

دوافع استخدام طلبة الجامعات الإماراتية للهواتف الذكية والإشباع المتحققة منها دراسة مسحية

د. معين صالح يحيى الميتمي (*)

مقدمة

لكل عصر لغته وأسلوبه في التعبير عن أفكاره ونحن الآن نعيش عصر اللغة الرقمية الإلكترونية، التي دُمجت فيها كل وسائل التفكير والتعبير التي ابتكرها الإنسان وهو ما يسمى بالوسائط المتعددة والمتفاعلة فأصبح هذا العصر رمزاً لوفرة المعلومات وتدفقها بسرعة هائلة^(١)، ويرى بعض الباحثين أن الهواتف الذكية (Smartphones) تتصدر قائمة أهم إحدى عشرة تقنية ظهرت خلال العقد الأول من القرن الواحد والعشرين.^(٢)

تحتل الهواتف الذكية أهمية بالغة كأبرز تقنيات وسائل الاتصال الحديثة وما تتيحه من تفاعلية وقدرات تقنية عالية جعلت منها من أكثر الوسائل الإعلامية والاتصالية في عصرنا الراهن تأثيراً وانتشاراً فقد جاءت هذه الدراسة بهدف الكشف عن دوافع طلاب الجامعات الإماراتيين للهواتف الذكية والتعرف على الإشباع التي تتحقق لهم جراء استخدامها، خصوصاً في ظل الانتشار غير المسبوق للأجهزة الذكية في أوساط فئات المجتمعات الخليجية والعربية بشكل عام.

كما تشير الدراسات الحديثة إلى أن تقنيات الهواتف النقالة من أسرع وسائل الإعلام الرقمية نمواً، فهي من بين الأجهزة الأكثر شعبية، حتى بين الأسر ذات الدخل المنخفض (low-income households)^(٣)، ومن الواضح أن الهواتف الذكية سوف تستمر في التطور وذلك بسبب الجهود التي تبذل في التطوير المستمر باستخدام أحدث التقنيات، لتصبح أصغر حجماً، وأخف وزناً وكذلك أكثر فائدة وسهولة في الاستخدام.^(٤) بالإضافة إلى أن وسائل الإعلام الجديدة ووسائل الإعلام التقليدية مثل الصحف والإذاعة والتلفزيون متاحة أيضاً على الهواتف الذكية عبر شبكة الإنترنت مما يعني أن هذه التكنولوجيا الناشئة

* الأستاذ المساعد بكلية الإمارات للتكنولوجيا، أبوظبي – الإمارات

تسمح باستمرار استخدام الأشكال التقليدية والجديدة من وسائل الإعلام في أي مكان وزمان.^(٥)

ولعل البيانات الصادرة عن الشركات المتخصصة في تكنولوجيا الإلكترونيات توضح المكانة الكبيرة التي أصبحت تحظى بها الهواتف المحمولة وخصوصاً الذكية منها، فقد أشارت التقديرات الأخيرة إلى أن عدد الهواتف المحمولة سيفوق مجموع البشر في العام (٢٠١٦) وذلك وفقاً لتقرير أخير حول تداول البيانات على الشبكة العالمية صدر عن شركة سيسكو العملاقة المتخصصة في مجال الشبكات الإلكترونية، حيث توقعت الشركة أنه بحلول عام ٢٠١٦ سيكون هناك (١٠) مليارات هاتف محمول متصل بالإنترنت في العالم.^(٦)

وسيتناول هذه الدراسة في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع كونهما النظرية الملائمة لمثل هذا النوع من الدراسات وباعتبار أن مجال الإعلام الجديد والتقنيات الحديثة ومنها الهواتف الذكية وأجهزة التابلت (Tablets) وغيرها من الوسائل تحتاج للبحث والدراسة المتعمقة لأساليب استخدامها وما تقدمه للجماهير من خصائص إعلامية تشبع حاجاتهم ودوافعهم.

١- الهواتف الذكية:

لقد تجاوز الهاتف المحمول دور الهاتف التقليدي الذي يقتصر دوره على المكالمات التلفونية الصوتية فأصبح يقدم خدمات ويقوم بوظائف ويتيح إمكانيات إعلامية كبيرة، وينظر له عالمياً كوسيلة إعلامية واتصالية حديثة.^(٧)

وعلى مدى العقود الثلاثة الماضية، ظهرت تطورات كبيرة في مجال الاتصال تمثلت في ظهور شبكة الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر و انستقرام)، إلى جانب ظهور الهاتف المحمول الذي يعد أحد أبرز العناصر الجديدة التي أصبحت تحظى بشعبية كبيرة في السنوات الأخيرة وخاصة الهواتف الذكية (Smartphones)، فخلال السنوات القليلة الماضية شهدت أسواق الاتصالات المتنقلة تغييرات كبيرة ناتجة عن اختراق هائل من شركات الهواتف الذكية.^(٨) وهذا ما أكدته ميغان (Megan R. Boddum) عندما أشار إلى أن هناك تحولاً تاريخياً كبيراً (AMajor Historical Shift) في عالم التكنولوجيا وذلك بانتقال مجتمعنا من سطح المكتب (أجهزة الكمبيوتر)

إلى تكنولوجيا الأجهزة النقالة (PortableTechnology). والمتمثلة الآن في الهواتف المحمولة التي تسمح للناس باستخدامها في أي مكان وفي أي وقت.^(٩)

ويجب الإشارة إلى أنه حتى فترة زمنية قريبة كان الهاتف الثابت أكثر الوسائل المستخدمة في الاتصال قبل ظهور الهواتف النقالة (Mobile Devices)، وقد أدى ظهور الهواتف النقالة إلى انتشار وقبول هذه التكنولوجيا في جميع أنحاء العالم وتمكن الجميع من الحصول عليه بما فيهم المواطنين العاديين محدودي الدخل بغض النظر عن المكان الذي يتواجد فيه الناس أو المكانة التي يتمتعون بها، مما ساعد على نشر ابتكارات الهواتف المحمولة بشكل واسع، الأمر الذي ساهم في تغيير حياة الناس العاديين بشكل إيجابي أكثر من أي تكنولوجيا أخرى.^(١٠)

وقد بلغ عدد مشتركى الهواتف المحمولة في العام (٢٠١٢) أكثر من ستة مليارات مشترك في جميع أنحاء العالم وهو ما يعادل (٧٥٪) من سكان العالم (البنك الدولي، ٢٠١٢). والوتيرة التي تنتشر بها الهواتف المحمولة عالمياً لا مثيل لها في تاريخ التكنولوجيا^(١١)، وهذا يشير إلى أن الاتصالات المتنقلة سرعان ما أصبحت جزء لا يتجزأ من النمو الاقتصادي (Economic Growth) والتحول الاجتماعي (TransformationSocial) ووفقاً للاتحاد الدولي للاتصالات ITU (٢٠١٤) فقد ساهم انتشار الهواتف المحمولة على نطاق واسع في تشجيع الابتكار وتدعيم الإنتاجية والنمو، وجذب الاستثمار الأجنبي المباشر.^(١٢)

وبنفس الوتيرة التي انتشرت بها الأجهزة النقالة شهدت الأجهزة والهواتف الذكية نمو كبير وغير مسبوق في السنوات القليلة الماضية مما أدى إلى تراجع مبيعات الهاتف الثابت وأجهزة الكمبيوتر المكتبية وذلك بسبب طبيعة الأجهزة الذكية التي تتيح إمكانيات كبيرة وتسمح بحرية الحركة والتنقل.^(١٣)

وتعد الهواتف الذكية نتيجة التقارب بين الهواتف النقالة والحواسيب الشخصية. حيث تم دمج الهواتف المحمولة، والحواسيب الشخصية المحمولة التي تجمع بين وظائف الهاتف المحمول التقليدية مع شبكة الاتصال التي تدعم تركيب وتشغيل التطبيقات البرمجية.^(١٤)

١-١- مميزات الهواتف الذكية كوسيلة اتصالية:

أشار كل من LeeLee and (٢٠١٤) إلى أن الهواتف الذكية تقدم للمستهلكين القدرات المتقدمة التي تتمتع بها الحواسيب الألية (الكمبيوتر) مع اختيار مجموعة من التطبيقات المتنوعة التي تعزز الإبداع والتخصيص والتحليل التجريبي، كما كشف أن عدداً من المنتجات الجديدة في سوق الهواتف الذكية قد زاد إلى حد كبير نظراً لدخول الشركات الجديدة التي جاءت من خارج قطاع الاتصالات الأمر الذي أدى إلى فرط المنافسة، التي بدورها أدت إلى تحسن كبير في تكنولوجيا الهواتف الذكية سواءً من ناحية البرامج أو الأجهزة.^(١٥)

وتتميز الهواتف الذكية بالعديد من الوظائف مثل: الكاميرا، والفيديو، والراديو، والتلفزيون، ونظام تحديد المواقع (GPS) ومشغل MP3 وسوق متكامل يشتمل على العديد من التطبيقات المختلفة (Different Applications)، كما أنها تستخدم لتحميل الموسيقى واستخدام ألعاب الفيديو التفاعلية.^(١٦)

كما أن لدى الهاتف المحمول القدرة على تسهيل الوصول (Facilitate Access) إلى عدد كبير من الناس، ويتميز بسرعه العاليه في نشر المعلومات التي قد تؤدي إلى اتخاذ إجراءات جماعية من خلال تنبيه الناس حول القضايا الاجتماعية والسياسية الهامة. كما تستطيع الهواتف الذكية من خلال تعزيز انتشار المعلومات المتنوعة وإنشاء شبكات واسعة النطاق من تعزيز فهم الناس للمجال العام (Public Sphere).^(١٧)

وأخيراً فإن الهواتف الذكية تُستخدم على نطاق واسع عند الحركة والتنقل في بيئات مختلفة متفوقة في ذلك على أجهزة الكمبيوتر المكتبية (PC) التي تتطلب البقاء في مكان ثابت لفترات زمنية محددة، وهذا ما يُمكن مستخدمي الهواتف الذكية من استخدام الإنترنت في أي زمان ومكان^(١٨)، وهو ما يعد ميزه إضافية هامة للهواتف الذكية، حيث أشارت الدراسات إلى أن الكثير من مستخدمي الجيل الحالي من الهواتف الذكية يستخدمونها بشكل منتظم في الاتصال بشبكة الإنترنت، حتى أن هناك عدداً كبيراً من أصحاب الدخل المنخفض والمتوسط (Law And Middle Income) في المناطق الحضرية لا يمتلكون حتى أجهزة كمبيوتر منزلية أو محمولة عدا الهاتف الذكي، لذلك فإن الهواتف الذكية أصبحت تُغني حتى عن استخدام أجهزة الكمبيوتر باعتبارها كافية للوصول إلى شبكة الإنترنت وتغطي الاحتياجات المختلفة لهم.^(١٩)

أولاً: مشكلة الدراسة

نظراً للانتشار غير المسبوق والتطور الكبير في مجال الهواتف الذكية، ومن خلال ملاحظة الاهتمام الواسع من قبل الدراسات والأبحاث العلمية التي حظيت بها الهواتف الذكية كوسيلة إعلامية واتصالية مؤثرة في التراث العلمي الغربي، ونظراً للاستخدام غير المسبوق في العالم العربي لتكنولوجيا الهواتف الذكية التي أصبحت في السنوات الأخيرة من أكثر الوسائل التقنية انتشاراً بين أوساط المجتمعات العربية خصوصاً فئة الشباب، إلا أن الدراسات والأبحاث حول معدلات استخدام الهواتف الذكية ودوافعه في الوطن العربي وما تحقّقه من إشباع لا زالت تعاني من قصور كبير، الأمر الذي لا يوازي الأهمية التي أصبحت تتمتع بها هذه الوسيلة الإعلامية المتطورة التي جمعت قدرات وإمكانيات كل الوسائل الإعلامية التقليدية والجديدة، لذا فإن مشكلة الدراسة تتمثل في الكشف عن استخدامات طلبة الجامعات الإماراتية للهواتف الذكية والتعرف على دوافع استخدامهم لها ومعرفة الإشباع التي تحقق لهم جراء استخدامها، إلى جانب التعرف على كثافة الاستخدام والأنماط والعادات المختلفة التي يتم من خلالها استخدام تقنيات الهواتف الذكية.

ثانياً: أهمية الدراسة:

تكتسب الدراسة أهميتها من الآتي:

- أن هذه الدراسة تبين مدى تغير دوافع استخدام الهواتف الذكية والإشباع المتحققة منها في ظل وجود قاعدة تقنيات اتصالية حديثة ومستوى اجتماعي يتميز بالرفاهية، فقد وجد الباحث أن الدوافع تتغير وفق هذا الطرح في حال إذا ما طبقنا هذا على دولة ذات ظروف تقنية واجتماعية تميزها عن بقية الدول المجاورة.
- توسع وانتشار استخدام الهواتف الذكية على نطاق واسع واعتبارها واحدة من أهم وسائل الاتصال نمواً وتطوراً في السنوات الأخيرة.
- ندرة الدراسات في الوطن العربي عموماً وفي الخليج على وجه الخصوص التي تم إجراؤها للتعرف على استخدامات الهواتف الذكية كوسيلة إعلامية.
- تطبيق الدراسة على طلاب الجامعات من الشباب الإماراتي والتي تعد أكثر الفئات استخداماً لتقنيات الاتصال الحديثة واهتماماً بها في المجتمع.

- إجراء الدراسة على عدة بلدان مما يسهم في التعرف على الاستخدامات المختلفة للهواتف الذكية في أكثر من بلد والخروج بمعلومات متكاملة عن عادات وأنماط استخدام الهواتف الذكية وما تحققه من إشباع.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

تحدد أهداف الدراسة في الآتي:

- التعرف على دوافع استخدامات طلبة الجامعات الإماراتية للهواتف الذكية وما تحققه من إشباع.
- الكشف عن معدل استخدام طلبة الجامعات الإماراتية للهواتف الذكية.
- التعرف على عادات وأنماط استخدام طلبة الجامعات الإماراتية للهواتف الذكية.
- الكشف عن الفروق التي تميز استخدام الهواتف الذكية بين كل من ذكور وإناث طلبة الجامعات الإماراتية.

رابعاً: الدراسات السابقة:

(١) دراسة فؤاد سعدان ومعين الميتمي (٢٠١٧)^(٢٠)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدامات طلبة الجامعات الخليجيين واليمنيين للهواتف الذكية وما تحققه من إشباع. وتناولت هذه الدراسة إطار نظرية الاستخدامات والإشباع كونهما النظرية الملائمة لمثل هذا النوع من الدراسات وباعتبار أن مجال الإعلام الجديد والتقنيات الحديثة ومنها الهواتف الذكية وأجهزة التابلت (Tablets) وغيرها من الوسائل تحتاج للبحث والدراسة المتعمقة لأساليب استخدامها وما تقدمه للجماهير من خصائص إعلامية تشبع حاجاتهم ودوافعهم.

