

الأثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الجمهور المصري لتطبيقات الهواتف المحمولة

د. هويدا محمد عزوز*

الملخص:

سعت الدراسة إلى رصد و تفسير الأثار النفسية و الاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لتطبيقات الهواتف الذكية والدوافع والإشباعات المتحققة منه، واعتمدت الدراسة علي مجموعة من النظريات (نظرية الحضور الاجتماعي – نظرية المجال العام – مدخل الاستخدامات و الإشباعات) للاستفادة منها في تفسير نتائج الدراسة والاستدلال عليها. وأوصت الباحثة بإجراء مزيد من الأبحاث والدراسات المستقبلية حول تطبيقات الهواتف الذكية .

The Psychological and Social Implication of Egyptian youth's use of Mobile Phone Applications

Dr. Howayda Mohamed El Sayed Azouz*

Abstract:

Identifying the reasons for the Egyptian public's use of mobile phone applications, and the study also seeks to know the benefits achieved from this use and the factors affecting it, in addition to monitoring and interpreting the psychological and social effects of the Egyptian public's use of smart phone applications. a descriptive study that was applied using the survey method on a random sample of the Egyptian public consisting of (400) respondent

The study reached a number of results, the most important of which are:

- The hypothesis is proven correct, that there is a correlation between the degree of audience use of mobile phone applications and the psychological and social effects (positive - negative)
- The validity of the hypothesis that there is a correlation between the motives of the Egyptian public's use of smart phone applications and the satisfaction achieved from them.
- The hypothesis is partially valid, as there is a relationship between the age groups of the study sample according to the quality of the contents of mobile phone applications.
- The hypothesis is partially proven, as there are statistically significant differences between age groups and educational status according to the degree of their use of mobile phone applications

* مدرس بقسم الصحافة المطبوعة والالكترونية بكلية الإعلام- جامعة المنوفية

* Assistant Professor of Journalism - AI Monoufeya University

أولاً: مقدمة:

شهد هذا العصر ثورة في جميع المجالات وأهمها ثورة الاتصالات وانتشار الهواتف الذكية , التي أصبحت ذات أهمية قصوى في الحياة اليومية وتخدم جميع المجالات و الميادين , وترافق مع وجود الهواتف الذكية وجود تطبيقات لهذه الهواتف والتي أصبحت جزءاً أساسياً مهماً في حياة الفرد مثل (تطبيق واتس اب , فيس بك , سناب شات , انستغرام, تويتر...الخ) .

وكما يسهم الهاتف الذكي في إعداد مصادر الموارد المحتوى الإعلامي وإنتاجها وتوزيعها وتدعيمها وتنويعها عبر تطبيقاته المختلفة , بالإضافة إلى معالجة الاتصالات والمعلومات من خلال الصوت والفيديو والرسومات والنصوص والرسومات المتحركة .

وقد انتشرت الهاتف الذكية بدرجة كبيرة بين جميع فئات المجتمع وساعدت منصات الهاتف الأكبر جاذبية مثل (Android, IOS) المطورين في نشر تطبيقات سهلة للمستخدمين واستخدام الكثير من التطبيقات التي تدعم شبكة الانترنت , وتجعل من الهواتف المحمولة قوة هائلة بوصفها بوابات العالم الإلكتروني , وتتعاظم الإفادة من الهواتف المحمولة بشكل متزايد , فتطبيقات الهواتف الذكية والأجهزة المحمولة , وشبكات التواصل الاجتماعي واستلهاهم الحلول من الجمهور أحدثت تغييرات وتحولات كبيرة في الحياة الاجتماعية للمواطنين .

وبالتالي فإن الهاتف المحمول لم يعد مجرد آلة تستخدم للاتصالات الضرورية فحسب , ولم يعد وسيلة لأداء الأدوار نفسها التي تقوم به الوسائل الإعلامية التقليدية , بل أصبح الهاتف المحمول يؤدي بكفاءة عالية مجموعة من الوظائف مثل (الاتصال , الإعلام , الأخبار , الترفيه ,...الخ) , أي أن الهاتف المحمول يستثمر مجموعة من الإمكانيات الفنية المتاحة مثل (الانترنت , الصحافة , الإذاعة , والتلفزيون) , إضافة إلى وظائف الهاتف الثابت , مما يجعل الهاتف المحمول وسيلة إعلامية تقوم بجميع وظائف الوسائل التقليدية بكفاءة عالية وجودة مماثلة , بل إن المستقبل يطرح مزيداً من المزايا التي تميزه عن سواه من تقنيات الإعلام الجديدة .

ثانياً:- مشكلة الدراسة:

أدى انتشار وازدياد استخدام تطبيقات الهواتف الذكية إلى الوقوف على الآثار النفسية والاجتماعية التي قد تحدث للجمهور جراء تعرضهم لهذه التطبيقات حيث إن ظاهرة تطبيقات الهاتف المحمول ظاهرة جديدة أضافت أساليب وأنماط جديدة من استخدامات الجمهور والتي أثرت في أسلوب حياتهم ودرجة تفاعلهم داخل المجتمع ووصولهم في بعض الأحيان إلى حالة من الإدمان والتي تؤدي إلى الكثير من المخاطر النفسية والاجتماعية .

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

وبالتالي تتلخص مشكلة الدراسة في التعرف على دواعى استخدام الجمهور المصري لتطبيقات الهواتف المحمولة , كما تسعى الدراسة إلى معرفة الإشباعات المتحققة من هذا الاستخدام والعوامل المؤثرة فيه , بالإضافة إلى رصد وتفسير الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الجمهور المصري لتطبيقات الهواتف الذكية .

ثالثاً:- أهمية الدراسة:

1. تأتي الأهمية النظرية للكشف عن العلاقة بين استخدام الجمهور لتطبيقات الهواتف الذكية , والآثار النفسية والاجتماعية التي يخلقها استخدام الجمهور لتطبيقات الهواتف المحمولة في ضوء بروز العديد من المشكلات والمخاطر التي أصبحت مرتبطة بهذا الاستخدام المتزايد يوماً بعد يوم لتلك التطبيقات باختلاف المتغيرات الديموجرافية للجمهور المصري محل الدراسة .
2. الوقوف على بعض الجوانب والنقاط المهمة التي تؤثر في استخدامات الجمهور المصري لتطبيقات الهواتف الذكية ودرجة إشباعها لحاجتهم
3. تتبع هذه الدراسة من اعتبارات عديدة أبرزها قلة البحوث والدراسات العربية التي أجريت حول الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام تطبيقات الهواتف الذكية , حيث ركزت اهتمامات الدراسات السابقة مؤخراً باستخدامات الجمهور للخدمات الإخبارية المقدمة على تطبيقات الهواتف الذكية .

رابعاً :- أهداف الدراسة:

- التعرف على مدى استخدام الجمهور المصري لتطبيقات الهواتف الذكية .
1. التعرف على أهم التطبيقات الذكية التي يستخدمها الجمهور المصري .
 2. تحديد ورصد أهم الأنشطة التي يمارسها الجمهور المصري على تطبيقات الهواتف الذكية.
 3. التعرف على أهداف الجمهور المصري من استخدامه لتطبيقات الهواتف الذكية ومدى حاجته إليها .
 4. التعرف على دوافع استخدام الجمهور المصري لتطبيقات الهواتف الذكية .
 5. رصد الإشباعات المتحققة من تعرض الجمهور المصري لتطبيقات الهواتف الذكية .
 6. رصد أهم الآثار الاجتماعية و(السلبية – الايجابية) التي يشعر بها الأفراد عند تعاملهم مع الهواتف الذكية.
 7. رصد أهم الآثار النفسية (السلبية – الاجتماعية) التي يشعر بها الأفراد عند تعاملهم من تطبيقات الهواتف الذكية.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

8. رصد الخصائص الديموجرافية للجمهور المصري (عينة الدراسة) وبحث مدى ارتباطها بالآثار النفسية والاجتماعية المترتبة على استخدام تطبيقات الهواتف الذكية

خامسا:- تساؤلات الدراسة:

- ما مدى استخدام الجمهور المصري لتطبيقات الهواتف الذكية ؟
- ما ابرز تطبيقات الهواتف الذكية التي يستخدمها الجمهور المصري ؟
- كيف يتم استخدام الجمهور المصري لتطبيقات الهواتف الذكية ومدى حاجته إليها؟
- ما دوافع استخدام الجمهور المصري لتطبيقات الهواتف الذكية ؟
- ما الآثار الاجتماعية (الاجابية –السلبية) التي يشعر بها الأفراد عند تعاملهم مع تطبيقات الهواتف الذكية؟
- ما الآثار النفسية (الاجابية –السلبية) التي يشعر بها الأفراد عند تعاملهم مع تطبيقات الهواتف الذكية؟
- ما الإشباعات المتحققة من تعرض الجمهور المصري لتطبيقات الهواتف الذكية؟
- ما أنماط استخدام الجمهور المصري لتطبيقات الهواتف الذكية؟

سادسا:- فروض الدراسة:

الفرض الأول :

توجد علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بين دوافع استخدام الجمهور المصري لتطبيقات الهواتف الذكية والإشباعات المتحققة منها .

الفرض الثاني:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور لتطبيقات الهواتف الذكية والآثار النفسية والاجتماعية (السلبية – الاجابية).

الفرض الثالث:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في نوعية تطبيقات الهواتف الذكية وفقد المتغيرات الديموجرافية .

الفرض الرابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في معدل استخدام تطبيقات الهواتف الذكية وفقد المتغيرات الديموجرافية .

سابعا: - الإطار النظري للدراسة:
مدخل الاستخدامات والإشباعات¹ :

يحظي مدخل الاستخدامات الإشباعات باهتمام خاص في الدراسات الإعلامية وذلك لتركيزه على الجمهور الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية بشكل نشط لتحقيق حاجات معينة , وقد اهتمت البحوث والدراسات في القرن الحادي والعشرين بدراسة دوافع وإشباعات الانترنت كوسيط اتصالي مكمل لدور الاتصال الشخصي ولقدرته على الوصول لأكبر قدر من الأفراد كل علي حده فضلا عن أنها تمثل وسائل الاتصال الحديثة وقد كشفت دراسات المدخل عن وجود مداخل يمكن أن تؤثر على علاقة الجمهور بالوسيلة من عوامل متعلقة بالأفراد أنفسهم (سماتهم العامة والاجتماعية) وعوامل متعلقة بالوسيلة (سمات الانترنت كوسيط اتصالي) وعوامل تتعلق بسياق التعرض للوسيلة مثل قضاء وقت الفراغ ومدى مصداقية هذه الوسيلة .

ويمكن تصنيف جمهور الوسائل الجديدة إلى ثلاث فئات نوعية هي :-

- جمهور سلبي , سيضل خاضعا لتأثيرات الانترنت وغيرها من الشبكات الدولية .
- جمهور نشط : يستخدم الوسائل الجديدة بوعي لإشباع احتياجات محددة لديه .
- جمهور مؤثر : وهو القطاع الأقل حجما والأكثر تعليما وانفتاحا على العالم والساعي لإشباع حاجته بطريقة انتقائية والمساهم في إشباع حاجات الآخرين سواء بشكل فردي من خلال استخدام الانترنت كوسيلة للاتصال الشخصي , أو بشكل جماهيري يخاطب قطاعات واسعة متباينة .
- وقد اهتم الكثير من الباحثين بدراسة دوافع واستخدامات الأفراد لشبكة الانترنت وكذلك الإشباعات التي يحصلون عليها التي يحققها استخدامهم لهذه الوسيلة وتمثله أهمها في :
- دوافع طقوسيه : لتقضية وقت فراغ والتسلية والتنفيس عن الذات
- دوافع معرفية : تتمثل في الحصول على المعلومات من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية والمنتوعة في مجالاتها .
- دوافع اجتماعية : وتتمثل في السعي إلى إقامة علاقات اجتماعية جديدة والحرص على التفاعل الاجتماعي والمشاركة الاجتماعية مع أفراد الأسرة والأصدقاء فضلا عن حرية الرأي والتعبير والحرص على التباعد الاجتماعي والمشاركة الاجتماعية مع أفراد الأسرة والأصدقاء فضلا عن حرية التعبير عن الرأي في الموضوعات المختلفة.

