل كوسيلة اتصالية في عصر يتزايد فيه النمط التقني من التواصل الاجتماعي للأفراد . ومن واقع النتائج يوصى الباحث بما يلي:

- إجراء المزيد من الدراسات لاستخدام الموبايل كأداة للدمج الاجتماعي للفئات المهمشة وذوي الاحتياجات الخاصة، من خلال التواصل بأشكال مختلفة من التطبيقات المتاحة على الموبايل، وبتيح ذلك تعرف المخطط على احتياجات تلك الفئات ومطالبها والسعى لحلها في إطار توسيع وظيفة الموبايل من مجرد جهاز يستخدمه الجمهور في الإتصال إلى وسيلة تفاعل مجتمعي مهمة.
- الاستفادة من الانتشار المجتمعي الواسع للموبايل في وظائف مجتمعية تحتاجها عملية التنمية في مصر مثل التوعية الصحية، والتوعية بالمخاطر المحتملة، والتطبيقات القطاعية الموجهة والتي تستخدم إقليميا محددًا، أو منطقة بعينها، وذلك يستلزم إدراك المخطط للقدرات التي يتمتع بها الموبايل في التواصل والتفاعل.
- إجراء دراسات حول استخدام الهواتف الذكية وتوظيفها، والقدرات التي تتميز بها في إرسال وإتاحة عرض المقاطع المرئية والصوتية في إطار خصائص الموبايل التي تقوم على الأفكار المختصرة والوقت المحدود، وإتاحة الفرصة لمؤسسات الدولة ومؤسسات المجتمع المدني للاستخدام المرشد للموبايل، وتوظيفة بطرق أكثر ايجابية لخلق وعي مجتمعي وبصفة خاصة بين الأميين وفي الريف فيما يخص قضايا الحياة اليومية.

مراجع الدراسة:-

- 1- Tomi T. Ahnon,(2008), *Mobile as 7th.Of Mass Media*. New York, future Text ltd.
- 2- *Ibid*.
- 3- Jamie L. Pichat, Karen L. Paullet& Daniel R. Rata (2010), *How Mobile Technology is Changing Our Culture?*, conference of Information Systems and applied Research, Nashville, Tennessee, USA. Vo.3 No. 519
- 4- Huiqi Zhang, (2010) '*Socioscope: human Relationship and Behavior Analysis In Mobile Social Network*', Doctorate Thesis, computer Science Dept. University of North Texas, USA.
- 5- Katz J. E. and M.A. Asukhus, (2002), '*Perpetual Content: Mobile communication, private talk, public performance*', Cambridge: Cambridge University press.
- 6- Schroeder, R. (2007). '*Rethinking Science: Technology and social change*', Stanford, CA, Stanford University press.
- 7- Atul Patel,(2010), '*Mobile phone usage habits of students commuting from rural areas to nearby town- An expletory study of Vanagar (India)*', Global journal of management and business research, Vol.11, issue 6,pp:30:36.
- 8- Bugeja M.(2005), *Interpersonal divide*. New York, Oxford University press.
- 9- Atul Parel, (2010), *Mobile phone usage habits of students commuting from rural areas to nearby town- An expletory study of Vanagar (India)*, Op Cit.
- 10- Jamie L. Pichat, Karen L. Paullet& Daniel R. Rata (2010), *How Mobile Technology is Changing Our Culture?*
Op Cit.
- 11- Huiqi Zhang, (2010), *Socioscope: human Relationship and Behaviour Analysis In Mobile Social Network*' Op Cit.
- 12- Zafar Eqbal (2010), *Gender differences in mobile phone use: what communication motives does it gratify?* European Journal of Scientific Research , Vol. 46 No. 6. , Pp:510-522.
- 13- Adela Rodrigo,(2010), *Mobile phone as tools of social change, A case study of mobile phone use amongst Tanzanian youth*, Master Thesis, department of Communication, Malmo University , Sweden.