توصلت نتائج الدراسة الخاصة باختبار الفروض إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في كثافة استخدام الهواتف الذكية تعود لاختلاف جنسية الباحثين، حيث تميز السعوديون بكثافة استخدام أعلى للهواتف الذكية، تلاهم الإماراتيون، فيما كان اليمنيون الأقل من حيث كثافة الاستخدام.

كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الدوافع الطقوسية لاستخدام الهواتف الذكية تعود لاختلاف متغير الجنسية، حيث كان طلاب الجامعات السعوديين هم الأكثر استخداماً للهواتف الذكية بدافع التسلية والتخلص من الملل وتحسين أسلوب الحياة.

وأخيرا اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الدوافع النفعية والطقوسية وكذلك الإشباعات المتحققة تعود لاختلاف متغير النوع (ذكور – إناث).

(٢) دراسة هند أحمد البداري (٢٠٠٧) (٢١)

هدفت الدراسة للتعرف على تأثير تعرض الجمهور المصري بمختلف فئاته وطبقاته لوسائل الاتصال الإلكترونية المستحدثة ومنها الهاتف المحمول على الأبعاد المختلفة لعلاقة الجمهور المصري بوسائل الإعلام المطبوعة (الجرائد، المجلات، الكتب).

وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، وطبقت على عينة قوامها (٥٠٠) مفردة من محافظتي أسيوط والقاهرة من مستخدمي قنوات الاتصال الحديثة والصحف.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج تتعلق بالهواتف المحمولة أهمها:

- جاءت الاتصالات الهاتفية بالمعارف والأصدقاء على رأس قائمة استخدامات المبحوثين للهاتف المحمول بنسبة (٧٩,٦%) من إجمالي العينة، تليها إرسال واستقبال الرسائل ثم الاستماع للموسيقى والأغاني فالتسلية بالألعاب ثم الدخول على شبكة الإنترنت بنسبة (٢٠%).
- جاء توفير الوقت والجهد كدافع نفعي في مقدمة فوائد استخدام الهاتف المحمول من إجمالي المبحوثين، يليه سهولة الحركة بالجهاز ثم الشعور بقدر من الأمان النفسي.

(٣) دراسة صفا محمود عثمان (٢٠٠٩) (٢٢)

هدفت الدراسة للتعرف على مدى إدراك الجمهور للهاتف المحمول كوسيلة إعلام جديدة، ومدى تبنيه للخدمات الإعلامية التي يقدمها الهاتف المحمول، وما يحققه من تفاعلية مع الجمهور المستخدم لهذه الخدمات الإعلامية.

وقد استخدمت الباحثة مجموعات النقاش المركزة كأداة لجمع البيانات مع عينة من الجمهور العام والقائم بالاتصال في بعض وسائل الإعلام المتعاونة مع شبكات المحمول في توصيل خدماتها الإعلامية الإخبارية والترفيهية للجمهور المستخدم للهاتف المحمول.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- تمثلت دوافع الجمهور والقائم بالاتصال لاستخدام الخدمات الإعلامية المقدمة عبر الهاتف المحمول في متابعة وتصفح البريد الإلكتروني الخاص بهم والمواقع

الاجتماعية والاشترك في الخدمات الإخبارية المختلفة سواءً من خلال تصفح المواقع الإخبارية أو استقبال رسائل إخبارية فورية من التلفزيون والمؤسسات الإعلامية عبر الهاتف المحمول

- جاءت دوافع (توفير الوقت والجهد في متابعة الأخبار، عدم الاعتماد بشكل كامل على وسائل الإعلام الجماهيرية لمعرفة الأحداث بشكل فوري) على رأس الدوافع الخاصة بالجمهور المشترك في الخدمات الإعلامية المقدمة عبر الهاتف المحمول.

- أكد كلاً من أفراد الجمهور والقائم بالاتصال على الدور التكاملي الذي يوفره الهاتف المحمول لوسائل الإعلام الجماهيرية، وأيضاً التفاعلية التي تحدث بين الجمهور ووسائل الإعلام من خلال استخدام الخدمات المقدمة عبر الهاتف المحمول للتعبير عن رأيه في الأحداث الجارية في أي وقت وأي مكان.

(٤) دراسة شذى بنت عبد الواحد الحميد (٢٠٠٩) (٢٣)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام المجتمع السعودي للهاتف المحمول وأنماط وأشكال استخداماته لديهم والإشباع التي يحققها، حيث أجريت الدراسة على عينة عشوائية بلغت (٤٠٠) مفردة

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- تصدر استخدام كاميرا الهاتف الجوال مقدمة استخدامات عينة الدراسة للهواتف المحمولة، تلاه استخدام التذكير بالمواعيد ومشاهدة القنوات التلفزيونية.

- تمثلت أهم دوافع أفراد العينة لاستخدام الهاتف الجوال في التواصل مع الأهل والأقارب، ومعرفة أخبار الزملاء ثم توفير الأمان في حال عدم وجود وسائل اتصال، ثم متابعة الأخبار العامة وأخيراً بناء علاقات عاطفية مع الجنس الآخر.

(٥) دراسة نوره حمدي محمد أبوسنة (٢٠١٤) (٢٤)

هدفت الدراسة للتعرف على استخدامات الشباب السعودي للهواتف الذكية والإشباع المتحققة منها، وتكونت عينة الدراسة من (٢٠٠) مبحوث من الشباب السعودي موزعين بالتساوي (١٠٠) ذكور و(١٠٠) إناث من مدينة الطائف بالمملكة العربية السعودية، وقد تم اختيارهم بطريقة عمدية.

وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج منها:

- تركزت استخدامات الشباب السعودي للهواتف الذكي على برامج التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، تويتر، الواتس آب، والأسكاي بي) وبنسبة بلغت (٢٥,٣٪).
- تمثلت أهم دوافع الشباب لاستخدام الهواتف الذكية في توفير الوقت والجهد تلاها معرفة المعلومات بسهولة.
- أشارت عينة الدراسة إلى أن (اكتساب معلومات جديدة) يعتبر من أهم الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب للهواتف الذكي.

(٦) دراسة Rachel Crowe and Catherine Middleton (٢٠١٢) (٢٥)

تستكشف هذه الدراسة طرق استخدام الهواتف الذكية من قبل عينة من النساء العاملات في ممارسة أنشطتهن الشخصية والتزامتهن العملية. كما تحاول الدراسة معرفة ما إذا كانت تكنولوجيا الهاتف النقال ستؤثر في إعادة تعريف "بيئة العمل المزدوجة" التي تعيش فيها النساء اللواتي يتحملن أعباء العمل والعائلة.

استطلعت الدراسة آراء عينة عمديه تتكون من إحدى عشرة امرأة من مستخدمات هواتف (بلاك بيري) في مختلف القطاعات وذلك من خلال إجراء مقابلات متعمقة معهن. وتنتمي النساء الواقعات ضمن عينة الدراسة للطبقة الاجتماعية المتوسطة أو العليا، ويتحملن التزامات وظيفية بدوام كامل وكذلك التزامات عائلية.

وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج منها:

- تستخدم النساء العديد من الممارسات الذكية للاتصال وتسهيل الوصول وتعزيز المهنية والاستجابة للزملاء والعملاء، مما يفسر الكيفية التي تستخدم بها الهواتف الذكية لتشكيل وتعزيز الهوية الوظيفية. وتضع النساء قيود على بعض التطبيقات حتى لا تنتهك خصوصياتهن وعلاقاتهن الشخصية بطريقة غير مرغوبة أو غير متوقعة.
- أكدت جميع المشاركات على أهمية ميزة التواجد في أي وقت أو أي مكان الذي تقدمه هواتف بلاك بيري، ورغم أن بعض المشاركات ينظرن سلبياً لهذه الخاصية، حين يتم الاتصال بهن لأداء مهمة وظيفية معينه أثناء التواجد في المنزل، إلا أن الكثير منهن أكدن قيامهن بإنجاز مهام وظيفية باستخدام الهواتف الذكية أثناء القيام بالأعمال المنزلية.

- أشارت المشاركات إلى استخدام الهواتف الذكية في الإطلاع على أي مستجدات تتعلق بالعمل عن طريق البريد الإلكتروني، إلى جانب التواصل مع الآخرين عند الضرورة التي تتطلب تدخل فوري.

دراسة (٧) Guido Ongena, Harry Bouwman And Hugo Gillebaard (٢٠١٢) (٢٦)

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم آثار استبدال خدمة الإنترنت عبر الهواتف الثابتة بالإنترنت في الهواتف المحمولة. وتبحث في القدرات الفنية للهواتف المحمولة التي تمكنها من ذلك.

اعتمدت الدراسة منهج المسح وبالتطبيق على عينة متاحة تتكون من (٦٢٨) مفردة ممن لديهم إمكانية الوصول للإنترنت الثابت والمحمول في هولندا، أرسلت استمارة الاستقصاء إلى المبحوثين لجمع البيانات حول استخدام الإنترنت للحصول على المعلومات، والاتصال والترفيه وعقد الصفقات التجارية. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- ١- أن الإنترنت عبر الهاتف المحمول يعزز استخدامات الإنترنت ولا يحل محلها.
- ٢- المشتركين الذين لديهم هواتف محمولة نوع (iPhone) أو أجهزة حاسوب محمولة، يميلون لاستخدام الإنترنت للأغراض الترفيهية، أما بالنسبة للاستخدام في عقد الصفقات التجارية فيفضل المشتركون هواتف من نوع بلاك بيري.

دراسة (٨) Jerry Watkins, Kathi R. Kitner and Dina Mehta (٢٠١٢) (٢٧)

تقارن هذه الدراسة بين دراستين حول الهواتف الذكية في الهند، استطلعت إحداهما آراء المشتركين في أهم شركتي اتصالات في مدينتي (مومباي و بيلجايوم)، بينما تقدم الدراسة الثانية تفاصيل حول مشروع تطوير اتصالي يستند على ملاحظات المشتركين في محطة راديو محلية لمدة ستة أشهر، وتقع المحطة في ريف (بوندلخاند) في ولاية (ماضيا براديش).

الدراسة (أ) استهدفت مشاركين من الطبقة المتوسطة في مدينتي مومباي و بيلجايوم في الهند، حيث أجريت حوالي (٣٣) مقابلة متعمقة مع مشتركين في شركتي موبايل أونلي وموبايل هيفي.

وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- ساهم النمو المتسارع للاقتصاد الهندي في تعزيز سبل الحياة ليس في مدينة بومباي فحسب بل حتى في القرى الصغيرة والمناطق البعيدة. وفي هذا السياق يعتبر الهاتف المتحرك سواءً كان من الهواتف الذكية أم لا ضرورياً للجميع.

يقدم الهاتف المتحرك نوع من الخصوصية التي قد نسميها "حميمية" وهذه "الحميمية" أدت إلى تغيير في النظرة الخاصة بالمحيط الشخصي وأعطت المزيد من الحرية.

الدراسة (ب) هدفت إلى استكشاف إمكانيات استخدام الهاتف المتحرك كأداة لتطوير الاتصال، حيث تم تزويد مراسلي محطة الراديو بهواتف نوكيا N79 وقد ساهمت هذه الأجهزة في تسهيل إنتاج البرامج الجديدة وعززت من خطط الاندماج في المجتمع. وتوصلت الدراسة للنتائج التالية:

- استخدمت المحطة الهواتف الذكية لتسهيل عمليات الاقتراع عبر الرسائل القصيرة للمرة الأولى حول البرامج التي تبثها المحطة.

- تم استخدام أجهزة نوكيا (N79) في بعض المقابلات التي أجراها الوسطاء في المستوى الأولي بدلاً من مسجل الصوت بتقنية (MP3) والكاميرات للتصوير، وقد وجد المراسلون أن أجهزة الهاتف المحمول الذكية المتطورة تجذب الكثير من الانتباه لسكان المناطق الريفية، مما سهل عليهم إجراء مقابلات ممتازة أثناء الزيارات الميدانية.

- استخدمت الهواتف المحمولة فيما بعد لإجراء مقابلات متعمقة مع مجموعات صغيرة من المواطنين لإبداء آرائهم حول بعض البرامج التي تذيّعها المحطة.

دراسة (٩) Francisco –Javier Ruiz and Ana-Maria Belmonte
(٢٠١٤) (٢٨)

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل مدى فهم المستهلكين الشباب لعمليات الاتصال الجديدة الناشئة عن التكنولوجيا الحديثة، كما تدرس الاستخدامات الجديدة والمعقدة لتطبيقات الهواتف المحمولة خاصة في مجال التواصل الاجتماعي والتكنولوجيا.

اعتمدت الدراسة منهج التحليل الوصفي لمعرفة الكيفية التي يفهم بها الشباب ومن ثم يستخدمون التطبيقات الخاصة بشركات تجارية، (باعتبارهم ضمن المستهلكين النهائيين لهذه البرامج) وقد طبقت معايير هذه الدراسة على طلاب جامعيين في أقسام دراسات الاتصال في أسبانيا.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- بالرغم من أن مميزات وتطبيقات الهواتف الذكية كانت معروفة لدى معظم المشاركين إلا أن تطبيقات تسديد الفواتير كانت معروفة بشكل أقل وذلك بسبب المخاوف من التسديد عبر الهواتف الذكية كونها لم تصل لمرحلة الأمان الكافي.
- أدت الأزمة الاقتصادية (economic crisis) إلى تقليل تأثير وسائل الاتصال التقليدية والاتصالات التجارية والإعلانات، في حين استطاعت وسائل الاتصال الجديدة ومنها الهواتف الذكية خلق أنماط جديدة من التواصل مع مصادر الأخبار وتميزت بقدرتها على تعزيز العلاقات الشخصية.

(١٠) دراسة Ali Dhumayan Alanazi (٢٠١٤) (٢٩)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات الطلاب السعوديين الذين يدرسون في الولايات المتحدة للهواتف الذكية كمصدر للحصول على الأخبار، وتم تطبيق الدراسة عن طريق منهج المسح بواسطة استبيان تم توزيعه على شبكة الإنترنت عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبمساعدة الملحقة الثقافية السعودية بأمريكا، وقد بلغ حجم العينة (٧٨٩) طالب سعودي من الجنسين.

وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها:

- يستخدم معظم أفراد العينة الهواتف الذكية وبنسبة عالية بلغت (٩٨,٤%) وهي نتيجة تشير إلى تفضيل العينة للهواتف الذكية على هواتف المحمولة من الأجيال السابقة.
- تتجه نسبة عالية من المبحوثين لاستخدام الهواتف الذكية في الدخول لمواقع التواصل الاجتماعي، تلاها استخدام الهواتف الذكية في التواصل بين الأشخاص، ثم استخدام تطبيقات التراسل (Massaging Applications) التي تقدم خدمات الرسائل المجانية والمكالمات الهاتفية ومكالمات الفيديو.

- مثلت الهواتف الذكية المصدر الأكثر استخداماً للحصول على الأخبار من بين مصادر إخبارية مختلفة مثل وسائل الإعلام التقليدية والأجهزة الجديدة كأجهزة الكمبيوتر المحمولة والمكتبية وبنسبة بلغت (٨٣,٥٪)، حيث أشار غالبية الباحثين إلى أنهم دائماً أو غالباً ما يستخدمون هواتفهم الذكية للوصول للأخبار، كما ذكر (٦٢٪) منهم أن الهواتف الذكية تعد المصدر الرئيس للأخبار.

(١١) دراسة AndEt Al P O'connor (٢٠١٤)^(٣٠)

هدفت الدراسة للتعرف على استخدامات الهواتف الذكية بين المتخصصين في مجال الرعاية الصحية (Healthcare) والتي أصبحت تستخدم على نطاق واسع بين أوساط المتخصصين في هذا المجال.

وقد تم من خلال الدراسة توزيع استبيان على (٢٣٠) متدرباً في اثنين من شبكات التدريب الوطنية في جمهورية أيرلندا بغرض الإجابة على سؤال أساسي يتمثل في كيف تستخدم الهواتف الذكية في القيام بتسهيل العمل الطبي.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- يمتلك حوالي (٩٤%) من عينة الدراسة هواتف ذكية وقد استخدموا هواتفهم بشكل يومي على الأقل لمرة واحدة لأغراض العمل.
- أشار (٨٣,٣٪) من عينة الدراسة إلى قيامهم بإجراء أو استقبال مكالمات هاتفية تخص العمل، كما أوضح (٨٧,٢٪) منهم أنهم استخدموا الرسائل النصية المرسلة أو المستلمة لأغراض العمل أيضاً.
- ذكر (٤١,٢٪) من عينة الدراسة أنهم قاموا بإرسال أو تلقي رسائل عبر البريد الإلكتروني على هواتفهم الذكية، كما أن (٥٢,٩٪) من أفراد العينة استخدموا الهاتف الذكي لالتقاط الصور المرتبطة بالعمل.

(١٢) دراسة Logan Molyneux (٢٠١٤)^(٣١)

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى استخدام الصحفيين الأمريكيين للهواتف الذكية في أعمالهم اليومية، وكيف ساعدت تقنيات الهواتف المحمولة وتطبيقاتها في زيادة قدرتهم على جمع وكتابة الأخبار، حيث أجريت دراسة مسحية على الصحفيين العاملين في الصحف اليومية في الولايات المتحدة التي تطبع أكثر من (١٠,٠٠٠) نسخة يومياً،

أرسلت الاستبيانات بواسطة نظام خاص يعمل بالإنترنت، ووضعت في متناول العينة المدروسة التي بلغ حجمها (٥,٠٠٠) صحفي إلا أن عدد المستجيبين لم يتجاوز (٤٨٠) مفردة فقط، تم استبعاد ١١٨ استبانة نظراً لعدم استيفاء الإجابات واعتماد (٣٦٢) استمارة استبيان صحيحة.

وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- أن معظم الصحفيين الواقعيين ضمن عينة الدراسة يمتلكون هواتف ذكية ويتبنون استخدامها بشكل مستمر في أعمالهم اليومية.
- تقوم المؤسسات الصحفية بدور بارز في تشجيع تبني استخدام الهواتف الذكية في العمل الصحفي.
- ساهمت الهواتف الذكية في تغيير روتين العمل الصحفي، إذ أصبحت جزءاً رئيسياً في عمل الصحفيين ويفضلونها على أغلب الأدوات لأنها تساهم في تحسين نوعية وفعالية العمل الصحفي.

(١٣) دراسة Chang Sup Park and Kavita Karan (٢٠١٤) (٣٢)

هدفت الدراسة إلى معرفة التأثير المباشر وغير المباشر للهواتف الذكية على السلوكيات السياسية لدى المواطنين، وتبحث فيما إذا كان الاستخدام المتكرر للهواتف الذكية في البحث عن المعلومات يساهم في تحفيزهم على المشاركة السياسية. وتحاول تقديم فهم أوسع للمدى والكيفية التي تجعل الهواتف الذكية من أهم وسائل الاتصال السياسي.

اعتمدت الدراسة منهج المسح بالعينة لـ ٥٠٠ شخص في جمهورية كوريا الجنوبية. وتم اختيار المبحوثين باستخدام عينة عشوائية طبقية وذلك بتصنيفهم إلى مجموعات حسب العمر والنوع والمستوى التعليمي ومتوسط الدخل، أرسل رابط استمارة الاستبيان بالبريد الإلكتروني إلى العديد من المشاركين، وتمت الإجابة على (٦٤٨) استمارة بنسبة استجابة بلغت (٣٢,٤%)، ومن بين هؤلاء أجاب (٥٠٠) شخص فقط أنهم يمتلكون هواتف ذكية ليقتصر البحث عليهم.

وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- أن استخدام الهواتف الذكية للحصول على المعلومات يزيد من فرص التعرض لبيانات سياسية غير متجانسة، مما يعزز الفاعلية السياسية لدى المواطنين ويحفز سلوكيات المشاركة السياسية لديهم.

- أن الهواتف الذكية قد تخلق مساراً إضافياً لإشراك المواطنين في العملية الديمقراطية في المستقبل، خاصة إذا تم تطوير الهواتف لزيادة إمكانيات التعرض للتنوع والفاعلية السياسية.

(١٤) دراسة Mircca Madianou (٢٠١٤)^(٣٣)

هدفت هذه الدراسة إلى بحث إمكانية استخدام الهواتف الذكية كبيئة اتصالية للإعلام المتعدد، إضافة إلى تقييم نتائج البيئة الاتصالية الجديدة على عائلات المغتربين.

اعتمدت الدراسة منهج المسح بالعينة لمجموعة من الفلبينيين الذين يعيشون في المملكة المتحدة، حيث أجريت معهم مقابلات حول تطور العلاقات والتغيرات التي طرأت في مجال الاتصال خلال السنتين الماضيتين وكان لدى جميع المبحوثين عائلات في الفلبين ويزورون عائلاتهم بمعدل زيارة واحدة كل سنتين.

وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- عززت الهواتف الذكية استخدام شبكات الإنترنت في كل مكان، وبالتالي يتم التعامل معها باعتبارها بيئة متكاملة من الفرص الاتصالية، خصوصاً مع وجود عدد لا ينتهي من التطبيقات التي تجعل الهواتف الذكية مرتبطة ببيئات اتصالية أكثر اتساعاً.
- تقدم بيئة الاتصال المتعدد في الهواتف الذكية منصات اتصال متنوعة يختار المستخدم منها ما يناسبه في إدارة علاقته بعائلته في أرض الوطن، وبالتالي فإن الهواتف الذكية كغيرها من بيئات الاتصال المتعدد، ساعدت في تقريب المسافات بين المهاجرين وعائلاتهم.

(١٥) دراسة Ruth Avidar and et al (٢٠١٥)^(٣٤)

هدفت الدراسة إلى التعرف على الاستخدامات الفعلية للهواتف الذكية، فضلاً عن معرفة مدى رغبة المستخدمين في التعامل مع المنظمات عبر الهواتف الذكية.

وقد تم جمع بيانات هذه الدراسة باستخدام الأساليب النوعية والكمية (Qualitative And Quantitative Methods) حيث تم إرسال استبيان لعينة مكونة من (٥١٥) من مستخدمي الهواتف الذكية في إسرائيل من جميع الفئات العمرية، كما تم إجراء مقابلات شخصية معمقة مع (٦٠) طالب من طلاب المرحلة الجامعية لاستكشاف تصورات الطلاب حول استخدامات الهاتف الذكي وكذلك تجاربهم الشخصية مع هذه الأجهزة الجديدة.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- تُستخدم الهواتف الذكية لأغراض التفاعل بين الأفراد بما في ذلك التفاعل مع الأسرة والأصدقاء من خلال المكالمات الصوتية، والرسائل النصية، وشبكات التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني، فضلاً عن تصفح الإنترنت والترفيه (Entertainment).
- ضعف مستوى التفاعل بين المستخدمين والمؤسسات، فأكثر من نصف المشاركين في الدراسة (٥٤٪) لا يستخدمون هواتفهم الذكية للتعامل مع الشركات والجمعيات غير الهادفة للربح.
- بلغت نسبة المبحوثين الذين لا يستخدمون التطبيقات الخاصة بالمستهلكين كمواقع الشراء والتسوق مثل (eBay) وغيره من المواقع (٤٠٪)، مقابل (٢٧٪) فقط يستخدمون بعض التطبيقات الاستهلاكية عدة مرات في الأسبوع.
- أشار جميع المشاركين أنهم يستخدمون هواتفهم الذكية في التفاعلات الاجتماعية وكذلك للحصول على المعلومات والأخبار وفحص حساباتهم المصرفية، والحصول على نتائج الفحوص الطبية أو درجات تحصيلهم العلمي بالكليات.

(١٦) دراسة **Anwer S. Al-Zahrani** (٢٠١٥)^(٣٥)

- هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الهواتف الذكية في تعليم مهارات اللغة الإنجليزية ومدى مساهمة الأجهزة المحمولة في زيادة النمو المعرفي (Cognitive Growth) على المستوى الفردي والجماعي لدى الطلاب.
- وقد أجريت الدراسة على مجموعة من الطلاب الدارسين للغة الإنجليزية في معهد تعليم اللغات بجامعة وسط الغرب (University In The Midwest)
- وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج منها:

- يستخدم المشاركون مجموعة متنوعة من تطبيقات الهواتف الذكية لمساعدتهم على تعلم اللغة الإنجليزية. حيث أن الاستماع إلى راديو FM، ومتابعة وسائل الإعلام المختلفة واحدة من استخدامات الهواتف الذكية لمساعدة المشاركين على تعلم اللغة الإنجليزية، خصوصاً فيما يتعلق بتنمية مهارات الاستماع.
- استخدم الكثير من المشاركين هواتفهم الذكية في مشاهدة الفيديوهات عبر اليوتيوب، في حين قام البعض بمهام أخرى مثل التقاط الصور والتعليق عليها باللغة الإنجليزية،

كما قاموا باستخدام بعض التطبيقات التي تساعد على التحقق من النطق والإملاء عند التواصل مع الآخرين والردشة، كما استخدمت الهواتف الذكية كبديل لقراءة الكتب.

التعليق على الدراسات السابقة

من خلال العرض للدراسات السابقة يتضح ما يلي:

- ندرة الدراسات العربية التي تناولت استخدامات الهواتف الذكية، فقد تركزت الدراسات العربية حول الهواتف المحمولة بإمكاناتها المحدودة ولم تتعمق في دراسة دوافع استخدامات الهواتف الذكية والإشباعات التي تحققها.
- تنوع الدراسات الأجنبية الهادفة للتعرف على دوافع استخدامات الهواتف الذكية، حيث تنوعت ما بين دراسة استخدام الجمهور العام إلى المتخصصين في تقنية الاتصالات وكذلك الرعاية الصحية والصحفيين والإناث العاملات وصولاً للاستخدامات السياسية للهواتف الذكية من قبل الجماهير.
- عدم وجود دراسات مقارنة في أكثر من بلد للتعرف على عادات وأنماط الاستخدامات المختلفة للهواتف الذكية ودوافع استخدامها وإشباعاتها وذلك بهدف الكشف عن اختلافات استخدام الهواتف الذكية من مجتمع لآخر.
- أفادت الدراسات السابقة الباحثين في بلورة المشكلة البحثية وصياغة تساؤلات وفروض الدراسة وتصميم أدواتها، بالإضافة إلى الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة في مناقشة النتائج ومقارنتها بما تم التوصل إليه من نتائج في هذه الدراسة.

خامساً: الإطار النظري للدراسة

١- نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تعد نظرية الاستخدامات والإشباعات إحدى نظريات الاتصال الجماهيري التي تؤكد على أن استخدام وسائل الإعلام يمكن أن يُفسر (Explained) من خلال دوافع المستخدمين واحتياجاتهم.⁽³⁶⁾ ويمكن اعتبار النظرية واحدة من النظريات الأكثر تأثيراً (Most Influential Theories) في مجال بحوث وسائل الإعلام.⁽³⁷⁾ وذلك نظراً لتطبيقها بشكل واسع على كل وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لتصبح أحد أكثر النظريات الإعلامية تناولاً بالبحث والدراسة والتطبيق.

وتُعني نظرية الاستخدامات والإشباعات في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته وتلبي حاجته الكامنة في داخله. ومعنى ذلك أن الجمهور ليس سلبياً يقبل كل ما

تعرضه عليه وسائل الإعلام، بل يمتلك غاية محددة من تعرضه يسعى إلى تحقيقها.^(٣٨) بمعنى أن هذه النظرية تفترض وجود دور قوي للجماهير كأعضاء فاعلين (Active Members) في عملية فك رموز الصور الرمزية وتعزيز قوة وسائل الإعلام.^(٣٩)

١-٢- فروض وأهداف نظرية الاستخدامات والإشباع:

تتمثل الفروض التي تهدف النظرية لقياسها فيما يلي:

- ١- أن جمهور وسائل الإعلام مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.^(٤٠)
- ٢- تُشكل الميول الفردية (Individual Predispositions) والتفاعل الاجتماعي، والعوامل البيئية (Environmental Factors) توقعات أفراد الجمهور من استخدامهم للوسائل المختلفة.^(٤١)
- ٣- الجمهور لديه ما يكفي من الوعي الذاتي (Sufficient Self-Awareness) لمعرفة وسائل الإعلام التي تشبع دوافعه وحاجاته.^(٤٢)
- ٤- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما بالتعرف على استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.^(٤٣)
- ٥- وسائل الإعلام تتصارع (تتنافس) مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الجمهور، فالجمهور يكمل احتياجاته التي لا تشبعها وسائل الإعلام الجماهيرية من خلال قنوات ووسائل أخرى.^(٤٤)

وتسعى نظرية الاستخدامات والإشباع من خلال الفروض السابقة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- ١- الكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام.
- ٢- الكشف عن دوافع الاستخدام لوسيلة معينة.
- ٣- الفهم العميق لعملية الاتصال من خلال النتائج التي يتم التوصل إليها.
- ٤- الكشف عن "الإشباع المطلوبة" التي يسعى الفرد إلى تلبيةها من خلال استخدامه لوسائل الاتصال "والإشباع المختلفة" من وراء هذا الاستخدام.
- ٥- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين "دوافع الاستخدام" و "أنماط التعرض" لوسائل الاتصال والإشباع الناتجة عن ذلك.