توظيف مدخل الاستخدامات والإشباعات لهذه الدراسة :-

- الاستفادة من مدخل الاستخدامات و الإشباعات لتحقيق الأهداف الرئيسية وهي :
- التعرف على دوافع تعرض الجمهور المصري لتطبيقات الهواتف الذكية والإشباعات المتحققة من التعرض حيث ان النظرية قائمة على افتراض الجمهور النشط و الذي يتميز بالحيوية والايجابية في اختيار ما يحتاج إليه من مضامين و مواد إعلامية تشبع حاجتهم .
 - ينظر مدخل الاستخدامات والإشباعات إلى جمهور وسائل الإعلام على انه جمهور نشط في استخدامه تلك الوسائل و حيث يستخدم الجمهور المصري لتطبيقات الهواتف الذكية وتحديد أهم الآثار النفسية والاجتماعية نتيجة تعرضهم لهذه التطبيقات .
 - ساعدت بحوث الاستخدامات والإشباعات في تحديد العوامل الديموغرافية للجمهور المصري عينة الدراسة وربطها بالدوافع والإشباعات ومعدل التعرض لكل الوسائل
- نظرية الحضور الاجتماعي² :-**

أسهم كل من جون شورت John Short , وادريان ويليمز Edren Williams , وبيروس كريستي Bruce CHstie في تأسيس نظريته الحضور الاجتماعي في عام 1976 , وتقوم الفكرة الأساسية لهذه النظرية على أن درجة التفاعل الاجتماعي بين أفراد الجماعة أثناء عملية الاتصال فيما بينهم تتوقف على درجة الوجود أو الحضور الاجتماعي لأفراد هذه الجماعة , ويعني ذلك أن الحضور الاجتماعي لكل فرد في الجماعة معناه التواصل وإحساس الأطراف الأخرى بمدى تفاعل هذا الشريك (التواجد الجدي) , وبرزت أهمية هذه النظرية مع ظهور وسائل الاتصال الحديثة

مثل (الانترنت) واهتمام كثير من الأبحاث بدراسة تأثيرات هذه الوسيلة , والانترنت كوسيط اتصالي على العلاقات الاجتماعية والتفاعل الاجتماعي بين الأفراد خاصة , وأن الانترنت تقلل من درجة الحضور الاجتماعي لمستخدميها نظرا للنقص الشديد في استخدام الاتصال غير اللفظي على خلاف الاتصال الشخصي الذي يوفر درجة عالية من التفاعل الاجتماعي بين الأفراد , نظرا لقدرتهم على التعبير عن أنفسهم لفظيا أو عن طريق الاتصال غير اللفظي , بالإضافة إلى التواجد الجدي للأفراد ورؤية كل منهم الآخر ومعرفة خصائصهم (الاجتماعية والثقافية) وسماتهم الديموغرافية) فضلا عن إمكانية قياس feedback رجوع الصدى بقية أفراد الجماعة تجاه الرسائل الاتصالية للقائم بالاتصال , وفي المقابل نجد أن الإنترنت يفتقر كوسيلة اتصالية إلى مجموعة عناصر أهمها :-

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- التواجد الجدي: حيث حل التواجد العقلي محل التواجد الجدي بين مستخدمي الانترنت أثناء الاتصال و التفاعل فيما بينهم عبر الشبكة.
- غياب الفورية أو بطء رد الفعل أثناء الاتصال والتفاعل بين الأفراد عبر الانترنت .
- غياب الرموز الاجتماعية social cues المتعلقة بسمات الأفراد مثل السن والنوع ومستوى التعليم والحالة الاجتماعية والاقتصادية , وذلك الأمر الذي يقلل من التفاعل والاهتمام فيما بين الأفراد مثل السن والنوع ومستوى التعليم والحالة الاجتماعية والمستوى الاجتماعي والاقتصادي وذلك الأمر الذي يقلل من التفاعل والتفاهم فيما بين الأفراد ويتضمن ذلك من خلال E-mail , فالأفراد قد ترد على أحد رسائل ال Email بعد مرور فترة زمنية ليست بقليلة من تاريخ إرسالها , وفي ضوء نظرية الحضور الاجتماعي فإن وسائل الإعلام الحديثة التي توفر درجات عالية من الفورية لمستخدميها , وتتميز بدرجة حضور اجتماعي مرتفع مثل البريد الصوتي voice mail ويترتب على ذلك زيادة التفاعل في الاتصال بين الأفراد المستخدمين من خلالها .

توظيف مدخل الحضور الاجتماعي

يمكن الاستفادة من مدخل الحضور الاجتماعي في ما يلي :

تفسير نتائج الدراسة في ضوء دراسة دوافع استخدام الجمهور المصري لتطبيقات الهواتف المحمولة وتحديد مدى التفاعل بيد مستخدمي هذه التطبيقات والتعرف على الآثار النفسية والاجتماعية التي تلحق بالجمهور نتيجة لاستخدامهم هذه التطبيقات .

نظريه المجال العام³ :-

صاغ الفيلسوف الألماني جورج هابرماس Jurgon Habermas نظرية اسمها المجال العام , عام 1962 وهذه النظرية تمتد جذورها إلى القرن الثامن عشر في المملكة المتحدة , إذ إنها تصف وتشرح نشأة تكون الرأي العام وحالة الرأي العام في ممارسة الحكومة التمثيلية في غرب أوروبا والمؤثرات الثقافية والاجتماعية التي تساعد على تطوير الرأي العام والمجال العام يتوسط في الواقع بين مجال السلطة العامة والحكومة والمجال الخاص الذي قد يركز على الأسرة وشئون المجتمع .

وقد عرف Habermas المناخ أو المجال العام بأنه مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري التواجد في مكان معروف أو مميز فهو مكون من مجموعة من الأفراد لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعض كجمهور ويقومون بوضع وتحديد احتياجات المجتمع من الدولة .

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

ويعد المجال العام مصدر الرأي العام , وهو بحاجة إلى شرعية السلطة لتفعيل أي ديمقراطية , فهو يبرز الآراء والاتجاهات من خلال السلوكيات والحوار التي تخدم للتأكد على الشؤون العامة للدولة وهو الشكل المثالي ، وأشار Habermas إلى أن المناخ العام يعتمد على

- مدى الوصول والانتشار
- درجة التحكم الذاتي
- رفض الهيبراركلية (فكل فرد يشارك على قدم مساواة)
- أن يكون دور القانون واضحا في مضمون الإعلامي
- وجود سياق اجتماعي ملائم

وقد أسهمت الثورة الاتصالية الكبرى والتكنولوجيا الجديدة لوسائل الإعلام الالكترونية وعلى رأسها الانترنت في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد يخضع لمثالية Habermas يمارس فيه الكتاب والمنقون حريتهم في معارضة النظم السياسية التي ينتمون إليها , وهو الذي أطلقت عليه فضاء المعلومات .

وتؤكد نظرية المجال العام على أن وسائل الإعلام الالكترونية تخلق حالة من الجدل بين الجمهور تتيح تأثيرا كبيرا في القضايا العامة وتؤثر على النخبة الحاكمة والجمهور .

والمجال العام يمكن رؤيته كمجال حياتنا الاجتماعية الذي من خلاله يمكن تشكيل الرأي العام ويؤكد Habermas على إمكانية خلق حوار خارج سيطرة الحكومة والاقتصاد من خلال نظريته فضلا عن التأثير السياسي للانترنت .

الاستفادة من نظرية المجال العام:-

تم الاستفادة من نظرية المجال العام فيما يلي:

- تتيح نظرية المجال العام إمكانية الاتصال والتفاعل وتبادل الآراء والمعلومات ومناقشتها من خلال استخدام الجمهور التطبيقات المختلفة على الهواتف الذكية .
- تتيح نظرية المجال العام مفهوم المشاركة الافتراضية والتي تتم في سياقات المجال العام الافتراضي , حيث إنها مشاركة تتم عبر البناء الشبكي الذي يتمثل في مجموعة من الحزم الاجتماعية سواء أفراد أو جماعات , حيث يعد البناء الشبكي هو الرابط الأساسي بين هؤلاء الأفراد والجماعات .

الهواتف الذكية:

يعتبر الهاتف المحمول من تكنولوجيا الإعلام والاتصال , حيث ذاع صيته وانتشر مع بداية الألفية الثالثة عبر العالم , وأصبح من ضروريات الحياة كونه يتميز بخصائص تجعله ينفرد عن غيره من خلال الابتكارات والتسهيلات للمستخدمين مع اقتصاد الوقت والجهد , إضافة لما يحمله من الإضافات التكنولوجية الجديدة ذات الجودة العالية الدقة اللامتناهية , ليعرف بعدها قفزة نوعية وظهور ما يسمى بالهاتف الذكي المرتبط بالشبكة العنكبوتية , الذي تطور قبل ذلك بعد مراحل جعلته يواكب كل ما هو حديث في عالم التكنولوجيا وذلك لخدمة المستخدم .

نشأة وتطور الهواتف الذكية:

- في عام 1992 ظهر أول هاتف ذكي باسم سيمون Simon من إنتاج شركة IBM , ولم يقتصر دوره على تلقي المكالمات بل أكثر من ذلك بكثير فقد كان من أدواره وضع الجداول الزمنية والتوقيت العالمي ودفتر العناوين والمفكرة والبريد الإلكتروني , وكان سعره 899 دولار تقريبا , وكان الجهاز الوحيد الذي يقوم بهذه المهام في الولايات المتحدة الأمريكية⁴ .
- في عام 2002 كان طفرة في عالم الجوال حيث دخلت شركة سامسونج كمنافس قوي لشركة نوكيا , و تطويرها لأول شاشة ملونة للجوال .
- وفي عام 2007 مع تزايد الطلب على استخدام الانترنت يطلق ستيف جوبز مدير شركة (ابل) نهاية عصر الهواتف العادية , ويبدأ عصر جديد من الهواتف الذكية التي تتميز بكثير من التطبيقات وسرعة الانترنت , وفي عام 2008 ومع تزايد الطلب الكبير على هاتف (الأيفون) وخوف جوجل من تحكم شركة (ابل) في الانترنت قامت شركة جوجل بشراء نظام (اندرويد) وجعلته مفتوح المصدر لجميع شركات الهواتف المحمول⁵ .
- وفي عام 2010 تم تحسين سرعة الاتصال التي أصبحت بأصناف كثيرة قادرة على رفع وتحميل ملفات كبيرة بدون أي مشاكل وسرعة تحميل فيديوهات تصل إلى 50MG في الثانية .
- ومن المنتظر إن يبدأ العمل في شبكات الجيل الخامس 2020 ستمكن الناس من تحميل فيديو 3D ثلاثي الأبعاد وستسمح بدخول مئات الأجهزة مع بعضها البعض إلى شبكة الانترنت ونقل البيانات بسرعة فائقة في الثانية⁶ .

خصائص الهواتف الذكية:

يتميز الهاتف الذكي بعدد من الخصائص والمميزات التي تميزه عن باقي الأجهزة الأخرى ونذكر منها ما يلي :-

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- يدعم العديد من قدرات الاتصال اللاسلكي مثل شبكة وأي فآي التي تتيح لمستخدم تصفح الانترنت وتقنية البلوتوث التي تتيح له التواصل مع هواتف أخرى وتقنيو الاتصال القريب المدى التي تتيح مشاركة الملفات مع هاتف آخر يدعم تلك التقنية , ويتم التواصل بينهم إلى جانبه نظام تحديد المواقع الجغرافية .
- أبرز ما يتمتع به هو السهولة التي يجب أن يتيحها لمستخدمه في التواصل مع الآخرين ومشاركة ما يشاء معهم عبر خدمات التواصل الاجتماعي7 .

إيجابيات الهواتف الذكية:

- تكمن أهمية الهواتف الذكية في أنها غيرت شكل العالم , وأثرت تأثيرا جذريا في حياة البشرية , فلم ينحصر استخدامها في إجراء المكالمات الهاتفية فقط . وأن ما عدت الكثير في استخداماتها , ومن أهمية الهواتف الذكية الأتي :-
1. توفر الهواتف الذكية القدرة على الولوج إلى شبكة الانترنت وتوفير إمكان تنزيل تطبيقات مختلفة تسهل حيات المستخدم
 2. توفر إمكانية التواصل بسهولة وبتكلفة قليلة بين مستخدمي هذه الأجهزة , وعملت على اختصار المسافات بينهم والاستثمار الجيد للوقت .
 3. لم تقتصر استخداماتها على التواصل بل امتدت لتشمل طيفا واسعا من الأنشطة الاجتماعية التي يمكن أن يقوم بها الفرد , وتزود الهواتف الذكية بتطبيقات مختلفة من ما مكنها أن تكون متعددة الاستخدامات وبانت تقترب من أن تكون حواسب صغيرة متنقلة
 4. وفرة بيئة خصبة للاستثمار في التطبيقات التي يحتاجها المستخدم واستغل رجال الأعمال وأصحاب المهام الحرة الهواتف الذكية لتطوير أعمالهم وانجاز مهامهم بشكل أسرع بالإضافة إلى قدرتهم على التواصل السريع من خلالها⁸ .

سلبيات الهواتف الذكية:

- أثرت الهواتف الذكية على العلاقات الاجتماعية وسبل التواصل مع الأسرة والمحيطين , حيث نجد أفراد الأسرة يجلسون معا وكل منهم منشغل بهاتفه وعالمه الافتراضي , مما قد يؤثر على روح التواصل⁹ .
- كرس الهاتف الذكي الوحدة و العزلة الاجتماعية , حيث يفضل أفراد الأسرة لاستغراق في القراءة ومتابعة موقع التواصل الاجتماعي أو الاستماع للموسيقى , مما أضافت للعلاقة الأسرية أفراغها من محتواها العاطفي والإنساني¹⁰ .

– هناك آثار سلبية لاستخدام الأطفال الهواتف الذكية متمثلة في فقدان الخصوصية والعزل الاجتماعي و تأثيرات أخرى على صحة الطفل الجسمية والنفسية وسمح لهم بنشر الصور والفيديوهات والمعلومات الشخصية مما قد يعرضهم للخطر¹¹.