- 14- Jolio Abscal and Anton Civit,(2010), *Mobile communication for older people: New opportunities for autonomous life*. Available at:-
http://www.idc-online.com/technical_references/pdfs/electrical_engineering/abascal_fin_al.pdf
- 15- Jeol P. C. Rodrigues et al.(2010), *New trends on ubiquitous mobile multimedia applications*, Journal of Wireless communication and Networking, Vol.2, Pp: 517-528.
- 16- Deui Rooslan Tojib et al,(2010), *Determinants of mobile entertainment use: A conceptual model*. Available at :-
http://anzmac.info_Proceedings/PDF/S15_/Tojib%20%26%20Tsarenko%20S8%20S4%20P4%20.pdf.
- 17- Melanie Grellhesh,(2010), *'Using the Use and Gratification Theory to Understand Gratification Sought through Text Messaging Practices of Male and Female Undergraduate students'*, Master Thesis of arts, Faculty of Texas Tech. University. Texas. USA.
- 18- Oscar Westlund,(2009), *'Perceptions of mobile device as new medium from a cross-cultural perspective'*, Conference of international communication association(ICA),20-21 May 2009, Department of Journalism and Mass Communication, Chicago, Illinois, USA.
- 19- Chei Sian Lee et al. (2009), *'Understanding perceived gratification for mobile content sharing and retrieved in a game-based entertainment'*, Report of Interactive Digital Media R&D program, Research, Singapore national foundation , Report by Springer verlog. Berlin. Germany.
- 20- Shanthi Vadyana& Rovi Chandran, (2009), *'Mobile phone and teenager, Impact, Consequences and concerns, Parents / Caregivers perspectives'* ,Master Thesis, Unitec. Institute of Technology, New Zealand.
- ٢١ - صفا محمود عثمان (٢٠٠٩)، "إدراك الجمهور والقائم بالاتصال للخدمات الإعلامية المقدمة عبر الهاتف المحمول"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثالث والثلاثون، يناير-يونية ٢٠٠٩. ص:- ١٨٧-٢٣٠.
- 22- Omatoya Banjo, Yifeng Hu,& S. Shyam Sunder (2008), *'Cell phone usage and social interaction with proximate others: ringing in a theoretical Mode'*, The Open university Journal, College of communication, The Pennsylvania State University, Vol.2 Pp: 127-135.

- 23- Marije Kanis et al. (2008), '*Minimal connectedness: Exploring the effects of positive messaging using mobile technology*', Book of CHI Conference, Pp: 2513-2522, 5-10 April 2008, Florence Italy. Available at:- <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1358708>
- 24- Juan M. Aguado & Inmaculada J. Martinez,(2007), '*Mass Mediatizing Mobile Phones: content development, professional Convergence and consumption*', conference of mobile media, University of Sydney, Australia, 204 July.
- 25- Wei Ran,(2006), '*Staying connected while on the move: Cell phone use and social connectedness*', New media & society Journal, Vol.8, Issue 1,Pp: 53-72.
- 26- Kuniko aoki & Edward J. Dounes,(2003), '*An analysis of young people's use of and attitudes toward cell phone*', Journal of Telematics and information, vol.20,Pp: 349-364., college of Communication, Boston University.
- 27- Tonia Sikio,(2000), '*The role of Bluetooth technology in transforming the value network of ITC industry*', Master Thesis, department of Business, Lappeenranta University of Technology, Helsinki.
- ٢٨- محمد عبد الحميد،(١٩٩٧)، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة:- عالم الكتب.
- ٢٩- حسن عماد المكاوي وليلى حنين السيد،(١٩٩٨)،الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- ٣٠- عبد الرحمن محمد العيسوي (٢٠٠٢)، دراسات في علم النفس، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- 31- Alain Fayolle & Bonit Gailly(2004), '*Using The Theory of planned Behavior to access Entrepreneurship Teaching Programs: A first Experimentation*, 14th annual Intent conference 4-7 July, University of Napoli Federico Italy.
- 32- GCN (Government communication Network), (2008), '*Communication and Behavior Change*', Journal of Behavior Change Knowledge Review. Report to sustainable development research. London.
- 33- Glanz K. et al. (1990), '*Health Behavior and Health Education: Theory, Research and practice*', san Jessey Press, Francisco. CA. USA.