٦- معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل وإشباعاتها.^(٤٥)

١-٣- العناصر الأساسية لنظرية الاستخدامات والإشباعات

تتكون نظرية الاستخدامات من ستة عناصر أساسية هي:

(أ) افتراض الجمهور النشط:

ويتحدد مفهوم نشاط الجمهور في عدة أبعاد من أهمها:^(٤٦)

- الانتقائية (Selectivity): ويتمثل في اختياره وسيلة اتصال معينة واختيار التعرض لمضمون معين بها ويمتد مفهوم الانتقائية ليشمل مرحلتي الإدراك والتذكر.
- النفعية (Utilitarianism): فجمهور وسائل الاتصال يختار المضمون الذي يشبع حاجات ودوافع معينة.
- العمدية (Intentionality): يتعمد أفراد الجمهور اختيار وسيلة معينة لإشباع حاجات ما، ومصدرها هو خصائص فردية واجتماعية وثقافية لجمهور الوسيلة.
- الاستغراق (Involvement): ويحدث على المستوى الإدراكي والتأثيري والسلوكي، فإن استغراق الجمهور مع المضامين الإعلامية يعتمد على مدى توحدهم مع الشخصيات التي تقدم تلك المضامين.
- مناعة التأثير (Imperviousness To Influence): هناك محدودية في تأثير وسائل الاتصال على تفكير الجمهور وسلوكه، فالجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أي شيء أو أحد.

(ب) الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام:

يرى باحثو الاستخدامات والإشباعات أن العديد من الاحتياجات المرتبطة بوسائل الإعلام لدى الأفراد تنشأ نتيجة لتفاعلهم مع بيئاتهم الاجتماعية، ودعم التكامل الاجتماعي وللعمليات الاجتماعية في المجتمع، فأعضاء الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الإعلام باعتبارهم أفراداً معزولين عن واقعهم الاجتماعي، وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة.^(٤٧)

(ج) دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:

يقوم مدخل الاستخدامات والإشباعات على افتراض مؤداه أن أفراد الجمهور

يقومون باختيار الوسائل والمضامين الإعلامية التي يتعرضون لها بناءً على دوافع محددة، تلك الدوافع تساهم في تشكيل توقعات الفرد من الوسيلة الإعلامية، كما تساهم في تحديد أنماط التعرض ودرجة نشاط الفرد خلال العملية الاتصالية، وترتبط دوافع استخدام وسائل الإعلام بمتغيرات مختلفة مثل العمر، النوع، التعليم، العلاقات الاجتماعية، المستوى الاقتصادي والاجتماعي، الإدراك والفهم.^(٤٨)

وتقسم معظم دراسات الاتصال دوافع التعرض لوسائل الاتصال إلى فئتين أساسيتين هما:^(٤٩)

- **دوافع نفعية (Instrumental Motives):** تهدف إلى التعرف على الذات واكتساب المعرفة والخبرات، وجميع أشكال التعلم التي يمكن الحصول عليها عبر الأخبار والبرامج الثقافية والتعليمية.
- **دوافع طقوسية (Ritualized Motives):** ويستهدف هذا النوع من الدوافع قضاء الوقت، والاسترخاء، والصدقة والهروب من المشكلات، وتعبر عن الدوافع الطقوسية برامج الترفيهية بصفة عامة كالأفلام والمسلسلات والمنوعات والمشاهد الكوميديية وغيرها من البرامج الهادفة إلى الترفيه عن الأفراد على اختلاف فئاتهم ومستوياتهم.

(د) التوقعات من وسائل الإعلام:

يتوقع الأفراد من التعرض لوسائل الإعلام إشباعاً لحاجاتهم، وتقوم هذه التوقعات على الأصول النفسية والاجتماعية لهؤلاء الأفراد، ويرى كاتز (Katz) أن مفهوم توقعات الجمهور بقيمة الإشباع الكامنة والمحتملة التي تنطوي عليها محتوى رسائلها، والتي يمكن أن تتحقق لهؤلاء الأفراد، أحد المفاهيم الأساسية التي تنطلق منها افتراضات مدخل الاستخدامات والإشباع، وتقوم عليها دراساته حول الجمهور النشط.^(٥٠)

(هـ) التعرض لوسائل الإعلام:

يفترض مدخل الاستخدامات والإشباع أن دوافع الأفراد تؤدي بهم إلى التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري حتى يتحقق الإشباع.^(٥١) ويعبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الإعلام عن نشاط هذا الجمهور وقدرته على اختيار المعلومات التي تلبي حاجاته فالجمهور النشط يمكن تفسير معلوماته منطقياً بحكم التأثير المتدفق من وسائل الإعلام.^(٥٢)

(و) إشباعات وسائل الإعلام:

تركز بحوث الاستخدامات والإشباعات على الإشباعات التي تتحقق بالفعل (Gratification Obtained) لأنها تقدم رؤية واضحة وتشبع الدوافع التي جعلت الجمهور يستخدمون الوسيلة المختارة.^(٥٣)
ويوجد نوعان من الإشباعات:^(٥٤)

(١) إشباعات المحتوى Content Gratification

وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وتنقسم إلى نوعين:

- **إشباعات توجيهية (Orientation Gratification):** وهي تتمثل في الحصول على المعلومات وتأكيد الذات وهي ترتبط بكثرة التعرض (exposure) والاهتمام (Attention) والاعتمادية (Dependency) على وسائل الاتصال وترتبط بزيادة الاهتمامات تجاه القضايا السياسية وقيادة الرأي في الشؤون العامة وأيضاً المنفعة المتعلقة باتخاذ القرارات مثل التصويت الانتخابي وبناء الرأي وتأكيد الهوية الشخصية واكتشاف الواقع وحب الاستطلاع.

- **إشباعات اجتماعية Social Gratifications:** ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية حيث يستخدم أفراد الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق نوع من الاتصال بينهم وبين أصدقائهم وأسرهم من خلال تحقيق إشباعات مثل إيجاد موضوعات للحديث مع الآخرين.

(٢) إشباعات العملية Process Gratifications

وهي الإشباعات التي تحدث بعيداً عن المحتوى ذاته كأن يتعرض المتلقي للمحتوى من أجل الترفيه أو استهلاك الوقت أو الانعزال الاجتماعي مع الإبقاء على صلة مع الثقافة التي تنقلها إليه وسائل الإعلام.

وهي تنقسم إلى نوعين وهما:

- **إشباعات شبه توجيهية Para-Orientational:** وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة.

• إشباعات شبه اجتماعية Para- Social

وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة.

٤-١- نظرية الاستخدامات والإشباعات في مجال الإعلام الجديد

حظيت نظرية الاستخدامات والإشباعات باهتمام كبير من قبل الباحثين في وسائل الإعلام الجديد في محاولة لفهم دوافع و أنماط استخدام تلك الوسائل والإشباعات التي تتحقق للجمهور من تجربتهم لها^(٥٥)، فبعد أن كان تركيز الدراسات المبكرة في نظرية الاستخدامات والإشباعات ينصب فقط على استخدام وسائل الإعلام التقليدية مثل مشاهدة التلفزيون والاستماع إلى الراديو، وقراءة الكتب المصورة، إلا أنه تحول مع بداية العصر الرقمي، حيث بدأ العلماء في إعادة النظر في نظرية الاستخدامات والإشباعات في ضوء التقنيات الإعلامية الجديدة وتوجهوا لدراسة الفرص التفاعلية التي تقدمها هذه التقنيات الجديدة.^(٥٦)

سادساً: تساؤلات الدراسة وفروضها

(أ) تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة على عدة تساؤلات أهمها:

- (١) ما مدى امتلاك عينة الدراسة للهواتف الذكية؟
- (٢) ما معدل استخدام طلاب الجامعات الإماراتية للانترنت بوساطة هواتفهم الذكية؟
- (٣) ما معدل استخدام عينة الدراسة للهواتف الذكية خلال اليوم الواحد؟
- (٤) ما هي الأوقات المفضلة لاستخدام الهاتف الذكي من قبل طلبة الجامعات الإماراتية؟
- (٥) ما هي الأعمال التي تقوم بها عينة الدراسة أثناء استخدام الهواتف الذكية؟
- (٦) ما هي الأيام التي يكثر فيها استخدام عينة الدراسة للهواتف الذكية؟
- (٧) ما هي أهم استخدامات طلبة الجامعات الإماراتية للهواتف الذكية؟
- (٨) ما أهم دوافع استخدام طلبة الجامعات الإماراتية للهواتف الذكية؟
- (٩) ما هي أهم الإشباعات المتحققة من استخدام طلبة الجامعات الإماراتية للهواتف الذكية؟
- (١٠) إلى أي مدى تشارك عينة الدراسة المضامين التي تصلها عبر الهاتف الذكي مع الآخرين؟

(١١) من هم الأشخاص الذين تشاركهم عينة الدراسة ما يصل إليها من مضامين؟

(١٢) ما أهم سلبيات ومخاطر الهواتف الذكية من وجهة نظر عينة الدراسة؟

(ب) فروض الدراسة:

تسعى الدراسة لاختبار الفرضيات الآتية:

(١) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من طلبة الجامعات الإماراتية

(عينة الدراسة) من حيث:

أ - دوافع استخدام الهواتف الذكية (نفعية - طقوسية).

ب- الإشباع المتحققة لهم جراء استخدام الهواتف الذكية (توجيهية - اجتماعية - شبه توجيهية - شبه اجتماعية).

(٢) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الدوافع النفعية لاستخدام الهواتف

الذكية لدى عينة الدراسة والإشباع الاجتماعي والتوجيهية المتحققة

لهم.

(٣) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الدوافع الطقوسية لاستخدام الهواتف

الذكية لدى عينة الدراسة والإشباع شبه الاجتماعي وشبه التوجيهية المتحققة

لهم.

سابعاً: التعريفات الإجرائية للدراسة:

- الهواتف الذكية

هي الهواتف المحمولة التي تستخدم نظام تشغيل متطور، ومعظمها يستخدم شاشة للمسك واجهة مستخدم يقوم بتشغيل تطبيقات المحمول وتوفر مزايا تصفح الإنترنت ومزامنة البريد الإلكتروني وتحتوي على لوحة مفاتيح كاملة، وتعد هواتف الجيل الثالث والرابع (3G , 4G) هي الهواتف الأكثر تطوراً في توفير الخدمات المذكورة.

- طلاب الجامعات الإماراتية

طلاب الجامعات الإماراتية يمثلهم طلاب من ثلاث جامعات هي (جامعة الشارقة وكلية الامارات للتكنولوجيا وجامعة الغرير).

ثامناً: الإجراءات المنهجية:

- منهج الدراسة:

استخدم الباحث منهج المسح، والذي يعتبر جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث^(٥٧)، ولا يقتصر دور المسح على وصف الظواهر فقط ولكنه قد يتعدى ذلك إلى شرح وتفسير هذه الظواهر^(٥٨)، حيث قام الباحث بمسح دوافع استخدامات طلبة الجامعات اليمنيين والسعوديين والإماراتيين للهواتف الذكية والكشف عن الإشباع التي تتحقق لهم جراء استخدامها.

- مجتمع وعينة الدراسة:

يتحدد مجتمع الدراسة في الطلبة المسجلين في جامعة الشارقة وكلية الإمارات للتكنولوجيا وجامعة الغرير ممثلين في طلبة جميع التخصصات وقد بلغ عدد عينة الدراسة ١٠٧ مفردة تم جمع بياناتهم خلال شهر كامل^(*).

أما عينة الدراسة فقد تم تحديدها بعينة متاحة، وهذا النوع من العينات مناسب لأغراض الدراسة نظراً لصعوبة تطبيقها بأسلوب العينة العشوائية والتي تتطلب إمكانيات كبيرة وإطار واضح لمجتمع الدراسة، وقد توزعت عينة الدراسة على النحو التالي بحسب الاستجابات التي وصلت للموقع الإلكتروني والتي تم توزيعها للطلبة بواسطة الزملاء من التدريسين في الجامعات عينة الدراسة عن طريق برامج التواصل الاجتماعي وخاصة برنامج الواتس آب (WhatsApp) للهواتف الذكية.

جدول رقم (١) يوضح مجتمع وعينة الدراسة

النوع		ذكور		إناث		الجامعة
العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
٢٠	%١٨,٧	٧	%٦,٤	جامعة الشارقة (الشارقة)		
٣٠	%٢٨	١٤	%١٣,١	كلية الإمارات للتكنولوجيا (أبوظبي)		
٢٥	%٢٣,٤	١١	%١٠,٣	جامعة الغرير (دبي)		
٧٥	%٧٠,١	٣٢	%٣٩,٩	مجموع العينات (ذكور وإناث)		
١٠٧						المجموع الكلي

(*) تم التواصل مع الطلبة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي (واتس آب Whats app) من خلال إرسال رابط استمارة الاستبيان الإلكتروني بمساعدة الزملاء من أساتذة الجامعة العاملين في الجامعات عينة الدراسة.

تاسعاً: أدوات جمع البيانات: اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان، حيث تم تصميم استبيان إلكتروني احتوى على عدد من الأسئلة التي تغطي المتغيرات والجوانب التي تحقق أهداف الدراسة وتقدم إجابات كاملة حولها. وتم توزيع الاستبيان الإلكتروني على طلبة الثلاث جامعات عينة الدراسة.

عاشراً: إجراءات الصدق والثبات: ويقصد بالصدق: أن المقياس الذي يستخدمه الباحث يقيس بالفعل ما ينبغي أن يقاس^(٥٩)، وقد استخدم الباحث أسلوب الصدق الظاهري Face (validity)، حيث قام بعرض استمارة الاستقصاء على مجموعة من السادة المحكمين المتخصصين في مجال الإعلام^(*)، وذلك بهدف التأكد من صلاحية الاستمارة لجمع المعلومات، وبناءً على التعديلات التي قدمت من السادة المحكمين قام الباحث بإجراء التعديلات المطلوبة لتصبح استمارة الاستقصاء في شكلها النهائي.