تطبيقات الهواتف المحمول:

هو برنامج كمبيوتر مصمم ليعمل على الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر اللوحي وغيرها من الأجهزة النقالة , فلم تعد الهواتف النقالة مجرد أجهزة الاتصال الهاتفي الصوتي فقط ,

بل تتعداها إلى تبادل الرسائل الوسائط المتعددة كالصور والفيديو واستخدام البريد الإلكتروني والانترنت , ونظرا للإمكانيات الهائلة في الهواتف الذكية أصبح بالإمكان استغلال هذه الإمكانيات من قبل تطبيقات متعددة تفيد المستخدم¹² .

التطبيقات الإخبارية:

هي تطبيقات غالبا ما تكون تتيح لمؤسسات صحفية وتكون وسيلة إعلامية ويكون تطبيقها عبر المحمول لمواكبة التكنولوجيا أو تكون تطبيقات تجمع ما بين عدة مواقع انترنت أو تطبيقات إخبارية أخرى .

تطبيقات التواصل الاجتماعي:

تطبيقات تكنولوجياية مستندة إلى الويب تتيح التفاعل بين الناس , وتسمح بنقل البيانات الإلكترونية وتبادلها بسهولة , وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور علي آخرين يشتركون في نفس المصالح , وبناء عليه ينتج عن ذلك ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية , حيث يستطيع المستخدمون التجمع في كيانات اجتماعية تشبه الكيانات الواقعية¹³.

التطبيقات المرئية والصوتية:

الهواتف التي تعمل بواسطة الأقمار الصناعية جعلت من الممكن إجراء لبث مراسل أو صانع الأخبار من مواقع بعيدة دون الحاجة لشاحنة الأقمار الصناعية وبواسطة تطبيقات الفيديو والدرشة الصوتية التي تعمل من خلال الانترنت , فقد ثار بالإمكان التواصل باتجاهين عبر الهواتف والأجهزة اللوحية والتطبيقات البصرية الخاصة بعرض التقارير والقصص الإخبارية , بسبب المميزات الكثيرة التي تمتلكها الهواتف الذكية مقارنة بالهواتف التقليدية والقديمة فقد أحدثت تطورا كبيرا في مجال الاتصال والتواصل الإلكتروني حيث أتاحت التحدث مع الآخرين وإرسال الرسائل النصية وإجراء المكالمات المرئية بالصوت والصورة بالإضافة لما أحدثته مواقع التواصل الاجتماعي من نقلة مهمة اقتنصتها الهواتف الذكية ولو يقتصر استخدام الهواتف الذكية في هذا المجال فقد أتاح تزويد الهواتف الذكية بكاميرا رقمية ذات دقة عالية

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

لالتقاط الصور وتسجيل مقاطع الفيديو بالإضافة إلى استخدام خاصية التصفح الإلكتروني دون الحاجة إلى الرجوع للحواسيب الرقمية المعروفة¹⁴.

التطبيقات البريدية

هي التطبيقات التي يمكن من خلالها بث وتلقي الرسائل بين المستخدمين وهي تعد من طرق التراسل الإلكتروني الرسمية بين المؤسسات والهيئات.

تطبيقات الملاحة

نظام الموقع العالمي ويرمز له (GPS) هو نظام ملاحة عبر الأقمار الصناعية يقوم بتوفير معلومات عن الموقع والوقت في جميع الأحوال الجوية في أي مكان عالي أو بالقرب من الأرض, حيث هناك خط بصر غير معاق لأربعة أو أكثر من أقمار (GPS) يوفر النظام قدرات مهمة للمستخدمين العسكريين والمدنيين والتجار بين في جميع أنحاء العالم , وأصبح هذا النظام متاحا عبر الهواتف الذكية وله العديد من التطبيقات وأشهرها جوجل ماب وتطبيق Mappy وغيرها من التطبيقات¹⁵.

تطبيقات تحرير المحتوى:

هي التطبيقات التي يمكن من خلالها معالجة المحتوى الإلكتروني للمحمول سواء كان نصا أو فيديو أو صوتا أو صورة , وهي تطبيقات كثيرة تعمل كبديل عن أجهزة الحاسوب في مونتاج وإنتاج المواد الإعلامية بصورتها النهائية التي أصبح يمكن من خلالها الاستغناء عن الحاسوب¹⁶.

الدراسات السابقة:

1. دراسة خمائل زيدان 2020 بعنوان (دوافع الشباب الجامعي العراقي لتطبيقات الهاتف المحمول والإشباع المتحققة منها)¹⁷

سعت الدراسة إلى التعرف على دوافع الشباب الجامعي لاستخدام تطبيقات الهاتف المحمول والإشباع المتحققة , تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية والتي تستهدف تصوير وتحليل ووصف وتعزيز خصائص ظاهرة معينة , كما اعتمدت الدراسة على منهج المسح بعد جمع البيانات من أفراد العينة للتعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي لتطبيقات الهاتف المحمول , حيث حددت الباحثة مجتمع البحث بالشباب من طلبة الجامعة العراقية .

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :-

من أهم الدوافع النفسية لاستخدام الشباب الجامعي لتطبيقات الهاتف المحمول هو هدف التعرف على المستجدات الأخبار والأحداث بنسبة 93.25% ومن أبرز الإشباع المتحققة بفعل استخدام الشباب الجامعي لصحافة الهاتف المحمول ()

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

الحصول على المعلومات) بنسبة 91.44% وفي المرتبة الثالثة التعبير عن الآراء والأفكار بنسبة 88.88% .

2. دراسة هشام فوللي عبد العزيز 2020 (استخدام تطبيقات الفيديو القصير وعلاقة بالآثار النفسية والاجتماعية لدى الجمهور)¹⁸

هدفت الدراسة إلى الكشف عن علاقة بين استخدام الجمهور تطبيقات الفيديو القصير عبر الهواتف الذكية والآثار النفسية والاجتماعية السلبية والدوافع والإشباع المتحققة منه , وهي دراسة وصفية جرى تطبيقها باستخدام منهج المسح على عينة عشوائية من الجمهور (614) مبحوثا ، توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :-
توصل البحث لنتائج من أهمها 28.55 من العينة يستخدمون التطبيقات دائما , 76.9% ممن لا يستخدمون التطبيقات لأنها تحتوي مضامين لا تتناسب مع عاداتهم وتقاليدهم , 46.1% يستخدمون التطبيقات يوميا , وجاء تطبيق Tik-Tok أكثر التطبيقات استخداما بنسبة 77.5% كما توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور لتطبيقات الفيديو القصير والآثار النفسية والاجتماعية السلبية لديهم.

3. دراسة أمين منصور قاسم 2019 (استخدامات ذوي الإعاقة البصرية من طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة لتطبيقات التواصل الاجتماعي في الهواتف الذكية والإشباع المختلفة : دراسة ميدانية)¹⁹ هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات ذوي الإعاقة البصرية من طلبة الجامعات الفلسطينية لتطبيقات التواصل الاجتماعي في الهواتف الذكية والإشباع المختلفة لها , ومعرفة أبرز التطبيقات التي يستخدمونها ومدى موائمتها لهم , وتأتي ضمن البحوث الوصفية مستخدمة منهج المسح الإعلامي , تتم جمع البيانات باستخدام أداة بصرية سواء كانت كلية أو جزئية من الطلبة المقيدين بالجامعة الفلسطينية في محافظات غزة خلال الفترة الزمنية من 2017/8/20 إلى 2017/10/20 . توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :-

- 61.1% من المبحوثين يستخدمون تطبيقات التواصل الاجتماعي في الهواتف الذكية
- 79.7% يستخدمون تطبيق الفيسبوك و اليوتيوب بنسبة 72% ثم واتساب بنسبة 61%
- من أهم دوافع استخدامه تطبيقات التواصل الاجتماعي أنها متاحة ومتوفرة , ثم دافع قضاء وقت الفراغ والتسلية .

4. دراسة Logan Holyneux 2017 بعنوان (استخدام أخبار الجوال)²⁰

أنماط الاستهلاك هدفت الدراسة للتعرف على الكيفية التي أصبحت بها أجهزة المحمول وتحديد الهواتف الذكية جزءا من أجهزة الإعلام العامة وأنماط الاستهلاك

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

على تلك الأجهزة وذلك من خلال "مسدجات" على الإنترنت للبالغين في الولايات المتحدة الأمريكية على مرحلتين , الأولى أجريت في صيف عام 2014 , أما الثانية خلال صيف عام 2015. توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :- استخدام أخبار الجوال كانت مؤشرا مهما لا اعتبارها أحدث و أهم المنصات الإعلامية ظل منصات متعددة للحصول على الأخبار ويليهما في الأهمية المنصة الإخبارية الأخرى التلفزيونية يليه الراديو ثم الصحف المطبوعة , كما وجد اختلافات كبيرة في عدد المرات في اليوم الواحد لكل منهم , حيث تكون الجلسات على أجهزة الجوال أصر بكثير من متوسط مدة جلسة الأخبار لجميع المنصات الأخرى , وتظهر النتائج إن مستخدمين الهواتف الذكية الذين يعتمدون عليها في الحصول على الأخبار على مدار اليوم أعلى بكثير من أي منصة أخرى باستثناء الكمبيوتر .

5. دراسة فريدة أبو ضهير 2017 (التأثيرات السلبية لاستخدام الهواتف الذكية على الأطفال من وجهة نظر الأمهات)²¹

6. هدفت هذه الدراسة إلى الاطلاع على مدى وعى الأمهات بالآثار المختلفة لاستخدام الهواتف الذكية على الأطفال من عمر سنتين إلى تسع سنوات وفقا لعدة تغيرات وفي عدد الأطفال عمر الطفل عمل الأم عدد ساعات الاستخدام ملكية الهاتف الذكي استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي , وتكون مجتمع الدراسة من جميع أمهات الأطفال في البلديتين , ثم استخدم عينة مكونة من 250 مفردة اختيرت بطريقة العينة الاحتمالية .

7. توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :- أشارت النتائج أن للهواتف الذكية آثارا سلبية على الجوانب الاجتماعية والصحية والسلوكية , وأوصت الدراسة بتقليل الاستخدام وتحديد ساعات وشغل الطفل بأنشطة تقلل من لجوئه لاستعمال الهاتف الذكي .

8. دراسة إسحاق بحاكم 2016 (استخدم التطبيقات الاقتصادية للهواتف الذكية ومساهماتها في تهديم صحافة المواطن)²²

دراسة وصفية تحليلية لعينة من طلبة وأساتذة قسم علم الإعلام والاتصالات هدفت هذه الدراسة للتعرف على استخدام طلبة وأساتذة قسم علوم الإعلام والاتصالات للتطبيقات الاتصالية للهواتف الذكية وكيفية مساهمتها في تدعيم صحافة المواطن من وجهة نظر أساتذة وطلبة قسم الإعلام والاتصال جامعة ورقلة ولا اختبار فرضيات الدراسة والوصول إلى نتائج دقيقة استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي وأجريت الدراسة على مجتمع البحث المكون من 822 فردا .

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :- توجد فروض في استخدام التطبيقات الاتصالية للهواتف الذكية بين الأساتذة والطلاب في قسم علوم الإعلام والاتصال

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

بجامعة ورقلة , حيث إن التطبيق الاتصالي الفيس بك يعد من ابرز التطبيقات الاتصالية المستخدمة من طرف طلبة القسم في حين التطبيق الاتصالي تويتر يعد من أبرز التطبيقات الاتصالية المستخدمة من طرف أساتذة اقسام .

9. دراسة ساند سعيد محمد رضوان 2016 (اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة المحمول كمصدر للإخبار وقت الأزمات)²³

10. دراسة مبدئية هدفت الدراسة للتعرف على مدى اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للإخبار وقت الأزمات وأسباب هذا الاعتماد ودوافعه والتأثيرات لمعرفية الوجدانية والسلوكية المترتبة على اعتماد الشباب الفلسطيني على هذا النوع الجديد من الصحافة بأنواعها وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية الذي استخدم فيها المنهج المسمى بمنهج المسح , وفي إطاره تم توظيف أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام و وتم جمع البيانات بأداة المقابلة للشخصيات , وأداة صحيفة الاستسقاء , التي تم توزيعها إلكترونيا على عينة عشوائية بسيطة قوامها 383 وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :- يعتمد المبحوثون على صحافة الهاتف المحمول بنسبة 77% في أوقات الأزمات , بينما يثق في الأخبار المنشورة عبر صحافة الهاتف المحمول أوقات الأزمات بنسبة 72% وتصدرت تطبيقات التواصل الاجتماعي أنواع صحافة الهاتف المحمول التي اعتمد عليها الشباب الفلسطيني في متابعة أحداث انتفاضة القدس بنسبة 88.2% تلاها متصفحات المحمول , ومن ثم تطبيقات الاجتماعية والتطبيقات الصوتية والمرئية .