- 34- World Bank. Comm. GAP,(2002), *Theory of Behavior Change, Communication for Governance & Accountability program*. Published by: World Bank, UN.
- 35- Juan M. Aguado & Inmaculada J. Martinez,(2007), '*Mass Mediatizing Mobile Phones: content development, professional Convergence and consumption*. Op Cit.
- 36- Ibid.
- 37- Oscar Westluod,(2009), '*Perceptions of mobile device as new medium from a cross-cultural perspective*' Op cit.
- 38- Juan M. Aguado & Inmaculada J. Martinez,(2007), '*Mass Mediatizing Mobile Phones: content development, professional Convergence and consumption*. Op Cit.
- 39- Ibid.
- 40- Oscar Westluod,(2009), '*Perceptions of mobile device as new medium from a cross-cultural perspective*' Op cit.
- 41- Pier E. Pederson & Herbjorn Nysveen,(2003), '*Using Theory of planned Behavior to explain Teenagers Adoption of Text Messaging Services*'. Available at:-
<http://citeseerx.ist.psu.edu/view/doi=10.1.1.20.2242>
- 42- Tonia Sikio,(2000), '*The role of Bluetooth technology in transforming the value network of ITC industry*', Op Cit.
- 43- Chei Sian Lee et al. (2009), '*Understanding perceived gratification for mobile content sharing and retrieved in a game-based entertainment*. Op Cit.
- 44- Per E. Pedersen & Herbjorn Nysveen,(2003), '*Using Theory of planned Behavior to explain Teenagers Adoption of Text Messaging Services* , Op cit
- 45- Taina Sikio(2000), '*The role of Bluetooth technology in transforming the value network of ITC industry*'. Op Cit.
- 46- Kumiko Aoki & Edward J. Dounes(2003), "*An analysis of young people's use of and attitudes toward Cell phone*". Op Cit.
- 47- Marije Kanis et al.(2008) '*Minimal connectedness: Exploring the effects of positive messaging using mobile technology*', Op cit.
- 48- Constantnas Coursaris (2008), '*Mobile Technology and Ecommerce*' journal article available at :-

<http://udini.proquest.com/preview/mobile-technology-review-goid:1019309546/>

- 49- Jaun Miguel Agudo & Inmaculada J. Martines(2007), '*Mass Mediatizing Mobile Phones: content development, professional Convergence and consumption. Op Cit.*
- 50- Ola Ogunyemi, (2006), *consumption and(in) Appropariate Use of Mobile Phone among Teenage Africans in the UK*, Lincoln School of journalism, University of Lincoln, Brayford Pool, UK.
- ٥١- صفا محمود عثمان (٢٠٠٩)، "إدراك الجمهور والقائم بالاتصال للخدمات الإعلامية المقدمة عبر الهاتف المحمول"، مرجع سابق.
- 52- Manual Castells et al.(2004), *The Mobile communication society , A cross-cultural analysis of Available Evidence on the Social uses of wireless communication technology*, International workshop on wireless and communication policies and prospects 8-9 October 2004, School of communication. University of south California .USA
- 53- Ling R. (2001) , '*Students girls and young adult men; two sub-cultures of mobile telephone.* Kjeller telenor report of research and Development.vol. 34.
- 54- Lei E. (2004) , *Shaping the future: Mobile information society, the case of kingdom of Norway*, International telecommunication Union workshop on Shaping the future of Mobile. Norway
- 55- Zafar Iqbal (2010), *Gender differences in mobile phone use: what communication motives does it gratify? Op cit.*