أما فيما يخص الثبات فقد تم استخدام طريقة ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لمعرفة مدى ثبات الاستبانة، وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول التالي:

جدول رقم (٢) وضع مدى ثبات الاستبانة

م	المجال	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
١	الدوافع النفسية	٨	٠,٦٥
٢	الدوافع الطقوسية	٨	٠,٧٩
٣	الاشباع التوجيهية	٦	٠,٧٣
٤	الاشباع الاجتماعية	٢	٠,٧٠
٥	الاشباع شبيه التوجيهية	٦	٠,٧٩
	جميع فقرات الاستبانة	٣٠	٠,٩٠

يوضح أعلاه أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت جيدة حيث تراوحت قيمة المعامل ما بين (٠,٦٥ ، ٠,٧٩) لكل مجال من مجالات الاستبانة.

كذلك كانت قيمة معامل ألفا لجميع فقرات الاستبانة مرتفعة (٠,٩٠) وهذا يعني أن معامل الثبات لجميع فقرات الاستبانة مقبول وفقاً لما اتفقت عليه الدراسات.

١ - خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (٣) يوضح خصائص عينة الدراسة

النسبة	التكرار	النوع
٧٠,١	٧٥	ذكر
٢٩,٩	٣٢	أنثى
%١٠٠,٠	١٠٧	الإجمالي
النسبة	التكرار	العمر
١٣,١	١٤	من ١٨ سنة إلى أقل من ٢٥ سنة
٢٠,٦	٢٢	من ٢٥ سنة إلى أقل من ٣٠ سنة
٣٣,٦	٣٦	من ٣٠ سنة إلى أقل من ٣٥ سنة
٣٢,٧	٣٥	من ٣٥ سنة إلى ٤٠ سنة
%١٠٠,٠	١٠٧	الإجمالي
النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
%٤٤,٩	٤٨	دبلوم بعد الثانوية
%٤٧,٧	٥١	جامعي
%٧,٥	٨	دراسات عليا
%١٠٠,٠	١٠٧	الإجمالي

يوضح الجدول السابق خصائص عينة الدراسة التكرارات والنسب المئوية والمتمثلة بالنوع والعمر والمستوى التعليمي ومجموع أفراد العينة التي بلغت (١٠٧) مفردة. ويأتي عدد الطلاب الذين تراوحت أعمارهم بين ١٨-٢٥ هم الأقل عدداً من عينة الدراسة، وذلك نظراً لعدم تسجيل الطلاب بالجامعة بعد التخرج من الثانوية مباشرة، نظراً لارتباطهم بأعمال حكومية وخاصة أخرجتهم عن الالتحاق بالجامعة.

٢ - الإحصاء الوصفي:

جدول رقم (٤) يوضح مدى امتلاك الطلاب لهواتف ذكية

النسبة	التكرار	امتلاك هواتف ذكية
%١٠٠	١٠٧	يملك هواتف ذكية
%٠٠,٠٠٠	٠٠,٠٠٠	لا يملك هواتف ذكية
%١٠٠	١٠٧	الإجمالي

يوضح الجدول السابق أن جميع أفراد العينة يمتلكون هواتف ذكية حيث بلغت نسبتهم ١٠٠%.

وتشير هذه النتيجة للأهمية البالغة التي أصبحت تحظى بها الهواتف المحمولة في وقتنا الراهن والانتشار الغير مسبوق لهذه الوسيلة الاتصالية الحديثة، حيث توصلت دراسة أجريت في الهند للباحثين Jerry Watkins, Kathi R. Kitner and Dina Mehta إلى أن الهاتف المحمول سواءً كان من الهواتف الذكية أو غيرها أصبح ضرورياً للجميع خصوصاً في ظل النمو المتسارع للاقتصاد وللحاجة المجتمعية والتنمية المتزايدة له.

جدول رقم (٥) يوضح عدد الهواتف الذكية التي يمتلكها الطلاب

عدد الهواتف الذكية	التكرار	النسبة
هاتف	٣٣	٣٠,٨%
هاتفان	٥٩	٥٥,٢%
ثلاثة فأكثر	١٥	١٤%
الاجمالي	١٠٧	١٠٠%

يشير الجدول السابق إلى عدد الهواتف الذكية التي يمتلكها المبحوثين عينة الدراسة حيث بلغت نسبة الذين يمتلكون هاتف واحد ٣٠,٨%، فيما بلغت نسبة من يمتلكون هاتفان ٥٥,٨%، أما من يمتلكون ثلاثة هواتف فأكثر فقد بلغت نسبتهم ١٤% فقط. وتأتي هذه النسبة نظراً لإختلاف الخدمات التي تقدمها شركات الاتصال المعتمدة في الدولة، إضافة إلى أن بعضهم يحمل هاتف يتعلق باتصالات العمل والآخر للاتصالات الشخصية.

جدول رقم (٦) يوضح استخدام الإنترنت عبر الهاتف الذكي

استخدام الإنترنت	التكرار	النسبة
يستخدم	١٠٧	١٠٠%
لا يستخدم	٠,٠٠	٠,٠٠%
الاجمالي	١٠٧	١٠٠%

ويتضح من خلال الجدول السابق أن جميع أفراد عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت في هواتفهم الذكية.

جدول رقم (٧) يوضح طريقة الاتصال بشبكة الإنترنت

النسبة	التكرار	طريقة الاتصال
٣١,٨%	٣٤	باقات خاصة من شركة الاتصالات
٠,٩%	١	الدفع اليومي لاستخدام الإنترنت
٢٠,٦%	٢٢	استخدام WiFi
٤٦,٧%	٥٠	إثتان أو أكثر مما سبق
١٠٠%	١٠٧	الاجمالي

يتبين من الجدول السابق أن معظم مستخدمي الهواتف الذكية يستخدمون أكثر من طريقة للاتصال بالإنترنت بنسبة بلغت ٤٦,٧%، بينما يستخدم ما نسبته ٣١,٨% من عينة الدراسة باقات خاصة من شركات الاتصالات، أما من يقوم باستخدام (WiFi) فقد بلغت نسبتهم ٢٠,٦%، في حين حلت طريقة استخدام الإنترنت عن طريق الدفع اليومي في المرتبة الأخيرة بنسبة لم تتجاوز ٠,٩%.

جدول رقم (٨) يوضح الحالات التي يكثر فيها استخدام الهواتف الذكية

النسبة	التكرار	أوقات الاستخدام الأكثر
٧١%	٧٦	عند الاتصال بخدمة WiFi
٢٥,٢%	٢٧	عند استخدام الباقة المدفوعة مسبقاً
٣,٧%	٤	بدون وجود إنترنت
١٠٠%	١٠٧	الاجمالي

يشير الجدول السابق إلى أن أغلب مستخدمي الهواتف الذكية عينة الدراسة يستهلكون وقتاً أكثر عند الاتصال بخدمة الواي فاي (WiFi) حيث بلغت نسبتهم ٧١%، ويأتي ذلك الاستهلاك لتوفر هذه الخدمة مجاناً في معظم الأماكن العامة والعمل والمنزل، فيما جاء استخدام استخدام الباقات مسبوقة الدفع في المرتبة الثانية بفارق كبير حيث بلغت نسبتها ٢٥,٢%، بينما بلغت نسبة من يستخدمون الهواتف الذكية بدون وجود إنترنت ٣,٧% فقط مما يشير لأهمية الإنترنت لهذه الوسيلة الاتصالية التفاعلية الجديدة.

جدول رقم (٩) يوضح معدل استخدام الهواتف الذكية

معدل الاستخدام	التكرار	النسبة	المتوسط العام	الوزن النسبي %
حسب الظروف	٥٠	٤٦,٧%	٢,٩٥	٥٩%
مرة كل ثلاث ساعات	١	٠,٩%		
مرة كل ساعتين	٤	٣,٧%		
مرة كل ساعة	٨	٧,٥%		
عدة مرات خلال الساعة الواحدة	٤٤	٤١,١%		
الاجمالي	١٠٧	١٠٠%		

يتضح من الجدول السابق أن عينة الدراسة يستخدمون هواتفهم الذكية كلما أتاحت لهم الفرصة وذلك بنسبه بلغت ٤٦,٧%، فيما جاء من يستخدمون هواتفهم الذكية عدة مرات خلال الساعة الواحدة في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٤١,١%، فيما حلت بقية الخيارات في ترتيب متأخر ونسب لم تتجاوز ٧,٥%.

جدول رقم (١٠) يوضح الأوقات المفضلة لاستخدام الهواتف الذكية

الأوقات المفضلة	التكرار	النسبة
صباحا	٢	١,٩%
مساء	٦	٥,٦%
في أوقات الفراغ	١٩	١٧,٨%
لا يوجد وقت محدد	٨٠	٧٤,٨%
الاجمالي	١٠٧	١٠٠%

يتبين من الجدول السابق أن أغلب المبحوثين عينة الدراسة لا يوجد لديهم وقت محدد لاستخدام هواتفهم الذكية حيث شكلت نسبتهم ٧٤,٨%، بينما يفضل آخرون استخدام هواتفهم في أوقات الفراغ بنسبة بلغت ١٧,٨%، فيما أشار ٥,٦% إلى تفضيلهم استخدام الهواتف الذكية في الفترة المسائية، أما من يستخدمون الهواتف الذكية خلال فترتي الصباح والظهر فلم تتجاوز نسبتهم ١,٩%، وهذا أمر متوقع كون فترتي الصباح والظهر فترات عمل ودراسة قلما يتم استخدام الهواتف الذكية خلالها.

جدول رقم (١١) يوضح مدى قيام المستخدم بأعمال أخرى أثناء استخدام الهاتف الذكي

النسبة	التكرار	القيام بأعمال أثناء استخدام الهاتف الذكي
٨٠,٤%	٨٦	يقوم بعمل
١٩,٦%	٢١	لا يقوم بأي عمل
١٠٠%	١٠٧	الاجمالي

يبين الجدول السابق أن أغلب المبحوثين يقومون بأعمال مختلفة أثناء استخدام هواتفهم الذكية وذلك بنسبة بلغت ٨٠,٤%، بينما أشار ما نسبته ١٩,٦% إلى عدم قيامهم بأي أعمال أثناء استخدامهم للهواتف الذكية. همال

جدول رقم (١٢) يوضح الأعمال التي يقوم بها المبحوثين أثناء استخدام الهاتف الذكي

النسبة	التكرار	نوعية الأعمال
٣٧,٥%	٥١	الجلوس مع الأهل والأصدقاء
٢,٩%	٤	التمارين الرياضية
١١%	١٥	الأعمال المكتبية
١٢,٥%	١٧	مشاهدة التلفزيون
١١,٨%	١٦	قيادة السيارات
٢٤,٣%	٣٣	أعمال أخرى (الأعمال المنزلية وأوقات الإنتظار)
ملاحظة: سؤال يسمح للمستخدم اختيار أكثر من إجابة، تم أخذ النسبة من إجمالي العينة التي تقوم بأداء أعمال أثناء استخدام الهاتف الذكي، ن = ١٣٦		

تشير بيانات الجدول السابق إلى الأعمال التي يقوم بها المبحوثين أثناء استخدام الهاتف الذكي، ويتضح أن أعلى نسبة جاءت لمن يستخدمونه أثناء الجلوس مع الأهل والأصدقاء، حيث بلغت نسبتهم ٣٧,٥%، يليهم الذين يقومون بأعمال أخرى والتي تمثلت في (الإعمال المنزلية، وأثناء الانتظار)، حيث بلغت نسبتهم ٢٤,٣%، فيما جاءت مشاهدة التلفزيون ثالثاً بين الأعمال التي تمارس أثناء استخدام الهواتف الذكية وذلك بنسبة بلغت ١٢,٥%، فيما بلغت نسبة من يستخدمون الهواتف أثناء قيادة السيارة ١١,٨%، يليها من يستخدمونه عند القيام بالأعمال المكتبية ١١%، وأخيراً أثناء التمارين الرياضية وذلك بنسبة ضعيفة لم تتجاوز ٢,٩%.

جدول رقم (١٣) الأيام التي يزداد فيها استخدام الهاتف الذكي

النسبة	ت	الأيام التي يزداد فيها استخدام الهاتف الذكي
٢٤,٣%	٢٦	الاجازات والعطل الرسمية
١,٩%	٢	الاعياد والمناسبات
٤,٧%	٥	في حالة الأحداث والأزمات التي تحتاج لمتابعة
٢٠,٦%	٢٢	لا يوجد يوم محدد
٤٨,٦%	٥٢	أخرى
١٠٠%	١٠٧	الاجمالي

يتضح من الجدول السابق أنه لا توجد أيام أو حالات محددة يزداد فيها استخدام المبحوثين لهواتفهم الذكية حيث أشار إلى ذلك ٤٨,٦% من المبحوثين، فيما أشار ٢٤,٣% من مستخدمي الهواتف الذكية إلى زيادة استخدامها أيام الإجازات والعطل الرسمية، وأخيراً جاء من يزيد استخدامهم للهواتف الذكية في حالة الأزمات والأحداث بنسبة لم تتجاوز ٤,٧%.

جدول رقم (١٤) يوضح أهم استخدامات الطلاب للهواتف الذكية

الترتيب	النسبة	التكرار	العبارة
١	%١٠٠	١٠٧	الاتصالات الهاتفية
٢	%٩٢,٥	٩٩	معرفة الأخبار والمعلومات
٣	%٩٠,٦	٩٧	تطبيقات التواصل الاجتماعي
٤	%٨٧,٨	٩٤	لأغراض البحث العلمي و تدوين المهام والتذكير بالمواعيد
٥	%٨٦,٩	٩٣	البريد الإلكتروني
٦	%٨٥	٩١	استخدام التطبيقات (خرائط- قواميس- تحديد القبلة)
٧	%٨٤,١	٩٠	تحميل البرامج والملفات
٨	%٨٢,٢	٨٨	مشاهدة وتنزيل مقاطع الفيديو
٩	%٨١,٣	٨٧	الدرشة
١٠	%٨٠,٣	٨٦	تصوير المناظر النادرة ومشاركتها
١١	%٧٩,٤	٨٥	الألعاب والتسلية
١٢	%٧٨,٥	٨٤	تصوير المستندات والأوراق الخاصة بالعمل
١٣	%٦٠,٧	٦٥	التسوق والشراء عبر الإنترنت
١٤	%٥٦	٦٠	الرسائل القصيرة SMS
١٥	%٤٧,٧	٥١	الاجتماع مع عدة أشخاص في وقت واحد
١٦	%٣٦,٤	٣٩	البلوتوث
١٧	%١٥,٩	١٧	مكالمات الفيديو ومشاهدة التلفزيون
١٨	%٧,٥	٨	الاستماع للراديو
١٩	%٦,٥	٧	تطبيقات الاتصال عبر الإنترنت
ملاحظة: سؤال يسمح باختيار أكثر من إجابة، وتم أخذ النسبة لكل إجابة من إجمالي العينة ن=١٠٧.			