11. دراسة Westland 2015 (الوصول إلى الإخبار في عصر وسائل الإعلام المتنقلة تتبع الآثار التكميلية لأخبار الجوال على الصحف والإخبار على الانترنت)²⁴

12. هدفت إلى التعرف على أساليب الجمهور السويدي وطرق للوصول للأخبار في عصر وسائل الإعلام المتنقلة , وتوضح آثار أخبار المحمول على الصحف الأخبار على الانترنت والانتشار الواسع لتكنولوجيا المعلومات والاتصال واستثمار وسائل الإعلام للهواتف المحمولة بشكل كبير وتطوير وتقديم الأخبار الرقمية وسط هذه التطورات وأكدت الدراسة تحول كثير من الناس إلى طرق حديثة في الوصول إلى الأخبار في حياتهم اليومية .

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :- الفئات العمرية الأقل عمرا تميل إلى استخدام الأجهزة النقالة في متابعة الأخبار في حين أن الفئات الأكبر سنا ترغب في متابعة الوسائل التقليدية كالصحف والمجلات في متابعة الأخبار , والفئات المتوسطة في العمر مستخدمي الحواسيب في الوصول إلى الإخبار , وأشارت إلى التزايد

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

اليومي لاستخدام الهواتف النقالة جنبا إلى جنب مع جهاز الكمبيوتر وانخفاض متابعة وسائل الإعلام التقليدية وخاصة الصحف المطبوعة .

10- دراسة **Malank Lalav 2015** (وسائل التواصل الاجتماعي عبر الهاتف المحمول وتطوير التسويق الإلكتروني عبر الهاتف المحمول) ²⁵ سعت هذه الدراسة إلى إلقاء بعض الضوء على تطور وسائل التواصل الاجتماعي عبر الهاتف المحمول , وتقدم التسوق عبر الهاتف المحمول ووسائل التواصل الاجتماعي المتنقلة ومختلفة مفاهيم وتصنيف التسوق عبر الهاتف النقال .

يتم إجراء تطبيقات الوسائط الاجتماعية والهاتف المحمول لتطوير استخدام الوسائط الاجتماعية على الهاتف المحمول

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها :- لعبت وسائل التواصل الاجتماعي المتنقلة دورا كبيرا ومهما في دمج الحياة الافتراضية والحقيقية الأفراد وتحديث المستخدمين على **Twitter**, **Face book** , وتوصي الدراسة بشأن استخدام ومستقبل وسائل التواصل الاجتماعي على الهاتف المحمول , ويركز على أهمية تطبيقات الوسائط الاجتماعية المتنقلة في مجال التسويق الرقمي الحالي.

11- دراسة **Mihailids 2019** (دور الهاتف المحمول في الحياة اليومية للشباب)²⁶

هدفت الدراسة إلى اكتشاف ميول الشباب حول استخدام الهواتف المحمولة في الحياة اليومية للاتصال وإشباع حاجتهم من المعلومات , وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدم فيها منهج المسح , وصحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات وطبقت على عينة قوامها 793 فردا من طلاب 8 جامعات في 4 دول و 3 قارات يملكون 52 جنسية أعمارهم ما بين 18-23 سنة . توصلت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :-

– استخدم 37% من الطلاب الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية و 33% استخدم الرسائل النصية و 21% استخدم التطبيقات البريدية , و 20% استخدم للتصفح .

– تفاعل 58% من محتوى الهواتف المحمولة لمشاركة المحتوى و 20% بالنشر , و 19% بالتعليق على المحتوى.

– الاعتماد على الهواتف المحمولة بالدرجة الأولى للتواصل والترابط الاجتماعي ومن ثم الحصول على المعلومات .

التعليق على الدراسات السابقة:

1. ركزت العديد من الدراسات السابقة على التعرف على اعتماد على صحافة الهواتف المحمولة و متابعة الأخبار من خلال التطبيقات الإخبارية على الهواتف المحمولة
2. بينت الدراسات السابقة أن تطبيقات التواصل الاجتماعي هي أكثر التطبيقات التي يستخدمها الجمهور من بين تطبيقات الهواتف المحمولة
3. اتفقت هذه الدراسة مع عديد من الدراسات السابقة التي استخدمت نظرية الاستخدامات والإشباع باستثناء دراسة سائد الرضوان التي استخدمت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ودراسة Westland ودراسة Malank
4. من حيث نوع الدراسة والمنهج المستخدم فجميع الدراسات تنتمي للدراسات الوصفية كما هذه الدراسات , و تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح , ويتشابه ذلك مع أغلب الدراسات السابقة
5. من حيث مجتمع الدراسة والعينة فإن أغلب الدراسات أجريت على الشباب وهو ما يختلف مع الدراسات الحالية .

مدى الاستفادة من الدراسات السابقة :

- استفادت الباحثة بشكل كبير من الإطلاع على الدراسة السابقة الخاصة بموضوع الدراسة وتمثلت الاستفادة ما يلي:-
1. ساعدت الدراسات السابقة على إعداد الإطار المنهجي بالدراسة المتمثل في صياغة وبلورة عينة الدراسة والتساؤلات والفروض واختيار المنهج المناسب واختيار عينة الدراسة.
 2. ساعدت في صياغة أسئلة صحيفة الاستسقاء والمقياس .
 3. تحديد الإطار النظري الذي يشمل المداخل النظرية
 4. ساعدت في الاسترشاد إلى المراجع والمصادر التي استعانت بها الدراسات السابقة .
 5. المقارنة بين النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة مع الدراسات السابقة .

الإجراءات المنهجية :-

نوع الدراسة : تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها و غرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكماله أو تطويره .

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

منهج الدراسة: اعتمدت الباحثة على منهج المسح الإعلامي الذي ينتمي إلى البحوث الوصفية ويعد جهداً علمياً منظماً يساعد على وصف الظاهرة من خلال جمع المعلومات والملاحظات عنها، واستخدمت الباحثة في إطار منهج مسح الجمهور المصري (عينة الدراسة) للوقوف على الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدامهم تطبيقات الهواتف المحمولة.

أدوات جمع البيانات:

استخدمت هذه الدراسة صحيفة الاستقصاء هذه احد الأساليب المستخدمة في جمع بيانات أولية من العينة المختارة عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المعدة سلفاً للتعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين أو الدوافع والعوامل المؤثرة منهم , وذلك لمعرفة استخدام الشباب المصري تطبيقات الهواتف الذكية والإشباع المتحققة منها .

إجراءات الصدق والثبات:

صدق الأداة:

للتحقق من الصدق الظاهري للأداة قامت الباحثة بعرضها بصورتها الأولية على لجنة المحكمين ، و تم الأخذ بالملاحظات والآراء التي أجمع عليها 80% فأكثر من المحكمين ، و في ضوء ذلك أجريت التعديلات.

ثبات الأداة:

تم التحقق من ثبات أداة الدراسة عن طريق استخدام معادلة كرونباخ ألفا (cronbach – Alpha) ، وللتحقق من ثبات الاستبانة ، يجب أن يكون معامل كرونباخ ألفا أكبر من 60% .

جدول رقم (1)

نتائج اختبار الثبات والصدق لمقاييس متغيرات البحث

المتغير	عدد البنود	معامل ألفا	معامل الصدق
استخدامات الجمهور لتطبيقات الهواتف المحمولة	7	0,637	0.80
تطبيقات الهواتف المحمولة	8	0.639	0.80
نوعية المضامين المستخدمة في تطبيقات الهواتف المحمولة	9	0.729	0.85
دوافع استخدام تطبيقات الهواتف المحمولة	10	0.758	0.87
الإشباع التي تحققت باستخدام تطبيقات الهواتف المحمولة	15	0.655	0.81
الآثار النفسية الإيجابية	5	0.732	0.86
الآثار النفسية السلبية	8	0.744	0.86
الآثار الاجتماعية الإيجابية	5	0.750	0.87
الآثار الاجتماعية السلبية	4	0.671	0.82

المصدر: من إعداد الباحثة في ضوء نتائج التحليل الإحصائي

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

عينة الدراسة :

يتمثل مجتمع الدراسة من الجمهور العام الذين تتراوح أعمارهم ما بين (12-65)، و قامت الباحثة بسحب عينة عشوائية قوامها 400 مفردة ، في حين تتمثل مجتمع البحث من مستخدمي تطبيقات الهواتف المحمولة

جدول رقم (2)

السمات الشخصية لعينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	المتغيرات الديموجرافية
%41.1	165	ذكور
%58.9	235	إناث
%53.9	216	18-12
%27.9	112	35 -19
%15.7	62	45 -36
%2.5	10	65-46
2.7	11	متوسط
%5.5	22	فوق المتوسط
%83	332	جامعي
%7.8	35	فوق الجامعي

المعالجة الإحصائية للبيانات :

تم استخراج بيانات الاستبانة الإلكترونية ليتم معالجتها باستخدام برنامج الحزم الإحصائية (SPSS) ، حيث اعتمد الباحث على عدة معادلات إحصائية لرصد العلاقات بين متغيرات

الدراسة ، بما يتناسب مع أهدافها و الفروض التي تسعى للتحقق منها ، و فيما يلي مجموعة من الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات :

1- التكرارات و النسب المئوية

2- المتوسطات و الانحرافات المعيارية

3- المعادلات البنائية الهيكلية (نمذجة المعادلات الهيكلية) 27

4- معامل ارتباط بيرسون

5- اختبار t- test

6- اختبار تحليل التباين

نتائج الدراسة :

جدول رقم (3)

مدى استخدام الجمهور لتطبيقات لهواتف المحمولة

الانحراف المعياري	المتوسط	النسبة	التكرار	مدى الاستخدام
0.573	2.63	27.2	109	دائما
		68.1	272	أحيانا
		4.7	19	نادرا
		100	400	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق أن مدى استخدام المبحوثين (عينة الدراسة) تطبيقات الهواتف المحمولة تمثل (أحيانا) بنسبة 68.1%، ثم (دائما) بنسبة (26.8) في الترتيب الثاني، و في الترتيب الأخير (نادرا) بنسبة (4.7)، و تشير النتائج إلي إقبال الجمهور لاستخدام أنماط تطبيقات الهواتف المحمولة التي يعتمد عليها المبحوث، بالإضافة إلى أن معدل استخدامهم لتلك التطبيقات في عملية التفاعل و التواصل الاجتماعي .

وتختلف هذه الدراسة مع دراسة محمد عبده بكير (2017)²⁸، حيث أشارت نتائج هذه الدراسة إلى أن (65.2%) من الشباب السعودي عينة الدراسة يهتم بالتعرض لتطبيقات الهواتف الذكية دائما، بينما يهتم (28.3%) إلي حد ما، في مقابل لم نهتم بها نسبة بسيطة بلغت (6.5). و تتفق هذه الدراسة مع دراسة هشام فولفي عبد المعز (2020)، التي أشارت إلي استخدام تطبيقات الفيديو القصير تمثل في (أحيانا) بنسبة 33.2%، ثم دائما بنسبة 28.5% في الترتيب الثاني، و في الترتيب الثالث نادرا بنسبة 28.3%.

جدول (4)

معدل استخدام الجمهور لتطبيقات للهواتف المحمولة أسبوعيا

الانحراف المعياري	المتوسط	النسبة	التكرار	معدل الاستخدام الأسبوعي
0.593	2.66	2.6	25	من خمسة إلى ستة أيام
		21.7	88	من يومين إلى أربعة أيام
		70.9	288	يوم واحد في الأسبوع
		100	400	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق أن معدل استخدام المبحوثين (عينة الدراسة) أسبوعيا لتطبيقات الهواتف المحمولة تمثل "يوم واحد في الأسبوع" بنسبة 70.9%، و يليها من يومين إلي أربعة أيام بنسبة 21.7%، و في الترتيب الأخير جاء معدل استخدام الجمهور لتطبيقات الهواتف المحمولة بنسبة 2.6%

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

جدول رقم (5)

معدل استخدام الجمهور لتطبيقات للهواتف المحمولة يوميا

الانحراف المعياري	المتوسط	النسبة	التكرار	معدل الاستخدام اليومي
0.664	2.43	2.6	25	أقل من ساعة
		21.7	88	من ساعة إلى ثلاث ساعات
		70.9	288	ثلاث ساعات فأكثر
		100	400	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق أن مدي استخدام المبحوثين (عينة الدراسة) يوميا لتطبيقات الهواتف المحمولة تمثل "ثلاث ساعات فأكثر" بنسبة 70.9%، ويليهما من ساعة إلى ثلاث ساعات بنسبة 21.7%، وفي الترتيب الثالث جاء الاستخدام "أقل من ساعة" بنسبة 2.6%.

و تتوافق نتيجة هذا الجدول مع الإحصائية²⁹ التي أعدتها مؤسسة "آب آبي" أن استخدام تطبيقات الهواتف المحمولة ارتفع نسبة 40% خلال الربع الثاني من 2020، و تزامن ذلك مع الفترة التي قضاها معظم العالم في الإغلاق خلال جائحة كورونا (كوفيد-19)، مما يعني أن الناس لجئوا بشدة إلى استخدام هواتفهم المحمولة لقضاء أوقات فراغهم الطويلة، وأظهرت الإحصائية زيادة كبيرة في تنزيلات التطبيقات خلال فترة الإغلاق علي نظام أندرويد بنسبة 10%، بينما ارتفعت نسبة تحميل التطبيقات أي أو أس علي هواتف الأيفون بنسبة 20%.