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أهم استخدامات المبحوثين لهواتفهم الذكية التي تم تقسيمها لسهولة التحليل إلى مجموعات هي (التسعينات والثمانينات والسبعينات والستينات والخمسينات والأربعينات وما دون ذلك) جاءت على النحو التالي:

- حلت في المراتب الأولى (٣ و٢ و١) في المجموعة الأولى التسعينات (٩٠- %١٠٠) على التوالي (الاتصالات الهاتفية، معرفة الأخبار والمعلومات، تطبيقات التواصل الاجتماعي) بنسبة استخدام عالية بلغت على التوالي (١٠٠%، %٩٢,٥، %٩٠,٦)

وتتفق النتائج الموضحة بعالية مع نتائج دراسة هند أحمد البداري التي توصلت إلى أن الاتصالات الهاتفية بالمعارف والأصدقاء جاءت على رأس قائمة استخدامات الجمهور المصري للهواتف المحمولة. وأيضاً اتفقت مع نتائج دراسة Ali Dhumayan Alanazi التي توصلت إلى أن نسبة عالية من الطلاب السعوديين الدارسين في أمريكا يستخدمون هواتفهم الذكية في الدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك في التواصل مع الآخرين.

وكذلك اتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة نوره حمدي محمد أبو سنة التي توصلت إلى أن أهم استخدامات الشباب السعودي للهاتف الذكي تركزت على برامج التواصل الاجتماعي.

- في المراتب التالية للمجموعة الثانية التي تتراوح نسبها في الثمانينات جاءت نسب الاستخدامات في المراتب (٤-١٠) وبنسب (٣,٨٠-٨٧,٨%) والخاصة بـ (لأغراض البحث العلمي مشتركة مع تدوين المهام والتذكير بالمواعيد ٨,٨٧%, البريد الإلكتروني ٩,٨٦%, استخدام التطبيقات (خرائط- قواميس- تحديد القبلة) ٥,٨٥%, تحميل البرامج والملفات ١,٨٤%, مشاهدة وتنزيل مقاطع الفيديو ٢,٨٢%, الدردشة ٣,٨١%, تصوير المناظر النادرة ومشاركتها ٣,٨٠%).

وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة شذى بنت عبد الواحد الحميد التي توصلت إلى أن استخدام كاميرا الهاتف الجوال جاءت على رأس استخدامات الجمهور السعودي للهواتف المحمولة.

- جاءت في المراتب (١١ و ١٢) المجموعة الرابعة نسب السبعينات والتي حصدت النسب (٥,٧٨%, ٤,٧٩%) حصلت الالعاب والتسلية أعلى نسبة يليها تصوير المستندات والأوراق الخاصة بالعمل بالنسبة الأقل.

- في مجموعة نسب الستينات جاءت في المرتبة ١٣ حيث جاءت منفردة للتسوق والشراء عبر الإنترنت بنسبة ٧,٦٠%.

- جاءت مجموعة نسب الخمسينات في المجموعة الرابعة وحصلت على المرتبة ١٤ والخاصة باستخدام الرسائل القصيرة SMS بنسبة ٥٦%.

- يليها المرتبة ١٥ في استخدام الهواتف الذكية للاجتماع مع عدة أشخاص في وقت واحد بنسبة ٧,٤٧%.

- في المراتب الأخيرة حصل استخدام البلوتوث على المرتبة ١٦ بنسبة ٣٦,٤%، ثم في المرتبة ١٧ مكالمات الفيديو و مشاهدة التلفزيون بنسبة ١٥,٩%، يليها المرتبة ١٨ الاستماع للراديو بنسبة ٧,٥%، وجاء في المرتبة الأخيرة ١٩ استخدام تطبيقات الاتصال عبر الإنترنت بنسبة ٦,٥% والمرتبة الأخيرة تأتي نظراً لأن الشركة المزودة لخدمة الاتصالات والإنترنت تحجب الاتصالات الهاتفية عبر التطبيقات سواء داخلياً أو خارجياً.

جدول رقم (١٥) يوضح دوافع استخدام الطلاب للهواتف الذكية

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة			العبرة	الدوافع
			معارض	محايد	موافق		
٢	٠,٣٠٥	٢,٩٠	٠,٠٠	١١	٩٦	توفير الوقت والجهد	دوافع نفعية
١	٠,١٦٦	٢,٩٧	٠,٠٠	٣	١٠٤	الحصول على المعلومات بسهولة	
٥	٠,٥٣٦	٢,٦٤	٣	٣٢	٧٢	تعلم مهارات جديدة للتميز عن الآخرين	
٣	٠,٣٤٥	٢,٨٩	١	١٠	٩٦	التواصل عبر برامج التواصل الاجتماعي وتبادل الآراء	
٦	٠,٦٢٧	٢,٦٠	٨	٢٧	٧٢	انجاز المهام المختلفة الخاصة بالعمل	
٤	٠,٤٩٥	٢,٧١	٢	٢٧	٧٨	لأغراض البحث والدراسة	
٧	٠,٥٦٢	٢,٦١	٤	٣٤	٦٩	فهم الأحداث المختلفة وتحليل أبعادها	
٨	٠,٧٠٥	٢,٥٢	١٣	٢٥	٦٩	تكوين رأي حول القضايا المطروحة	
٦	٠,٧٠٥	٢,٢٦	١٦	٤٧	٤٤	الوجاهة الاجتماعية والشعور بالمكانة	دوافع طقوسية
٢	٠,٥١٨	٢,٧٠	٣	٢٦	٧٨	التسلية والترفيه	
١	٠,٤٠٨	٢,٨٢	١	١٧	٨٩	التخلص من الملل وشغل أوقات الفراغ	
٧	٠,٦٨٥	٢,٢٤	١٥	٥١	٤١	الشعور بالاستقلالية	
٣	٠,٦٩١	٢,٤٦	١٢	٣٤	٦١	التعود على استخدام الهاتف بشكل دائم	
٥	٠,٧٠٠	٢,٣٤	١٤	٤٣	٥٠	الراحة والاسترخاء	
٣	٠,٦٩١	٢,٤٦	١٢	٣٤	٦١	نسيان مشاكل العمل والمنزل	
٤	٠,٦٨٢	٢,٣٨	١٢	٤٢	٥٣	تحسين أسلوب الحياة	
المتوسط العام للدوافع الطقوسية =			المتوسط العام للدوافع النفعية =				

تشير بيانات الجدول السابق إلى دوافع استخدام المبحوثين عينة الدراسة للهواتف الذكية كما يلي:

(أ) الدوافع نفعية:

- جاء في المرتبة الأولى من الدوافع النفعية دافع الحصول على المعلومات، حيث بلغ عدد الذين وافقوا هذا الدافع (١٠٤) بمتوسط ٢,٩٧، أما المرتبة الثانية فقد تمثلت في دافع التواصل عبر برامج التواصل الاجتماعي وتبادل الآراء بمتوسط حسابي بلغ ٢,٩٠، وبنفس عدد الموافقين (٩٦) حل دافع توفير الوقت والجهد، حيث حل في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي ٢,٨٩، أما في المرتبة الرابعة فقد حل دافع استخدام الهواتف الذكية لأغراض البحث والدراسة بمتوسط حسابي ٢,٧١.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة نوره حمدي محمد أبو سنة التي توصلت إلى أن أهم دوافع استخدامات الشباب السعودي للهاتف الذكي تمثلت في توفير الوقت والجهد، تلاها معرفة المعلومات بسهولة.

- في المراتب الأخيرة جاءت بقية الدوافع النفعية للمبحوثين على التوالي حيث حل دافع تعلم مهارات جديدة للتمييز عن الآخرين ، تلاه دافع تعلم مهارات جديدة للتمييز عن الآخرين خامساً، ثم إنجاز المهام المختلفة سادساً، يليه فهم الأحداث المختلفة وتحليل أبعادها سابعاً، وأخيراً تكوين رأي حول القضايا المطروحة في المرتبة الثامنة من الدوافع النفعية لاستخدام العنية للهواتف الذكية.

(ب) الدوافع طقوسية:

- جاءت في المرتبة الأولى من الدوافع الطقوسية دافع استخدام الهاتف الذكي للتخلص من الملل وشغل أوقات الفراغ بمتوسط ٢,٨٢، في حين حل في المرتبة الثانية دافع التسلية والترفية في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي ٢,٧٠، وفي جاء في المرتبة الثالثة دافعين مشتركين ضمن الدوافع الطقوسية وهما على التوالي دافع التعود على استخدام الهاتف الذكي ودافع نسيان مشاكل العمل والمنزل وبنفس المتوسط الحسابي ٢,٤٦ لكل منهما، أما دافع تحسين أسلوب الحياة فقد حل في الترتيب الرابع من بين الدوافع الطقوسية بمتوسط حسابي بلغ ٢,٣٨، تلاه دافع الراحة والاسترخاء خامساً بمتوسط حسابي ٢,٣٤، فيما حل في الترتيب السادس دافع الواجهة الاجتماعية والشعور بالمكانة بمتوسط حسابي بلغ ٢,٢٦، وفي المرتبة السابعة والأخيرة جاء دافع الشعور بالاستقلالية.

جدول رقم (١٦) الإشباعات المتحققة من استخدام الهواتف الذكية:

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة			العبرة	الإشباعات
			معارض	محايد	موافق		
١	٠,٢٩٢	٢,٩١	٠,٠٠	١٠	٩٧	زيادة معلوماتي	إشباعات توجيهية
٤	٠,٤٥٢	٢,٧٦	١	٢٤	٨٢	الحصول على معلومات متخصصة تنمي مهاراتي	
٣	٠,٤٦٢	٢,٧٧	٢	٢٠	٨٥	إنجاز مهامي وأعمالي بدقة وسرعة	
٢	٠,٣٠٥	٢,٩٠	٠,٠٠	١١	٩٦	فهم ما يحدث في المجتمع من حولي	
٥	٠,٥٤١	٢,٦٣	٣	٣٤	٧٠	امتلاك القدرة على مواجهة المشكلات	
٦	٠,٦٣٠	٢,٤٢	٨	٤٦	٥٣	تحقيق قدر كبير من الاستقلالية	
١	٠,٥٤٦	٢,٧٢	٥	٢٠	٨٢	تفيد في طريقة التفاعل مع الآخرين	إشباعات إجتماعية
٢	٠,٦١٣	٢,٦٦	٨	٢٠	٧٩	فتح مواضيع للنقاش مع الأهل والأصدقاء	
٣	٠,٦٢٠	٢,٥٠	٧	٣٩	٦١	تخفيف الإحساس بالتوتر	إشباعات شبه توجيهية
٥	٠,٥٩٦	٢,٤٠	٦	٥٢	٤٩	الشعور بالراحة	
١	٠,٥١٦	٢,٧٥	٤	١٩	٨٤	ملا وقت الفراغ والتخلص من الملل	
٤	٠,٦٤٩	٢,٤٧	٩	٣٩	٥٩	نسيان مشاكل العمل	
٢	٠,٧٠٥	٢,٥٠	١٣	٢٧	٦٧	الاندماج مع الآخرين	
٥	٠,٧١٢	٢,٤٠	١٤	٣٦	٥٧	التخلص من الشعور بالوحدة والعزلة	

تشير بيانات الجدول السابق إلى الإشباعات المتحققة من استخدام المبحوثين عينة الدراسة للهواتف الذكية ويمكن استخلاص ما يلي:

(أ) الإشباعات التوجيهية:

- جاء في المرتبة الأولى من الإشباعات التوجيهية زيادة المعلومات حيث بلغ عدد الذين وافقوا هذه العبارة (٩٧) مفردة بمتوسط حسابي بلغ ٢,٩١، أما المرتبة الثانية فقد تمثلت في فهم ما يحدث في المجتمع بمتوسط بلغ ٢,٩٠، تلاه في المرتبة الثالثة إنجاز المهام والأعمال بدقة وسرعة بمتوسط حسابي بلغ ٢,٧٧. في المرتبة الرابعة إشباع الحصول على المعلومات التي تساعد في تنمية المهارات بمتوسط حسابي ٢,٧٦، أما في المرتبة الخامسة امتلاك القدرة على مواجهة المشكلات في الترتيب الخامس بمتوسط حسابي ٢,٦٣، في المرتبة السادسة والأخيرة فقد حل الإشباع الخاص بتحقيق قدر كبير من الاستقلالية بمتوسط حسابي ٢,٤٢.

(ب) إشباعات إجتماعية:

- جاءت نتائج البيانات متقاربة تقريباً، حيث وافق (٨٢) مفردة على أن استخدام الهاتف الذكي ساعدهم على التفاعل مع الآخرين وبتوسط حسابي ٢,٧٢، كما أشار (٧٩) منهم على أن الهواتف الذكية ساهمت في فتح مواضيع للنقاش مع الأهل والأصدقاء بمتوسط حسابي ٢,٦٦.

(ت) إشباعات شبه توجيهية:

- حلت في المرتبة الأولى من الإشباعات شبه التوجيهية عبارة ملأ وقت الفراغ والتخلص من الملل حيث بلغ عدد الذين وافقوا هذه العبارة (٨٤) مفردة بمتوسط حسابي بلغ ٢,٧٥، فيما جاء في الترتيب الثاني الاندماج مع الآخرين بمتوسط بلغ ٢,٥٠، تلاه في المرتبة الثالثة إشباع تخفيف الإحساس بالتوتر بمتوسط حسابي ٢,٥٠، أما في المرتبة الرابعة فقد حل الإشباع الخاص بنسيان مشاكل العمل بمتوسط حسابي بلغ ٢,٤٧، وفي المرتبة الخامسة حل إشباع التخلص من الشعور بالوحدة والعزلة بمتوسط حسابي ٢,٤٠، في المرتبة السادسة والأخيرة وافق (٤٩) مفردة عن الإشباع الخاص بالشعور بالراحة وإشباع تخفيف الإحساس بالتوتر بمتوسط حسابي مشترك لكل منهما ٢,٤٠.