وتختلف نتائج هذه الدراسة مع دراسة سائد رضوان أن عدد ساعات المتابعة عبر الهاتف المحمول أن 58.5% من المبحوثين يتابعون الأخبار عبر الهاتف المحمول أقل من ساعتين، بينما يتابع من المبحوثين ما نسبتهم 19.3% من ساعتين إلى ثلاث ساعات، ونسبة 22.2% يتابعون الأخبار عبر الهاتف المحمول ثلاث ساعات فأكثر.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة عبد الوهاب جدة الحاييس³⁰ أن أكثر من ثلثي عينة البحث تستخدم تطبيقات التواصل الاجتماعي عبر الهاتف الذكي في التواصل الاجتماعي لمدة تزيد عن ساعتين (2-5 ساعات)

جدول (6)

استخدامات الجمهور لتطبيقات الهواتف المحمولة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادرا	أحيانا	دائما	استخدامات الجمهور لتطبيقات الهواتف المحمولة
0.561	2.52	222	166	13	تساعدني تطبيقات التواصل الاجتماعي في زيادة التواصل والاتصال

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

0.721	2.00	103	193	105	تساعدني تطبيقات الهواتف الذكية في التسويق الإلكتروني
0.750	2.07	128	173	99	تساعدني تطبيقات الملاحة (GPS) للوصول إلى وجهته بكل سهولة
0.612	2.52	235	140	25	تساعدني تطبيقات الترفيه إلى سماع الموسيقى ولعب الألعاب الإلكترونية
0.643	2.42	200	166	34	تساعدني التطبيقات الإسلامية في الحصول على الفتاوى والآراء الدينية
0.600	2.52	228	150	22	تساعدني التطبيقات الإخبارية في الحصول على المعلومات
0.693	2.38	200	152	48	تساعدني التطبيقات التعليمية في الحصول على المادة العلمية

يتضح من بيانات الجدول السابق أن استخدامات الباحثين (عينة الدراسة) لتطبيقات

الهواتف المحمولة و التي تتمثل في (تساعدني تطبيقات التواصل الاجتماعي في زيادة التواصل و الاتصال) (تساعدني تطبيقات الترفيه إلى سماع الموسيقى ولعب الألعاب الإلكترونية) (تساعدني التطبيقات الإخبارية في الحصول على المعلومات) حيث جاءت هذه العبارات في الترتيب الأول بمتوسط حسابي 2.52 ، و يرجع ذلك إلى ظهور العديد من تطبيقات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك ، تويتر - واتس آب ، انستغرام ، سناب شات) و التي جعلت التواصل من خلالها أسهل و أبسط كثيرا ، كما أقبل الباحثين عين الدراسة على تطبيقات الألعاب على الهواتف المحمولة ، و يرجع ذلك إلى أن تطبيقات الألعاب أخذت الحيز الأكبر من اهتمام الجمهور خاصة مع تطور الهواتف المحمولة ، و ظهور هواتف ذكية بمعالجات و ذاكرة كبيرة قادرة على تشغيل الألعاب كبيرة الحجم، كما ازداد الاهتمام بتطبيقات الأخبار، حيث أن الهواتف النقالة صارت بديلا مثاليا للجرائد والمجلات ، ثم جاء في الترتيب الثاني "تساعدني التطبيقات الإسلامية في الحصول على الآراء الدينية" بمتوسط حسابي 2.42، و يرجع ذلك إلى اهتمام العديد من الأشخاص بتحميل مجموعة من التطبيقات الإسلامية للاستفادة منها في التذكير بالعديد من الأذكار الإسلامية و مساعدتهم على سماع أو قراءة و حفظ القرآن الكريم ، ثم جاء في الترتيب الثالث من استخدامات الجمهور لتطبيقات الهاتف المحمول (تساعدني التطبيقات التعليمية في الحصول على المادة العلمية) بمتوسط حسابي 2.38 ، و يرجع ذلك إلى إقبال الجمهور على استخدام المنصات و التطبيقات التعليمية خلال العام الماضي و العام الحالي نتيجة لانتشار التعليم أونلاين نتيجة لتفشي جائحة كورونا ثم جاء بعد ذلك (تساعدني تطبيقات الملاحة في الوصول إلى وجهته بكل سهولة) في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي (2.07)

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول رقم (7)
درجة استخدام الجمهور لتطبيقات الهواتف المحمولة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادرا	أحيانا	دائما	لتطبيقات الهواتف المحمولة
0.731	2.01	%27.4	%46.6	%25.9	تطبيقات الألعاب
0.664	2.19	%33.4	%52.4	%14.2	التطبيقات الإخبارية
0.692	2.32	%45.1	%41.9	%13	تطبيقات الموسيقى
0.621	2.52	%35.2	%55.1	%9.7	التطبيقات الإسلامية
0.654	2.41	%50.6	%40.1	%9.2	تطبيقات الصور
0.534	2.66	%68.8	%28.2	%3	تطبيقات التواصل الاجتماعي
0.637	2.25	%35.7	%53.4	%11	تطبيقات الملاحة
0.710	1.75	%15.7	%43.4	%40.9	التطبيقات التعليمية

توصلت نتائج الجدول السابق إلى أن أهم تطبيقات الهواتف المحمولة التي يستخدمها المبحوثون عينة الدراسة هي تطبيقات التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي 2.66 و يليها التطبيقات الإسلامية بمتوسط حسابي 2.52، و يليها في الترتيب الثالث تطبيقات الصور بمتوسط حسابي 2.41، و يليها تطبيقات الموسيقى بمتوسط حسابي 2.32، وتراوحت متوسطات تطبيقات الهواتف المحمولة من 2.25 إلى 1.75 و هي كالتالي (تطبيقات الملاحة - تطبيقات الألعاب - التطبيقات الإخبارية - التطبيقات التعليمية) وتتفق نتائج هذا الجدول مع الجدول السابق حيث جاءت أن من أهم استخدامات المبحوثين لتطبيقات الهواتف المحمولة هي "تساعدني تطبيقات التواصل الاجتماعي على التواصل مع الآخرين.

وتختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة فاطمة الزهراء زغودي(2016)³¹، التي توصلت إلى أن التطبيقات الإسلامية تأتي في الترتيب الأول، يليها تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي ، و يليها تطبيقات الألعاب ثم تطبيقات الموسيقى

جدول رقم (8)
درجة استخدام الجمهور لتطبيقات الهواتف المحمولة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادرا	أحيانا	دائما	نوعية المضامين
0.609	2.52	%57.6	%36.4	%6	الترفيهية
0.612	2.28	%36.9	%54.6	%8.5	الإخبارية
0.698	1.89	%19.2	%50.1	%30.7	السياسية
0.768	1.99	%28.9	%41.1	%29.9	الرياضية
0.624	2.32	%40.6	%50.9	%8.5	الدينية
0.648	2.38	%46.9	%43.9	%9.2	الاجتماعية
0.684	2.14	%31.4	%51.4	%17.2	الفنية
0.671	1.88	%17.2	%53.6	%29.2	الاقتصادية
0.629	2.29	%38.4	%52.1	%9.5	التعليمية

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

توضح نتائج الجدول السابق أن المضامين الترفيهية تصدرت قائمة المضامين التي يفضل المبحوثين عينة الدراسة التعرض لها نتيجة تعرضهم لتطبيقات الهواتف المحمولة ، حيث جاءت في الترتيب الأول بمتوسط حسابي 2.52، تلتها المضامين الاجتماعية في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي 2.38، و في الترتيب الثالث جاءت المضامين الدينية بمتوسط حسابي 2.32، و تلاها في الترتيب الرابع التطبيقات التعليمية بمتوسط حسابي 2.29 ، ثم تراوحت بقية المضامين (السياسية – الرياضية – الدينية – الفنية – الاقتصادية – الإخبارية) بمتوسط حسابي يتراوح من (2.28- 1.88) . و تتوافق هذه النتيجة مع نتيجة الجدول الخاص باستخدام تطبيقات الهواتف المحمولة حيث جاءت تطبيقات التواصل الاجتماعي و تطبيقات الصور ، و تطبيقات الألعاب في صدارة التطبيقات التي يقبل الجمهور على استخدامها .

واختلفت نتائج هذه الدراسة مع دراسة أمين والي سامي أبو غزالة، حيث أشارت نتائج الدراسة إلى أن 67.8% كانت للموضوعات التعليمية، ثم 63.6% لموضوعات التسلية و الترفيه، و 65.1% للموضوعات الدينية، بينما 55% للموضوعات الاجتماعية .

وانتقدت الدراسة مع دراسة (عبد الله مرزوق 2017)³² و دراسة (رحيمة الطيب عسائي 2014)³³ ، حيث جاءت المضامين الترفيهية في المقام الأول لدى تفضيلات الجمهور المستخدم لتطبيقات الهواتف الذكية.

جدول رقم (9)

دوافع استخدام الجمهور لتطبيقات الهواتف المحمولة

الانحراف المعياري	المتوسط	منخفضة	متوسطة	كبيرة	الدوافع	الدوافع
0.643	2.39	%47.3	%43.4	%8.7	مشاركة الملفات و الصور مع الأصدقاء	الترفيه
0.710	2.17	%34.9	%46.9	%18.2	الحصول على خدمات أكثر أمنا مثل شركات الاتصال	
0.633	2.48	%55.1	%37.4	%7.5	الفائدة المعلوماتية و الترفيهية لتطبيقات الهواتف الذكية	
0.564	2.59	%62.6	%33.7	%3.7	القضاء على وقت الفراغ و الملل	الترفيه
0.722	2.03	%27.7	%47.9	%24.4	الشعور بالمتعة و الترفيه و الاسترخاء	
0.705	2.28	%42.6	%42.6	%14.7	تحقيق الخصوصية	
0.600	2.48	%53.6	%40.9	%5.5	الشعور بالمتعة و الترفيه و الاسترخاء	الترفيه
0.693	2.34	%46.6	%40.6	%12.7	الاستفادة من الخدمات الإلكترونية في متابعة الأعمال إنجازها	
0.754	1.78	%19.7	%38.4	%41.9	المشاركة في المسابقات الهاتفية	
0.786	2.10	%36.2	%37.4	%26.4	المشاركة في غرف الدردشة الهاتفية	الترفيه

يتضح من بيانات الجدول السابق أنه تم تقسيم دوافع استخدام المبحوثين (عينة الدراسة) لتطبيقات الهواتف المحمولة إلى ثلاث دوافع: دوافع معرفية، دوافع وجدانية ، دوافع اجتماعية، و ذلك بما يتناسب مع طبيعة البحث .

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

ارتفعت متوسطات الدوافع الوجدانية الخاصة باستخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات الهواتف المحمولة، حيث جاءت عبارة "القضاء على وقت الفراغ والملل على أعلى متوسط حسابي وقيمه (2.52) ويليه عبارة الشعور بالمتعة و الترفيه والاسترخاء بمتوسط (2.48)

ويليها الدوافع المعرفية الخاصة باستخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات الهواتف المحمولة ، حيث جاءت عبارة " الفائدة المعلوماتية و الترفيهية لتطبيقات الهواتف الذكية" بمتوسط حسابي 2.48، ويليه "مشاركة الملفات مع الصور" بمتوسط حسابي 2.39، وأخيرا "الحصول على خدمات أكثر أمنا مثل شركات الاتصال" بمتوسط حسابي 2.17.

وأخيرا جاءت الدوافع الاجتماعية في الترتيب الأخير ، حيث جاءت العبارات التالية " الاستفادة من الخدمات الإلكترونية في متابعة الأعمال إنجازها" " المشاركة في غرف الدردشة الهاتفية" " المشاركة في المسابقات الهاتفية" حيث يتراوح المتوسطات الحسابية من 2.34 إلى 1.87

وتختلف الدراسة مع دراسة شذى عبد الواحد³⁴ التي توصلت إلى أن أهم الاحتياجات التي تجعل الناس يستخدمون الهاتف الجوال و هي التواصل مع الأهل والأقارب و متابعة أخبار الزملاء و الأصدقاء ، وأخيرا جاءت درجة الاحتياج قليلة في الترويج عن النفس و قضاء وقت الفراغ .

جدول رقم (10)

الإشباع المتحققة نتيجة استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف المحمولة

الانحراف المعياري	المتوسط	منخفضة	متوسطة	كبيرة	الإشباع	
0.570	2.52	%55.9	%40.4	%3.7	شغل وقت الفراغ و التخلص من الملل	إشباعات التسلية
0.608	2.53	%59.4	%34.7	%6	التسلية و الشعور بالراحة	
0.691	2.28	%41.9	%44.4	%13.7	الاسترخاء عند الشعور بالتعب	
0.709	2.21	%37.9	%45.4	%16.7	نسيان المشاكل التي تعرض لها	إشباعات المشاركة
0.670	2.39	%49.4	%40.1	%10.5	أناقش موضوعات مختلفة مع الأصدقاء	
0.668	2.36	%46.6	%42.6	%10.6	أشعر بالآلفة و التواصل مع الآخرين	
0.677	2.20	%35.2	%50.1	%14.7	أشعر بالراحة النفسية و الأطمئنان	مع اقية البيئة
0.534	2.66	%69.1	%27.9	%3	سرعة الحصول على المعلومات	
0.648	2.52	%60.9	%30.9	%8.5	التعرف على معلومات تفيد في حياتي	
0.574	2.54	%57.6	%38.4	%4	زيادة المعرفة بالأحداث الجارية	إشباعات الاتصال
0.600	2.57	%63.1	%31.2	%5.7	الوصول إلى كم هائل من المعلومات بسرعة	
0.720	2.20	%37.7	%44.4	%18	أشعر بأنني مثل الأشخاص العاديين	
0.682	2.33	%44.9	%42.9	%12.2	وفرت لي التواصل مع أشخاص لهم نفس الاهتمامات	إشباعات التواصل
0.700	2.31	%44.9	%41.4	%13.7	سهلت التواصل و جعلتني اجتماعيا أكثر	
0.736	2.21	%39.7	%41.6	%18.7	عززت من ثقتي بنفسي	

يتضح من بيانات الجدول السابق تم تقسيم الإشباع الناتجة عن استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف المحمولة إلى أربعة إشباعات : إشباع التسلية ،

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

إشباعات المشاركة ، إشباعات مراقبة البيئة ، إشباعات التواصل الاجتماعي ، بما يتوافق مع طبيعة البحث .

ارتفعت متوسطات إشباعات مراقبة البيئة الناتجة عن استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات الهواتف المحمولة ، حيث حصلت عبارة " سرعة الحصول على المعلومات" على أعلى متوسط حسابي ، حيث بلغت 2.66 ، و جاء في الترتيب الثاني عبارة " الوصول إلى كم هائل من المعلومات بسرعة" في الترتيب الثاني بنسبة 2.57

و يليها إشباعات التسلية الناتجة عن استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات الهواتف المحمولة حيث جاءت عبارة " التسلية و الشعور بالراحة" بمتوسط حسابي 2.53، و يليها " شغل وقت الفراغ و التخلص من الملل " بمتوسط حسابي 2.52

و يليها إشباعات المشاركة الناتجة عن استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف المحمولة حيث تراوحت متوسطات هذه العبارات من 2.39 إلى 2.20 و من أهم هذه العبارات "أناقش موضوعات مختلفة مع الأصدقاء" "أشعر بالآلفة و التواصل مع الآخرين .

و في الترتيب الأخير جاءت إشباعات التواصل الاجتماعي حيث تراوحت متوسطات العبارات من 2.33 إلى 2.20

جدول (11)

الفروق بين المبحوثين (عينة الدراسة) في الآثار النفسية الإيجابية الناتجة عن استخدامهم لتطبيقات الهواتف المحمولة وفقا لمتغيراتهم الديموجرافية

مؤشرات إحصائية		الانحراف المعياري	المتوسط	الآثار النفسية الإيجابية	
مستوي المعنوية	الاختبار			المتغيرات الديموجرافية	
0.193 غير دال	ت=1.484	0.436	2.328	ذكور	النوع
		0.453	2.395	إناث	
0.000 دال	ف=7.326	0.433	2.45A	18-12	العمر
		0.418	2.21B	35 -19	
		0.451	2.35Ab	45 -36	
		0.274	2.38Ab	65-46	
0.157 غير دال	ف=1.74	0.428	2.6	متوسط	الحالة التعليمية
		0.244	2.43	فوق المتوسط	
		0.455	2.36	جامعي	
		0.452	2.26	فوق الجامعي	

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

كشفت نتائج اختبار t- test أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الآثار النفسية الإيجابية الناتجة عن استخدام الجمهور لتطبيقات الهواتف المحمولة وفقا لنوع الجمهور المصري عينة الدراسة ، حيث بلغت قيمة (ت) 1.484 عند مستوى معنوية (0.193) .

كما كشفت نتائج اختبار تحليل التباين أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الآثار النفسية الناتجة عن استخدام الباحثين لتطبيقات الهواتف المحمولة وفقا لأعمارهم ، حيث بلغت قيمة (ف) =7.326 عند مستوى معنوية 0.000 ، و يتضح من الجدول أن الفرق معنوي بين المجموعتين الذين تتراوح أعمارهم (12-18) و (19-35) و بالتالي فإن الآثار النفسية الإيجابية كانت أكثر إيجابية لدي هاتين المجموعتين ، و يمكن تفسير تلك النتائج في ضوء عينة الدراسة بأن هذه الفئات أكثر استخداما لتطبيقات التواصل الاجتماعي حيث زاد عدد مستخدمي الهواتف الذكية بشكل كبير خلال السنوات القليلة الماضية ، حيث يوجد 27.1 مليار مستخدم للهواتف الذكية في عام 2020 حيث أن الآثار النفسية الإيجابية تمنح الباحثين فرصة للتعزيز الثقة بالنفس ، الخروج من الوحدة و العزلة الاجتماعية ، تساعد الباحثين على التخفيف من ضغوط الحياة اليومية ، كما أنها تجعل الفرد أكثر انفتاحا على الآخرين .

كما كشفت نتائج تحليل التباين أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الآثار النفسية الإيجابية الناتجة عن استخدام الباحثين لتطبيقات الهواتف المحمولة وفقا لحالتهم التعليمية ، حيث بلغت قيمة (ف) 1.74 عند مستوى معنوية 1.57.

جدول (12)

الفروق بين الباحثين (عينة الدراسة) في الآثار النفسية السلبية الناتجة عن استخدامهم لتطبيقات الهواتف المحمولة وفقا لمتغيراتهم الديموجرافية

مؤشرات إحصائية		الانحراف المعياري	المتوسط	الآثار النفسية السلبية المتغيرات الديموجرافية	
الاختبار	مستوى المعنوية			النوع	العمر
1.58	0.115 غير دال	0.397	2.230	ذكور	
		0.422	2.664	إناث	
1.004 =ف	0.391 غير دال	0.411	2.18	18-12	
		0.391	2.16	35 -19	
		0.37	2.27	45 -36	
		0.197	2.18	65-46	
2.9=ف	0.35 دال	0.477	2.47a	متوسط	الحالة التعليمية
		0.468	2.33ab	فوق المتوسط	
		0.415	2.17b	جامعي	
		0.385	2.16b	فوق الجامعي	

كشفت نتائج اختبار t- test أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الآثار النفسية السلبية الناتجة عن استخدام الجمهور لتطبيقات الهواتف المحمولة وفقا لنوع الجمهور المصري عينة الدراسة ، حيث بلغت قيمة (ت) 1.58 عند مستوى معنوية (0.115) .

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

كما كشفت نتائج اختبار تحليل التباين أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الآثار النفسية الناتجة عن استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف المحمولة وفقا لأعمارهم ، حيث بلغت قيمة (ف) =1.04 عند مستوى معنوية 0.391 ، كما كشفت نتائج تحليل التباين أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الآثار النفسية السلبية الناتجة عن استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف المحمولة وفقا لحالتهم التعليمية ، حيث بلغت قيمة (ف) 2.9 عند مستوى معنوية 0.35 ، و يتضح من الجدول أن الفرق معنوية بين متوسط و فوق المتوسط و فوق الجامعي ، و بالتالي فإن الآثار النفسية السلبية كانت أكثر تأثيرا على تلك الفئات حيث ساعدتهم على العزلة الاجتماعية ، اختراق الخصوصية ، تساعد على التمرد على قيم المجتمع ، كما أن التعرض لتطبيقات الهواتف المحمولة لساعات طويلة يؤدي إلى ارتفاع معدلات التوتر العصبي ، و انخفاض قدرتهم على التعبير عن المشاعر و تغير المزاج .

جدول (13)

الفروق بين المبحوثين (عينة الدراسة) في الآثار الاجتماعية الإيجابية الناتجة عن استخدامهم لتطبيقات الهواتف المحمولة وفقا لمتغيراتهم الديموجرافية

مؤشرات إحصائية		الانحراف المعياري	المتوسط	الآثار الاجتماعية الإيجابية	
مستوي المعنوية	الاختبار			المتغيرات الديموجرافية	النوع
0.691 غير دال	ت=0.391	0.461	2.218	ذكور	النوع
		0.495	2.237	إناث	
0.312 غير دال	ف=1.22	0.473	2.26	18-12	العمر
		0.521	2.17	35-19	
		0.474	2.21	45-36	
		0.343	2.10	65-46	
0.128 غير دال	ف=1.904	0.459	2.49	متوسط	الحالة التعليمية
		0.403	2.36	فوق المتوسط	
		0.486	2.020	جامعي	
		0.461	2.25	فوق الجامعي	

كشفت نتائج اختبار t- test أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الآثار الاجتماعية السلبية الناتجة عن استخدام الجمهور لتطبيقات الهواتف المحمولة وفقا لنوع الجمهور المصري عينة الدراسة ، حيث بلغت قيمة (ت) 0.391 عند مستوى معنوية (0.691) .

كما كشفت نتائج اختبار تحليل التباين أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الآثار الاجتماعية الناتجة عن استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف المحمولة وفقا لأعمارهم ، حيث بلغت قيمة (ف) =1.22 عند مستوى معنوية 0.312

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

كما كشفت نتائج تحليل التباين أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الآثار الاجتماعية السلبية الناتجة عن استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف المحمولة وفقا لحالتهم التعليمية ، حيث بلغت قيمة (ف) 1.904 عند مستوى معنوية 0.128

وفقا لنتائج الجدول السابق فإن الآثار الاجتماعية الإيجابية كانت أقل تأثيرا على المبحوثين عينة الدراسة نتيجة تعرضهم لتطبيقات الهواتف المحمولة ، و بالتالي كلما زاد تعرض المبحوثين لتطبيقات الهواتف المحمولة ، قلت الآثار الاجتماعية الإيجابية ، و بالتالي فإن تعرض المبحوثين لتطبيقات الهواتف المحمولة يزيد لديهم الشعور بالوحدة و العزلة الاجتماعية ، كما أنه لا يساعدهم علي حل مشكلاتهم الشخصية .

جدول رقم (14)

الفروق بين المبحوثين (عينة الدراسة) في الآثار الاجتماعية السلبية الناتجة عن استخدامهم لتطبيقات الهواتف المحمولة وفقا لمتغيراتهم الديموجرافية

مؤشرات إحصائية		الانحراف المعياري	المتوسط	الآثار الاجتماعية السلبية	
مستوي المعنوية	الاختبار			المتغيرات الديموجرافية	
0.000 دال	ت=4.171	0.469	2.206	ذكور	النوع
		0.505	1.99	إناث	
0.000 دال	ف=6.474	0.54	2.99B	18-12	العمر
		0.480	2.10Ab	35 -19	
		0.406	2.30A	45 -36	
		0.275	2.22Ab	65-46	
0.000 دال	ف=6.156	0.401	2.56a	متوسط	الحالة التعليمية
		0.432	2.32ab	فوق المتوسط	
		0.510	2.04b	جامعي	
		0.489	2.15b	فوق الجامعي	

كشفت نتائج اختبار t- test أنه توجد فروق دالة إحصائية بين الآثار الاجتماعية السلبية الناتجة عن استخدام الجمهور لتطبيقات الهواتف المحمولة وفقا لنوع الجمهور المصري عينة الدراسة ، حيث بلغت قيمة (ت) 4.171 عند مستوى معنوية (0.000) كما كشفت نتائج اختبار تحليل التباين أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الآثار الاجتماعية السلبية الناتجة عن استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف المحمولة وفقا لأعمارهم ، حيث بلغت قيمة (ف) =6.474 عند مستوى معنوية 0.000 ، و كانت

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

الفروق معنوية بين الفئات العمرية التالية (12-18)(36-45)، كما كشفت نتائج تحليل التباين أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الآثار الاجتماعية السلبية الناتجة عن استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف المحمولة وفقا لحالتهم التعليمية ، حيث بلغت قيمة (ف) 6.156 عند مستوى معنوية 0.000، و يتضح من الجدول أن الفروق معنوية بين الفئات (متوسط و فوق المتوسط و فوق الجامعي)، و بالتالي فإن الآثار الاجتماعية السلبية كانت أكثر تأثيرا على تلك الفئات ،

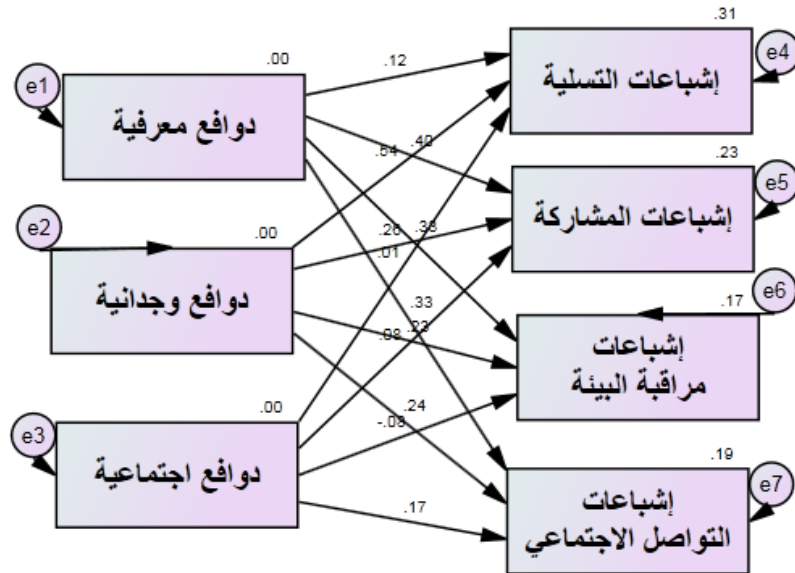
و بالتالي كلما ازداد تعرض المبحوثين لتطبيقات الهواتف المحمولة ازداد تأثير الآثار الاجتماعية السلبية و التي تتضح فيما يلي (عدم رغبة المبحوثين في الاشتراك في محادثات جماعية مع أسرهم – التعايش مع مشكلات الآخرين – التمرد على قيم المجتمع).