جدول رقم (١٧) يوضح مدى مشاركة المبحوثين للرسائل مع الآخرين

النسبة	التكرار	مشاركة المستخدم للفيديوهات والرسائل
٢١,٥%	٢٣	يشارك دائما
٥٧%	٦١	يشارك أحيانا
٢١,٥%	٢٣	لا يشارك
١٠٠%	١٠٧	الاجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى مشاركة المبحوثين عينة الدراسة للفيديوهات والرسائل التي تصلهم من الآخرين ويتضح من بيانات الجدول أن ٥٧% من عينة الدراسة يشاركون أحيانا الآخرين ما يصلهم من رسائل وفيديوهات عبر الهواتف الذكية، أما من يشارك دائما وعددهم (٢٣) أو لا يشارك رسائل الفيديو وعددهم نفس عدد الذين يشاركون (٢٣)، فقد جاءت نسبة المشاركين وعدم المشاركين لرسائل الفيديو عبر الهاتف الذكي نسبة متساوية بلغت ٢١,٥%.

جدول رقم (١٨) يوضح مدى وجود مخاطر للهواتف الذكية من منظور المستخدمين

النسبة	ك	العبرة
٩٧,٢%	١٠٤	يوجد
٢,٨%	٣	لا يوجد
١٠٠	١٠٧	الاجمالي

ويتضح من الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين عينة الدراسة أكدوا وجود مخاطر للهواتف الذكية، وذلك بنسبة بلغت ٩٧,٢%.

٣- اختبار فروض الدراسة:

تم تطبيق اختبار كولمجروف سمرنوف Kolmogorov-Smirnova على المجالات الرئيسية للاستبانة التي تم توزيعها على أفراد عينة الدراسة، وذلك لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، بهدف تحديد نوع الاختبارات التي سيتم تطبيقها على البيانات: اختبارات معلمية "باراميتريية"، أم اختبارات لا معلمية "لا باراميتريية"، وكانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (١٩) نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لاستجابات عينة الدراسة

م	المجال	قيمة الاختبار	مستوى الدلالة P. Value
١	معدل استخدام الهواتف الذكية	٠,٣١٥	٠,٠٠١
٢	الدوافع النفعية	٠,١٨٢	٠,٠٠٠
٣	الدوافع الطقوسية	٠,١٦٠	٠,٠٠٠
٤	الإشباع التوجيهية	٠,٢٥٢	٠,٠٠٠
٥	الإشباع الاجتماعية	٠,٤١٦	٠,٠٠١
٦	الإشباع شبه التوجيهية	٠,١٧٨	٠,٠٠٠

تشير البيانات في الجدول أعلاه أن مستوى الدلالة لكل مجال أقل من ٠,٠٥، وهذا يدل على أن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي في جميع المجالات التي تم اختبارها، وتم استخدام اختبار شابيرو ويلك Shapiro-Wilk أيضاً للتأكد من التوزيع الطبيعي للبيانات، وتم التوصل إلى أن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي (المعتاد)، وعليه تم تطبيق الاختبارات اللامعلمية "اللاباراميتيرية" في اختبار فروض الدراسة، وهي اختبار سييرمان Spearman's rho لقياس العلاقة بين متغيرين، واختبار مان ويتني Mann-Whitney U test لاختبار الفروق بين مجموعتين، واختبار كروسكال واليس Kruskal- Wallis test لاختبار الفروق بين أكثر من مجموعتين.

الفرض الأول

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من طلبة الجامعات الإماراتية (عينة الدراسة) من حيث:

أ - دوافع استخدام الهواتف الذكية (نفعية - طقوسية)

ب- الإشباع المتحققة لهم جراء استخدام الهواتف الذكية (توجيهية - اجتماعية - شبه توجيهية - شبه اجتماعية)

جدول رقم (٢٠) الفروق في دوافع واشباعات استخدام الهواتف الذكية من قبل الشباب وفقاً لمتغير النوع

Mann-Whitney U test			متوسط الرتب	ن	النوع	المتغيرات
مستوى الدلالة		قيمة Z				
غير دالة	٠,٢٣٠	١,٢٠١-	٥١,٧١	٧٥	ذكر	الدوافع النفعية
			٥٩,٣٦	٣٢	أنثى	
غير دالة	٠,٤٩٧	٠,٦٨٠-	٥٢,٦٨	٧٥	ذكر	الدوافع الطقوسية
			٥٧,٠٩	٣٢	أنثى	
غير دالة	٠,٨٥٨	٠,١٧٩-	٥٤,٣٣	٧٥	ذكر	الاشباعات التوجيهية
			٥٣,٢٢	٣٢	أنثى	
غير دالة	٠,٠٥٦	١,٩١٠-	٥٠,٩٥	٧٥	ذكر	الاشباعات الاجتماعية
			٦١,١٦	٣٢	أنثى	
غير دالة	٠,٠٧٨	١,٧٦٠-	٥٠,٦١	٧٥	ذكر	الاشباعات شبيهة التوجيهية
			٦١,٩٤	٣٢	أنثى	

يتضح من خلال الجدول أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في الدوافع النفعية والطقوسية والاشباعات المتحققة تعود لاختلاف متغير النوع، حيث جاءت قيمة Z بمستوى دلالة أكبر من ٠,٠٥ في جميع الفئات السابقة، ما يعني أن دوافع الذكور لاستخدام الهواتف الذكية تكاد تتشابه مع دوافع الإناث، وكذلك تتشابه الاشباعات المتحققة لدى الإناث مع الاشباعات المتحققة لدى الذكور من استخدام الهواتف الذكية، وهذا ما تؤكدته متوسطات الرتب لدى الذكور المتقاربة مع متوسطات الرتب لدى الإناث في الدوافع والاشباعات المتحققة من استخدام الهواتف الذكية.

الفرض الثاني

توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الدوافع النفعية لاستخدام الهواتف الذكية لدى عينة الدراسة والاشباعات التوجيهية والاجتماعية المتحققة لهم.

جدول رقم (٢١) العلاقة بين الدوافع النفعية والاشباع التوجيهية والاجتماعية المتحققة من استخدام الهواتف الذكية

مستوى الدلالة	قيمة معامل الارتباط	الدوافع النفعية
		نوع الاشباع المتحققة
٠,٠٠٠	٠,٦٤٢	الاشباع التوجيهية
٠,٠٠٠	٠,٤٤٤	الاشباع الاجتماعية

يتضح من نتائج الجدول السابق وجود ارتباط طردي بين الدوافع النفعية والاشباع التوجيهية المتحققة من استخدام الهواتف الذكية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ٠,٦٤٢، وهي قيمة دالة احصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥، ومستوى الارتباط قوي حيث تجاوز ٠,٦٠، كما وجد ارتباط طردي بين الدوافع النفعية والاشباع الاجتماعية المتحققة من استخدام الهواتف الذكية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ٠,٤٤٤، وهي قيمة دالة احصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥، ومستوى الارتباط معتدل حيث تجاوز ٠,٤٤. وهذا يعني أن الشباب الذين يستخدمون الهواتف الذكية لدوافع نفعية تتحقق لديهم الاشباع التوجيهية بدرجة أعلى من الاشباع الاجتماعية.

الفرض الثالث:

توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين الدوافع الطقوسية لاستخدام الهواتف الذكية لدى عينة الدراسة والاشباع شبه الاجتماعية وشبه التوجيهية المتحققة لهم.

جدول رقم (٢٢) العلاقة بين الدوافع الطقوسية والاشباع شبه الاجتماعية وشبه التوجيهية المتحققة من استخدام الهواتف الذكية

مستوى الدلالة	قيمة معامل الارتباط	الدوافع الطقوسية
		نوع الاشباع المتحققة
٠,٠٠٤	٠,٢٧٧	الاشباع شبه الاجتماعية
٠,٠٠٠	٠,٧٣٦	الاشباع شبه التوجيهية

يتضح من نتائج الجدول السابق وجود ارتباط طردي بين الدوافع الطقوسية والاشباع شبه الاجتماعية المتحققة من استخدام الهواتف الذكية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ٠,٢٧٧، وهي قيمة دالة احصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥، ومستوى

الارتباط ضعيف حيث جاء أقل من ٠,٣٠، كما وُجد ارتباط طردي بين الدوافع الطقوسية والاشباعات شبه التوجيهية المتحققة من استخدام الهواتف الذكية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ٠,٧٣٦، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥، ومستوى الارتباط قوي حيث تجاوز ٠,٦٠.

وهذا يعني أن الشباب الذين يستخدمون الهواتف الذكية لدوافع طقوسية تتحقق لديهم الاشباعات شبه التوجيهية و الاشباعات الاجتماعية بدرجة أعلى.

نتائج الدراسة

أولاً: النتائج العامة للدراسة

١. يمتلك جميع أفراد عينة الدراسة من طلاب الجامعات الإماراتية هواتف ذكية.
٢. يستخدم كافة المبحوثين شبكة الإنترنت عبر هواتفهم الذكية.
٣. بلغت نسبة من يستخدمون هواتفهم الذكية حسب الظروف المتاحة بنسبة بلغت (٤٦,٧%) و عدة مرات خلال الساعة الواحدة (٤١,١%)، وهذا يشير إلى معدل استخدام عالي للهواتف الذكية بين طلاب الجامعات.
٤. تركزت أهم الأعمال التي يقوم بها أفراد العينة أثناء استخدام الهواتف الذكية في الجلوس مع الأهل والأصدقاء.
٥. تصدرت الاتصالات الهاتفية استخدامات طلبة الجامعات الإماراتية للهواتف الذكية بنسبة استخدام ١٠٠%، تلاها معرفة الاخبار والمعلومات بنسبة (٩٢%)، و تطبيقات التواصل الاجتماعي بنسبة (٩٠%).
٦. حل استخدام مكالمات الفيديو ومشاهدة التلفزيون والاستماع للراديو عبر الهاتف آخر قائمة استخدامات الهواتف الذكية لدى عينة الدراسة بنسبة لم تتجاوز (١٥,٩%).
٧. مثل دافع الحصول على المعلومات أبرز الدوافع النفعية لدى عينة الدراسة، تلاه توفير الوقت والجهد، ثم التواصل مع الآخرين عبر برامج التواصل الاجتماعي، بينما حلت دوافع إنجاز المهام المختلفة الخاصة بالعمل وفهم الأحداث المختلفة وتكوين الآراء حول القضايا المطروحة في ترتيب متأخر في الدوافع النفعية.

٨. تصدر دافع التخلص من الملل وشغل أوقات الفراغ من الدوافع الطقوسية، تلاه دافع التسلية والترفيه، ثم دافع التعود على استخدام الهاتف بشكل دائم كأهم الدوافع الطقوسية لدى عينة الدراسة.
٩. تركزت أهم الإشباعات التوجيهية التي يتحصل عليها طلاب الجامعات الإماراتية من استخدام الهواتف الذكية في زيادة المعلومات، تلاها فهم ما يحدث في المجتمع ثم انجاز المهام والأعمال بدقة.
١٠. مثلت الإشباعات الاجتماعية أهمية لكل أفراد عينة الدراسة، حيث أشاروا إلى أن استخدام الهواتف الذكية قد ساعدهم على التفاعل مع الآخرين وفتح مواضيع للنقاش مع الأهل والأصدقاء.
١١. جاءت الإشباعات شبه التوجيهية في المراتب الأولى على التوالي والخاصة بملأ وقت الفراغ والتخلص من الملل، يليها إشباعات الاندماج مع الآخرين، ثم تخفيف الإحساس من التوتر، فيما حل الشعور بالراحة والتخلص من الشعور بالوحدة والعزلة في المرتبة الأخيرة ولعل هذا يعود إلى مستوى الرفاهية في الحياة التي يعيشها الطالب الإماراتي.
١٢. أكد أغلبية الباحثين على إدراكهم بوجود مخاطر ومضار للهواتف الذكية وذلك بنسبة بلغت (٩٧,٢%).

ثانياً: نتائج أختبارات الفروض

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الدوافع النفعية والطقوسية لاستخدام الهواتف الذكية تعود لمتغير النوع بين طلاب الجامعات الإماراتية الذكور والإناث. ما يعني أن دوافع الذكور لاستخدام الهواتف الذكية تكاد تتشابه مع دوافع الإناث، وكذلك تتشابه الإشباعات المتحققة لدى الإناث مع الإشباعات المتحققة لدى الذكور من استخدام الهواتف الذكية.
- يوجد ارتباط طردي بين الدوافع النفعية والإشباعات التوجيهية المتحققة من استخدام الهواتف الذكية، كما يوجد ارتباط طردي بين الدوافع النفعية والإشباعات الاجتماعية المتحققة من استخدام الهواتف الذكية. وهذا يعني أن الشباب الذين يستخدمون الهواتف الذكية لدوافع نفعية تتحقق لديهم الإشباعات التوجيهية بدرجة أعلى من الإشباعات الاجتماعية.

- وجود ارتباط طردي بين الدوافع النفعية والاشباعات التوجيهية المتحققة من استخدام الهواتف الذكية، كما يوجد ارتباط طردي بين الدوافع النفعية والاشباعات الاجتماعية المتحققة من استخدام الهواتف الذكية. وهذا يعني أن الشباب الذين يستخدمون الهواتف الذكية لدوافع نفعية تتحقق لديهم الاشباعات التوجيهية بدرجة أعلى من الاشباعات الاجتماعية.
- وجود ارتباط طردي بين الدوافع الطقوسية والاشباعات شبه الاجتماعية المتحققة من استخدام الهواتف الذكية، كما يوجد ارتباط طردي بين الدوافع الطقوسية والاشباعات شبه التوجيهية المتحققة من استخدام الهواتف الذكية. وهذا يعني أن الشباب الذين يستخدمون الهواتف الذكية لدوافع طقوسية تتحقق لديهم الاشباعات شبه التوجيهية و الاشباعات الاجتماعية بدرجة أعلى.

التعليق على الفروق نتائج الدراسة الحالية والدراسة الشاملة التي سبق نشرها:

جاءت النتائج (٤-١ و ٩-١٢) تطابقاً للنتائج في الدراستين.

- تغير ترتيب دوافع استخدام طلاب الجامعات الإماراتية عن طلاب السعودية واليمنية للهواتف الذكية في استخدام الهواتف الذكية لأغراض الاتصالات الهاتفية أولاً ومعرفة الأخبار والمعلومات ثانياً وتطبيقات التواصل الاجتماعي ثالثاً وهذا ينطبق مع عدد من الدراسات السابقة.
- عبر طلاب الجامعات الإماراتية عن دافع توفير الجهد والوقت أكثر أهمية من التواصل مع الآخرين عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي، فيما أتفق الجميع في الدراستين على أن أهمية دافع الحصول على المعلومات هو في المرتبة الأولى.
- في الدراسة الأولى لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في كثافة الاستخدام للهواتف الذكية تعود لمتغير الجنسية، فيما جاءت نفس النتيجة والمتعلقة بالدوافع النفعية والطقوسية لاستخدام الهواتف الذكية تعود لمتغير النوع بين طلاب الجامعات الإماراتية الذكور والإناث.