فروض الدراسة :

الفرض الأول : توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع استخدام الجمهور المصري لتطبيقات الهواتف الذكية والإشباع المتحققة منها .

شكل رقم (1)

النموذج المعدل لاختبار تأثير دوافع تعرض المبحوثين لتطبيقات الهواتف المحمولة على الإشباع المتحققة منها



المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول رقم (15)
مؤشرات جودة التوافق الكلية للنموذج المقترح

القيمة	مؤشرات جودة التوافق الكلية
2.252	مؤشر كا2 المعياري CMIN/DF
0.953	مؤشر جودة التوافق GFI
0.945	مؤشر المطابقة المقارن CFI
0.031	مؤشر الجذر التربيعي لمتوسط مربع خطأ التقدير RMSEA
0.0027	مؤشر الجذر التربيعي للباقي RMR
0.83	معامل التحديد R2
0.149	الخطأ المعياري SE
0.912	معامل المسار beta
0.000	ألفا P

و من الجدول السابق تتضمن جودة التوافق الكلية للنموذج المقترح مجموعة من المعايير التالية

- 1- مؤشر كا2 المعياري CMIN/DF: وهي عبارة عن نسبة كا2 إلى درجات الحرية، و حد القبول لهذا المؤشر من 2-3، و بالنظر إلى الجدول سنج أن قيمتها 2.252، و هكذا يعكس هذا المؤشر قبول النموذج .
- 2- مؤشر جودة التوافق GFI: تتراوح قيمته بين صفر و الواحد التام ، و حد القبول لهذا المؤشر أكبر أو يساوي 0.80، و كلما زادت قيمته دل على التوافق ، و بالنظر إلى بيانات الجدول نجد أن قيمة مؤشر جودة التوافق = 0.953 ، مما يدل على توافق أفضل .
- 3- مؤشر المطابقة المقارن CFI: و هو كمؤشر آخر لجودة التوافق و تتراوح درجة قبول المؤشر من صفر إلى الواحد التام ، و بالنظر إلى بيانات الجدول نجد أن قيمة مؤشر المطابقة المقارن 0.945 ، مما يدل على توافق أفضل .
- 4- مؤشر الجذر التربيعي لمتوسط مربع خطأ التقدير RMSEA: يعتبر حد القبول لهذا المؤشر 0.8، و كلما صغرت قيمة المؤشر كلما دل على التوافق ، و بالنظر إلى بيانات الجدول نجد أن قيمة المؤشر بلغت (0.031)
- 7- مؤشر الجذر التربيعي للباقي RMR: لا يوجد حد معين لقبول المؤشر ، و لكن كلما قلت قيمته كان دليل على التوافق، و بالنظر إلى بيانات الجدول نجد أن قيمة مؤشر الجذر التربيعي لمتوسط مربع خطأ التقدير كان 0.0027

8- معامل التحديد R2 :

بالنظر إلى بيانات الجدول نجد أن قيمة معامل التحديد 0.83 والذي يمكن أن يفسر في النموذج من التغيرات في المتغير التابع R2 أن حوالي 0.83 (وفقا لمعامل التحديد (الإشباع) بنسبة 0.83، وأن النسبة المتبقية (0.17) ترجع إلى عوامل أخرى لم يشملها النموذج

أخيرا : هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للدوافع على الإشباعات بقيمة bita (0.912) عند ألفا = 0.000 ، حيث كانت CR = 6.329 ، و قيمة R2=0.83 ، و بالتالي يتم استنتاج أن هناك تأثيرا كبيرا للدوافع على الإشباعات .

وبناء على ما سبق نستطيع القول إن النموذج الهيكلي المقترح بناء على مؤشرات جودة التوافق الكلية ، مما يفسر علاقات التأثير بين المتغيرات (الدوافع) (الإشباع) بدرجة إيجابية عالية يمكن الاعتماد عليها .

بعد ثبوت كفاءة النموذج المقترح لتقييم فروض النموذج لمعرفة درجة المعنوية الإحصائية ، ويوضح الجدول التالي اختبار مدى وجود علاقات تأثير بين متغيرات الدراسة (الدوافع) (الإشباع) بعد اختبار معاملات النموذج

جدول (16)

معدلات المسارات المعيارية و غير المعيارية و معنويتها بالنموذج المقترح

الدوافع	المسار	الإشباعات	القيمة غير المعيارية	الخطأ المعياري	القيمة الحرجة	مستوى المعنوية	القيمة المعيارية
الدوافع المعرفية	←	إشباعات التسلية	0.125	0.058	2.174	0.03	0.121
الدوافع الوجدانية	←	إشباعات التسلية	0.578	0.057	10.168	0.000	0.542
الدوافع الاجتماعية	←	إشباعات التسلية	0.011	0.043	0.225	0.799	0.012
الدوافع المعرفية	←	إشباعات المشاركة	0.433	0.063	6.845	0.000	0.4
الدوافع الوجدانية	←	إشباعات المشاركة	0.288	0.063	4.658	0.000	5.259
الدوافع الاجتماعية	←	إشباعات المشاركة	0.075	0.047	1.599	0.11	0.082
الدوافع المعرفية	←	إشباعات مراقبة البيئة	0.336	0.062	5.444	0.000	0.332
الدوافع الوجدانية	←	إشباعات مراقبة البيئة	0.236	0.061	3.87	0.000	0.226
الدوافع الاجتماعية	←	إشباعات مراقبة البيئة	0.07-	0.064	1.529-	0.126	0.082-

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

0.326	0.000	5.436	0.064	0.347	إشـبـاعـات التواصل الاجتماعي	←	الدوافع المعرفية
0.241	0.000	4.187	0.063	0.264	إشـبـاعـات التواصل الاجتماعي	←	الدوافع الوجدانية
0.173	0.000	3.298	0.047	0.155	إشـبـاعـات التواصل الاجتماعي	←	الدوافع الاجتماعية

و بالتالي تبث صحة الفرض القائل بأنه توجد علاقة ارتباطيه بين دوافع استخدام الجمهور المصري لتطبيقات الهواتف الذكية والإشباعات المتحققة منها .

الفرض الثاني : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور لتطبيقات الهواتف الذكية والآثار النفسية والاجتماعية (السلبية – الايجابية).

جدول (17)

معاملات الارتباط بين استخدام الجمهور لتطبيقات الهواتف المحمولة و الآثار النفسية و الاجتماعية (الإيجابية – السلبية)

استخدامات الجمهور لتطبيقات الهواتف المحمولة		المتغيرات
مستوى الدلالة	معامل ارتباط بيرسون	
0.000	0.445	الآثار النفسية الإيجابية
0.000	0.318	الآثار النفسية السلبية
0.000	0.472	الآثار الاجتماعية الإيجابية
0.000	0.303	الآثار الاجتماعية السلبية

كشفت نتائج الجدول السابق عن وجود علاقة ارتباطيه بين استخدام الجمهور لتطبيقات الهواتف المحمولة و الآثار النفسية الإيجابية ، حيث تبث وجود علاقة ارتباطيه طردية بين استخدامات الجمهور لتطبيقات الهواتف المحمولة و الآثار النفسية الإيجابية باستخدام معامل ارتباط بيرسون عند مستوى معنوية (0.000) حيث أن الآثار النفسية الإيجابية ترتبط بدرجة استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف المحمولة و التي تتمثل في تعزيز الثقة بالنفس – الخروج من الوحدة و العزلة الاجتماعية – التخفيف من ضغوط الحياة اليومية.

كما ثبت أيضا وجود علاقة ارتباطيه طردية بين استخدامات المبحوثين (عينة الدراسة) و الآثار النفسية السلبية باستخدام معامل ارتباط بيرسون عند مستوى معنوية (0.000) حيث أن استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف المحمولة لفترات

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

طويلة يرتبط بالآثار النفسية السلبية و التي تتمثل في (التوتر العصبي – الوحدة و العزلة الاجتماعية – تغير المزاج)

كما ثبت أيضا وجود علاقة ارتباطيه بين استخدامات المبحوثين (عينة الدراسة) والآثار الاجتماعية الإيجابية باستخدام معامل ارتباط بيرسون عند مستوى معنوية (0.000) و بالتالي فإن الآثار الاجتماعية الإيجابية الناتجة عن استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف المحمولة تتمثل في ((التفاعلية – الاستفادة من خبرات الآخرين في حل المشكلات)

كما ثبت أيضا وجود علاقة ارتباطيه بين استخدامات المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات الهواتف المحمولة و الآثار الاجتماعية السلبية عند مستوى معنوية (0.000) و تتمثل الآثار الاجتماعية السلبية في (عدم الرغبة في محادثات جماعية – التمرد على قيم المجتمع)

و بالتالي ، تبنت صحة الفرض القائل ، بأنه توجد علاقة ارتباطيه بين درجة استخدام الجمهور لتطبيقات الهواتف المحمولة و الآثار النفسية و الاجتماعية (الإيجابية – السلبية)

الفرض الثالث : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في نوعية المضامين لتطبيقات الهواتف الذكية وفقا للمتغيرات الديموجرافية .

جدول رقم (18)

دلالة الفروق بين المبحوثين و نوعية المضامين لتطبيقات الهواتف المحمولة وفقا لمتغيراتهم الديموجرافية

مؤشرات إحصائية		الانحراف المعياري	المتوسط	نوعية مضامين الهواتف المحمولة	
مستوي المعنوية	الاختبار			المتغيرات الديموجرافية	
0.091 غير دال	ت=1.69	0.361	2.22	ذكور	النوع
		0.377	2.16	إناث	
0.003 دال	ف=4.762	0.36	2.18Ab	18-12	العمر
		0.352	2.10B	35 -19	
		0.417	2.31A	45 -36	
		0.322	2.24Ab	65-46	
0.102 غير دال	ف=2.08	0.54	2.4	متوسط	الحالة التعليمية
		0.347	2.28	فوق المتوسط	
		0.368	2.17	جامعي	
		0.344	2.22	فوق الجامعي	

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

كشفت نتائج اختبار t- test أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة و نوعية تطبيقات الهواتف المحمولة وفقا لنوعهم ، حيث بلغت قيمة (ت) 1.69 عند مستوى معنوية (0.091) .

كما كشفت نتائج اختبار تحليل التباين أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة ونوعية تطبيقات الهواتف المحمولة وفقا لأعمارهم ، حيث بلغت قيمة (ف) =4.762 عند مستوى معنوية 0.03 ، وكانت الفروق معنوية بين الفئات العمرية التالية (19-35)(36-45)، كما كشفت نتائج تحليل التباين أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة و تطبيقات الهواتف المحمولة وفقا لحالتهم التعليمية ، حيث بلغت قيمة (ف) =2.08 عند مستوى معنوية 0.102، و يتضح من الجدول أن الفروق معنوية بين الفئات (متوسط و فوق المتوسط و فوق الجامعي)، و بالتالي فإن نوعية مضامين الهواتف المحمولة كانت أكثر تأثيرا على تلك الفئات .

ثبت صحة الفرض جزئيا ، حيث توجد علاقة بين الفئات العمرية للمبحوثين عينة الدراسة وفقا لنوعية المضامين الخاصة بتطبيقات الهواتف المحمولة

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في درجة استخدام تطبيقات الهواتف الذكية وفق المتغيرات الديموجرافية .

جدول رقم(19)

دلالة الفروق بين المبحوثين و درجة استخدامهم لتطبيقات الهواتف المحمولة وفقا لمتغيراتهم الديموجرافية

مؤشرات إحصائية		الانحراف المعياري	المتوسط	تطبيقات الهواتف المحمولة المتغيرات الديموجرافية	
الاختبار	مستوي المعنوية			النوع	العمر
ت=1.293	0.197 غير دال	0.3624	2.218	ذكور	النوع
		0.34	2.212	إناث	
ف=3.58	0.014 دال	0.314	2.23	18-12	العمر
		0.399	2.167	35 -19	
		0.359	2.35	45 -36	
		0.317	2.21	65-46	
ف=4.89	0.002 دال	0.346	2.61a	متوسط	الحالة التعليمية
		0.406	2.23b	فوق المتوسط	
		0.336	2.21ab	جامعي	
		0.384	2.26b	فوق الجامعي	

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

كشفت نتائج اختبار t- test أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الباحثين عينة الدراسة و درجة استخدام تطبيقات الهواتف المحمولة وفقا لنوعهم ، حيث بلغت قيمة (ت) 1.293 عند مستوى معنوية (0.197) .

كما كشفت نتائج اختبار تحليل التباين أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين عينة الدراسة و درجة استخدام تطبيقات الهواتف المحمولة وفقا لأعمارهم ، حيث بلغت قيمة (ف) =3.58 عند مستوى معنوية 0.14 ، و كانت الفروق معنوية بين الفئات العمرية التالية (19-35)(36-45) ، كما كشفت نتائج تحليل التباين أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين عينة الدراسة و تطبيقات الهواتف المحمولة وفقا لحالتهم التعليمية ، حيث بلغت قيمة (ف) =4.89 عند مستوى معنوية 0.002 ، و يتضح من الجدول أن الفروق كانت معنوية بين الفئات (متوسط و فوق المتوسط و فوق الجامعي) ، و بالتالي فإن درجة استخدام تطبيقات الهواتف المحمولة كانت أكثر تأثيرا

ثبت صحة الفرض جزئيا ، حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية و الحالة التعليمية وفقا لدرجة استخدامهم لتطبيقات الهواتف المحمولة

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

هوامش الدراسة:

- 1 - تم الرجوع إلي :
- حس عماد مكاوي ،ليلي السيد "الاتصال و نظرياته المعاصرة"،(القاهرة : الدار المصرية اللبنانية
(2006)،ص39
-K.Roe, "The uses & gratification's Approach :A review & some Methodological
issues ",**journal of Behavior &social science**,vol.11,No.1,1999,p.p.81-96<
- حسني محمد نصر، "نظريات الإعلام" (الإمارات : دار الكتاب الجامعي, 2015).
- عاطف عدلي العبد ، نهي عاطف العبد ، "نظريات الإعلام و تطبيقاتها العربية"، (القاهرة :دار الإيمان
للطباعة ،2008)
-Ferguson, D& Perse ,E." The world wide web as a functional Alternative to
television " **journal of Broadcasting & Electronic Media** , Vol.44,No.2, pp.
483-500.
- leung ,l. , "college student Motivations for chatting on ICQ" ,**New media & society**
, vol.3, No.4,2003, p.p483-500.
- choi ,y, j .,& Haqu M. "Internet use patters and motivations of Koreans " **Asian
Journal of communications** , , Vol.12,No.1,2002,p.p126-134.
- Barnes ,S ., "**online connections : Internet interpersonal relationships** ".(USA:
tampton press,Inc ,2001) p.p.126-128
2 - تم الرجوع إلي :
- Rice ,R.E. , "using social presence Theory to compare tradional and new
organizational media " **Human computer Interaction** , vol.19,No.4 , june
1993,p.p.451-484.
- Tanis ,Martin &Postrnes, Tom , "social cues& Impression formation in C.M.C
"**communication Research** ,vol.30,No.6,December2003,p.677.
- Kali,Mark & Johnson ,Roy, "feedback channels using social presence theory to
compare voice mail \to E- mail " **journal of information system Education**
,vol.13,No.4, winter 2002,p.296.
3 - تم الرجوع إلي :
- Young cheon cho , "The politics of Suffering in the public Sphere : The body in
pain , Empathy and political Spectacles ", **Ph.D. Dissertation**, the university of
lowo, lowo city , May,2009, p.2005.
- Michailido, Asimina, "Europeonisation of the electronic public sphere Theory :
institutional culture and online reality ",political perspectives , ERRU.,issue2 ,
No.4,2007.
- Jorgen, Habermas, " **the structural of online public sphere : An Inquiry into
category of Bourgeois society** " , translated by Thomas Burger and
Fredrick lawrence , 2nd edition , Cambridge", The MTI press , 1898 , p:30.
- simon susen , "critical notes on Haberma's Theory of the public sphere" ,
sociological Analysis ,vol.5, No.1 , spring 2011, p.53.
- Muhammad Khan ,Igaz Gilani & Allah Nawaz, "from Haberrma's model to new
public sphere : Aparadigram shift " , **Global Journal of human social science** ,
vol.12, No.5 ,March 2012, p:45.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- إيمان حسني، " تعليقات المستخدمين في الصحف الإلكترونية و صلاحيتها لتكوين الرأي العام المصري في
المدواوات العامة"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام: جامعة القاهرة، العدد 3، يولييه
- سبتمبر 2013، ص394 .

4 - مريم ماضي، " تأثيرات الهاتف النقال علي أنماط الاتصال الاجتماعي لدي الطالب الجامعي : طلبية
جامعة قسنطينية نموذجاً"، رسالة ماجستير غير منشورة، (الجزائر : جامعة الحاج لحضر، 2012)
https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%87%D8%A7%D8%AA%D9%81_%D9%85%D8%AD%D9%85%D9%88%D9%84

6 - سائد رضوان سعيد محمد رضوان، " اعتماد الشباب الفلسطيني علي صحافة المحمول كمصدر للأخبار
وقت الأزمات : دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2016 .

7 -ياسين خضير الليبياني، " الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة"، دار البلدية ناشرون و موزعون، ط1،
الأردن، 2014، ص140

8 - ريان أحمد بادويلان، " أحوال الجوال، فوائده و أضراره و وسائله و أسراره"، (الرياض: دار طويق
للنشرة التوزيع، 2003)

9- مريم ماضي، مرجع سابق، ص

10 - جمال الدهشان، علي شعبان، " استخدام الهاتف المحمول في التعليم بين التأييد و الرفض"، مجلة كلية
التربية، بنها، العدد 25، 2013، ص-ص191-217

11- Hatchi , Kristinia . E, **"Determining the effects of technology of children"** ,
university of rhode Island, 2011

12 - يارة ماهر محمد قناوي، "قياس مدى تفاعل طلاب قسم المكتبات و المعلومات بجامعة المنيا مع تطبيقات
الهواتف الذكية في الحصول على مصادر المعلومات الرقمية: دراسة تقييمية"، المجلة المصرية لعلوم
المعلومات، مج4، ع2، أكتوبر 2017

13 - نهى أبو الحسن، " تعلم في 5 دقائق YOUTUBE"، متاح على
<https://books.google.com.eg/books?id=0roPDgAAQBAJ&pg=PA12&lpg=PA12&dq>

q
الاجتماعي+تطبيقات+تكنولوجية+مستندة+إلى+الويب+تتيح+التفاعل+بين+الناس+،+وتسمح+بنقل+البيانا
ت+الالكترونية+وتبادلها+بسهولة+،+وتوفر+للمستخدمين+إمكانية+العثور+علي+آخرين+يشتركون+في
+نفس+المصالح+،+وبناء+عليه+ينتج+عن+ذلك+ما+يسمي+بالمجتمعات+الاقتراضية+،+حيث+يستطيع
+المستخدمون+التجمع+في+كيانات+اجتماعية+تشبه+الكيانات+الواقعية+.&source=bl&ots=-&YIXvUItRW&sig=ACfU3U1Mhh514WJaWNEY7Q4hGTLL3UdXjg&hl=ar&sa=X&ved=2ahUKEwjBpKqIpv7uAhWwURUIHaCPCH8Q6AEwCXoECAyQA=#v=onepage&q
فهو%20%إلى%20%الويب%20%تتيح%20%التفاعل%20%بين%20%الناس%20%وتسمح%20%بنقل%
20%البيانات%20%الالكترونية%20%وتبادلها%20%بسهولة%20%وتوفر%20%للمستخدمين%20%إمك
انية%20%العثور%20%علي%20%آخرين%20%يشتركون%20%في%20%نفس%20%المصالح%20%وتسمح%20%بنقل%
وبناء%20%عليه%20%ينتج%20%عن%20%ذلك%20%ما%20%يسمي%20%بالمجتمعات%20%الاقتراضية%20%حيث%20%يستطيع%20%المستخدمون%20%التجمع%20%في%20%كيانات%20%اجتماعية%20%تشبه%20%الكيانات%20%الواقعية%20%.&f=false

- 14

https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D9%87%D8%A7%D8%AA%D9%81%D8%A9_%D9%81%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D9%88%D9%8A%D8%A

9

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- 15
<https://coastalsafety.com/%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%AD%D8%B1%D9%8A%D8%A9-gps>
- 16
<https://www.arabapps.org/2016/09/%D8%AA%D8%B7%D8%A8%D9%8A%D9%82-video-edit-or-%D9%84%D8%AA%D8%B9%D8%AF%D9%8A%D9%84-%D9%88%D8%AA%D8%AD%D8%B1%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D9%88-%D8%B1%D8%A7%D8%A6%D8%B9-%D8%AC>
- 17 - خمائل زيدان خلف، "دوافع الشباب الجامعي العراقي لتطبيقات الهاتف المحمول و الإشباع المتحققة منها"، **مركز بحوث المشرق الأوسط**، جامعة عين شمس، ع55، 2020 .
- 18 - هشام فولى عبد المعز، "استخدام تطبيقات الفيديو القصير وعلاقته بالآثار النفسية و الاجتماعية لدي الجمهور"، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام – جامعة الأزهر يوليو 2020.
- 19 - أمين منصور وافي، "استخدامات ذوي الإعاقة التواصل البصرية من طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة لتطبيقات التواصل الاجتماعي في الهواتف الذكية: دراسة ميدانية"، **مجلة الجامعات للدراسات الإنسانية**، ع27، 2019، ص-ص 40-46 .
- 20- Logan, Molyneux, "Mobile News consumption : A habit of snacking .june 2017 , **Digital journalism** , Available at :
https://www.researchgate.net/publication/317629247_Mobile_News_Consumption_A_habit_of_snacking
- 21 - فريد أبو ضهير، "التأثيرات السلبية لاستخدام الهواتف الذكية علي الأطفال من وجهة نظر الأمهات : حنين و الباذان نموذجاً"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام : جامعة النجاح الوطنية، 2017
- 22 - إسحاق بحاكم، "استخدام التطبيقات الاتصالية للهواتف الذكية و مساهمتها في تدعيم صحافة المواطن : دراسة وصفية تحليلية لعينة من طلبة و أساتذة قسم علوم الإعلام و الاتصال جامعة ورقلة"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، الجزائر، 2016 .
- 24- Westland oscar & fridigh ,Mathesis A. , "Accessing the news in an age of Mobile Media : Tracing Displacing and complementary effects of mobile news on newspapers and online news ", **Mobile Media & communications** , vol. 3, 2015, p.p.53-74 .
- 25 paul , Mihailids , paul , "**Exploring the role of mobile phones in the daily life of young people** (Boylston, Emeson college 2014)
- 26- paul ,Mihailids , paul , "Exploring the role of mobile phones in the daily life of Young people ", **unpublished Master's thesis** , (Boyston , Emeson college ,2014)
- 27 - تم الرجوع إلى :
- IBM Corp. Released 2015. IBM SPSS Statistics for Windows, Version 23.0. Armonk, NY: IBM Corp.
- Arbuckle, J. L. (2014). Amos 23.0 User's Guide. Chicago: IBM SP

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

28 - محمد محمد عبده بكير، "اتجاهات الشباب السعودي نحو تطبيقات الهواتف الذكية و علاقتها برأس المال الاجتماعي لديهم: دراسة مسحية" المجلة العربية لبحوث الإعلام و الاتصال، جامعة الأهرام الكندية، ع17، 2017،

29 - إحصائية ترصد ارتفاعا مخيفاً في استخدام الهواتف في زمن كورونا، متاح على :
<https://arabic.sputniknews.com/science/202007091045960479-%D8%A5%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D8%B1%D8%B5%D8%AF-%D8%A7%D8%B1%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D8%A7-%D9%85%D8%AE%D9%8A%D9%81%D8%A7-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D9%87%D9%88%D8%A7%D8%AA%D9%81-%D9%81%D9%8A-%D8%B2%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%83%D9%88%D8%B1%D9%88%D9%86%D8%A7>

30 - عبد الوهاب جودة الحاميس، "تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي عبر الهواتف الذكية و علاقتها بالاعتزاز لدى الشباب الجامعي في سلطنة عمان"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (كلية الإعلام - جامعة القاهرة)، ع54، ص-ص203-250

31 - فاطمة الزهراء زغدودي، "استخدام التطبيقات الإسلامية على الهواتف الذكية لدى الطالب الجامعي: دراسة ميدانية لعينة من طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة قلمة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية - جامعة 8 ماي 1945 قلمة بالجزائر)

32 - عبد الله مرزوق، "تأثير تطبيقات الهواتف الذكية في مهارات التواصل الاجتماعي لدى الشباب في المجتمع السعودي"، رسالة ماجستير غير منشورة، (كلية الآداب - جامعة الملك سعود، 2017)

33 - رحيمة الطيب عساني، "استخدام طلاب جامعة الشارقة للإنترنت و الهواتف النقالة و تأثيراتها على تواصلهم الاجتماعي"، المجلة العربية للإعلام و الاتصال، العدد 11 (كلية الآداب - جامعة الملك سعود 2014،

34- شذى بنت الواحد، "استخدامات الهاتف الجوال كوسيلة اتصالية في المجتمع السعودي والإشباع المتحققة منه"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة و الإعلام، 2010)