هوامش الدراسة:

- (1) نشوة سليمان عقل، العلاقة بين الوجود الافتراضي لشباب الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى تفاعلهم الاجتماعي مع الآخرين ومع وسائل الإعلام التقليدية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** (القاهرة: جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الثاني، يونيو - ديسمبر ٢٠١٠) ص ٢٣٧
- (2) فاطمة الزهراء محمد أحمد السيد، بسنت عبد المحسن العقباوي، استخدامات الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بأنماط الشخصية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** (القاهرة: جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الرابع والأربعون، يوليو - سبتمبر ٢٠١٣) ص ١١٩
- (3) Megan R. Boddum, plugged in: a focused look at parents' use of smartphones among children 2-5 years of age, **Unpublished Master's Thesis** , Mills College 2013, p 3
- (4) Ali Dhumayan Alanazi, the use of the smartphones as a resource for news among Saudi Arabian students in the united states, **Unpublished Doctoral Dissertation** , Indiana University of Pennsylvania ,2014 , p 2
- (5) Ibid , p2
- (6) حسنين شفيق، **صحافة وإعلام الهاتف المحمول** (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٥) ص ص ٩-١٠
- (7) دينا فاروق أبو زيد، أفلام التلفزيون المحمول - دراسة للمضمون والشكل وصانعي الأفلام، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، (القاهرة: جامعة القاهرة، العدد ٤٥، أكتوبر - ديسمبر ٢٠١٣) ص ٦٥
- (8) Ruth Avidar, Yaron Ariel, Vered Malka, Eilat Chen Levy, Smartphones , publics, and OPR: Dopublics want to engage?, **Public Relations Review** (No. 41 , 2015) , p 215
- (9) Megan R. Boddum , **Op.cit**, P3
- (10) Olukunle AriyoIyanda, Innovation Diffusion of Smartphones in Nigeria, **Unpublished doctoral dissertation**, Walden University may 2016, P2

-
- (11) Mirca Madianou ‘Smartphones as Polymedia, **Journal of Computer-Mediated Communication**, (No. 19. 2014), p 669.
- (12) Olukunle AriyoIyanda, **Op.cit**, p 5
- (13) Brian A. Rellinger, The diffusion of smartphones and tablets in higher education: a comparison of faculty and student perceptions and uses, **Unpublished doctoral dissertation**, Bowling Green State University, 2014, p16
- (14) Mirca Madianou, **Op. cit**, p 669
- (15) Olukunle Ariyo Iyanda, **Op .cit**, P67
- (16) Ali Dhumayan Alanazi, **Op. cit**, P 32
- (17) Chang Sup Park and Kavita Karan, Unraveling the relationships between smartphones use, exposure to heterogeneity, political efficacy, and political participation: a mediation model approach, **Asian Journal of Communication**, (Vol. 24, No. 4, 2014) P 370
- (18) Chad C. Tossel, An Empirical Analysis of Internet Use on Smartphones :Characterizing visit Patterns and User Differences, **Unpublished doctoral dissertation** ‘Rice University Texas, 2012, p20.
- (19) **Ibid**, p 20.
- (20) فؤاد علي حسين سعدان ومعين صالح الميثمي، دوافع استخدام دوافع استخدام طلبة الجامعات للهواتف الذكية والإشباع المتحققة منها: دراسة مسحية مقارنة بين الطلاب الخليجيين واليمنيين، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، (الرياض: العدد ١٨، نوفمبر ٢٠١٧، ص ٣٢١-٣٧٤)
- (21) هند أحمد البداري، مرجع سابق
- (22) صفا محمود عثمان، إدراك الجمهور والقائم بالاتصال للخدمة الإعلامية المقدمة عبر الهاتف المحمول، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** (القاهرة: جامعة القاهرة، العدد ٣٣، يناير – يونيو ٢٠٠٩) ص ١٨٧ - ٢٣٨.

-
- (23) شذى بنت عبد الواحد الحميد، استخدامات الهاتف الجوال كوسيلة اتصالية في المجتمع السعودي والإشباع المتحققة منه، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: كلية الدعوة والإعلام، ٢٠١٠)
- (24) نوره حمدي محمد أبوسنة، استخدام الشباب السعودي للهواتف الذكية والإشباع المتحققة منها **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** (القاهرة: جامعة القاهرة، العدد السابع والأربعون، إبريل - يونيو ٢٠١٤)، ص ص ٦١٩-٥٦٥
- (25) Rachel Crowe and Catherine Middleton, Women, Smartphones and the workplace Pragmatic realities and performative identities, **Feminist Media Studies** , (Vol. 12, No. 4, 2012) p p 560-569
- (26) Guido Ongena , Harry Bouwman And Hugo Gillebaard , Displacement and Supplemental Effects of the Mobile Internet on Fixed Internet Use, **The International Journal on Media Management**, (No. 14, 2012), p p 279–299
- (27) Jerry Watkins, Kathi R. Kitner and Dina Mehta , Mobile and smartphone use in urban and rural India , **Journal of Media & Cultural Studies** ,(Vol. 26, No. 5, October 2012) 685–697
- (28) Francisco –Javier Ruiz – Olmo and Ana-Maria Belmonte-Jiménez, Young People as Users of Branded Applications on Mobile Devices, **Media Education Research Journal** , (N. 43, V xxii, 2014) pp 73-81
- (29) Ali Dhumayan Alanazi , **Op.cit**
- (30) P O'Connor andet al, Interns and their smartphones: use for clinical practice, **Postgraduate Medical Journal** , 2014, pp75-79
- (31) Logan Molyneux, Reporters' Smartphone Use Improve Quality of work, **News Paper Research Journal** , (Vol. 35, No. 4, fall 2014) p p 83-97
- (32) Chang Sup Park and Kavita Karan, Unraveling the relationships between smartphone use, exposure to heterogeneity, political efficacy, and political participation: a mediation model approach , **Asian Journal of Communication** ,(Vol. 24, No. 4, 2014) p p370–389

-
- (33) Mircea Madianou , Smartphones as polymedia, **Journal of Computer-Mediated Communication** , (No. 19 , 2014) p p 667–680.
- (34) Ruth Avidar, Yaron Ariel, Vered Malka, Eilat Chen Levy, **Op.cit** , p p 214–221
- (35) Anwer S. Al-Zahrani, Smartphones Wandering At The Mall: A Case Study Investigating The Use Of Smartphones On English Oral Learning Skills In Collaborative Mobile-Assisted Language Learning Environment, Northern Illinois University, **Unpublished doctoral dissertation**, 2015
- (36) Lydia Sunnie Kim, Social media and social support: a uses and gratifications examination of health 2.0 **Unpublished Doctoral Dissertation**, Pepperdine University, 2016, p7
- (37) Richard Basilisco and Cha, Kyung Jin, Uses and Gratification Motivation for Using Facebook and the Impact of Facebook Usage on Social Capital and Life Satisfaction among Filipino Users, **International Journal of Software Engineering and Its Applications**, (Vol. 9, No. 4, 2015), p 183
- (38) عثمان فكري عبد الباقي، استخدامات النخبة العلمية لوسائل الاتصال – دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٥) ص ٤٢
- (39) Karen De la Rosa Herrera , Music uses and gratifications among youth, the Rochester institute of technology , **Unpublished Master's Thesis**, 2016 , p 11.
- (40) محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، ط١ (الرياض: العبيكان، ٢٠١٤) ص ١٣٤
- (41) John Vincent Karlis, That’s news to me: an exploratory study of the uses and gratifications of current events on social media of 18-24 year-olds, **Unpublished Master's Thesis**, University of South Carolina, 2013, p 29.
- (42) Hyungmin Kim, **Op.cit**, p 18.

- (43) علي عقله نجاحات استخدام المتزوجات العاملات في الجامعات الأردنية للفيسبوك والإشباع المتحققة منه – دراسة مسحية على عينة من جامعة اليرموك، *المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية* (عمان: المجلد ٧، العدد ١، آذار ٢٠١٤) ص ١٠٥ .
- (44) نهى عاطف العبد، علاقة الطفل المصري بالقنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٣) ص ٨
- (45) عثمان فكري عبد الباقي، مرجع سابق، ص ٤٥
- (46) عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، مرجع سابق، ص ٣٠٣
- (47) ماجد سالم تربران، مرجع سابق، ص ٢٠٤ – ٢٠٥
- (48) داليا إبراهيم المتبولي، استخدامات الشباب الجامعي للمسلسلات التركية التي تقدمها القنوات الفضائية العربية والإشباع المتحققة منها (دراسة ميدانية)، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، (القاهرة: جامعة القاهرة، العدد ٣٥، يناير – يونيو ٢٠١٠) ص ٢٧٩
- (49) محمد هادي محمد، استخدامات المواد الترفيهية التلفزيونية الفضائية وإشباعها – دراسة على عينة من الشباب اليمني، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: كلية الدعوة والإعلام، ٢٠١١م) ص ٥٣
- (50) هيدى سامح السيد جاد، استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية المصرية الخاصة وتأثيرها على أداء ومعدلات مشاهدة القنوات الحكومية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٨) ص ٨٤
- (51) داليا إبراهيم المتبولي، مرجع سابق، ص ٢٨٠
- (52) ماجد سالم تربران، مرجع سابق، ص ٢٠٦
- (53) Barak Stanley, Uses and Gratifications of Temporary Social media: A comparison of Snap chat and Face book , **Unpublished Master's Thesis**, California state University , 2015 , p 36
- (54) تم الرجوع في هذه النقطة للمراجع التالية:
- عثمان فكري عبد الباقي، مرجع سابق، ص ٥٦-٥٧
 - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص ٢٤٨
 - أسماء سمير إبراهيم، مرجع سابق، ص ٥٥-٥٦

(55) Jodi McFarland Friedman, uses & gratifications theory in online commenter culture, **Unpublished Master's Thesis**, University of Missouri-Columbia, 2013, p5

(56) Carrie Margaret Moore, Redditors Revealed: A Uses and Gratifications Approach Motivational Factors Influencing Users of the Social News Website Reddit.com, **Unpublished Master's Thesis**, Hawai'i Pacific University, 2015, p22

(57) سمير محمد حسين، **مناهج البحث العلمي – بحوث الإعلام**، ط٢، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩١) ص ١٠١

(58) Barrie. Cunter, **Media Research Methods**, First published, (London: Sage Inc., 2000) p 24.

(59) محمد الوفائي، **مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية**، ط١ (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٩) ص ١١١.

(* عرض الباحث استمارة الاستقصاء على الخبراء والمحكمين الآتية أسماؤهم:

- أ.د/ علي عقله نجادات عميد كلية الإعلام جامعة اليرموك.

- د/ بشار عبد الرحمن مطهر الأستاذ المشارك بكلية الإعلام - جامعة صنعاء

- د /عبد الرحمن النامي الأستاذ المشارك بقسم العلاقات العامة -كلية الإعلام والاتصال جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

- د/ عثمان فكري عبد الباقي المدرس المساعد بقسم الصحافة كلية الإعلام –جامعة القاهرة.

- د / الصادق رابح عميد الإعلام - كلية الإمارات للتكنولوجيا

- د / محمد أحمد فياض الأستاذ المشارك بكلية الإمارات للتكنولوجيا

ملخص الدراسة:

نظراً للأهمية القصوى التي تمثلها الهواتف الذكية كأبرز تقنيات وسائل الاتصال الحديثة وما تتيحه من تفاعلية وقدرات تقنية عالية جعلت منها من أكثر الوسائل الإعلامية والاتصالية في عصرنا الراهن تأثيراً وانتشاراً فقد جاءت هذه الدراسة بهدف الكشف عن دوافع طلاب الجامعات الإماراتية للهواتف الذكية والتعرف على الإشباعات التي تتحقق لهم جراء استخدامها، خصوصاً في ظل الانتشار غير المسبوق للأجهزة الذكية في أوساط فئات المجتمعات الخليجية والعربية بشكل عام.

الدراسة الحالية هي جزء من دراسة مسحية لنفس الباحث شملت دوافع استخدام الهواتف الذكية لطلاب الجامعات الخليجية واليمنيين للهواتف الذكية والإشباعات المتحققة منها سيتم نشرها في مجلة علوم الاتصال السعودية عدد فبراير ٢٠١٧، وتناولت هذه الدراسة طلاب الجامعات الإماراتية في إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات كونها النظرية الملائمة لمثل هذا النوع من الدراسات وباعتبار أن مجال الإعلام الجديد والتقنيات الحديثة ومنها الهواتف الذكية وأجهزة التابلت (Tablets) وغيرها من الوسائل تحتاج للبحث والدراسة المتعمقة لأساليب استخدامها وما تقدمه للجماهير من خصائص إعلامية تشبع حاجاتهم ودوافعهم. واستخدمت أداة الاستبيان الإلكتروني على عينة مكونة من (١٠٧) طالباً من مواطني الإمارات في ثلاث جامعات هي جامعة الشارقة وكلية الإمارات للتكنولوجيا في أبوظبي وجامعة الغرير في دبي.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن الاتصالات الهاتفية هي الأكثر استخداماً في الهواتف الذكية من تطبيقات التواصل الاجتماعي، وهذا عكس ما جاء في الدراسة الشاملة التي أجريت قبل هذه الدراسة على عينة دول مجلس التعاون. كما أشارت النتائج إلى أن أهم الدوافع النفعية استخداماً لدى طلاب الجامعات الإماراتية هي الحصول على المعلومات بسهولة وتوفير الوقت والجهد والتواصل عبر برامج التواصل الاجتماعي وتبادل المعلومات أما الدوافع الطقوسية، فقد كان دافعهم الأول من استخدام الهواتف الذكية هو التخلص من الملل وشغل أوقات فراغهم، ثم التسلية والترفيه. كما أشارت العينة إلى استخدام الهواتف الذكية لزيادة معلوماتهم وفهم ما يحدث في المجتمع من حولهم. وكشفت النتائج أنه لا يختلف استخدام الذكور للهواتف الذكية عن استخدام الإناث. كما بينت النتائج أن الشباب الذين يستخدمون الهواتف الذكية لدوافع نفعية تتحقق لديهم الإشباعات التوجيهية بدرجة أعلى من الإشباعات الاجتماعية. وأن الشباب الذين يستخدمون الهواتف الذكية لدوافع طقوسية تتحقق لديهم الإشباعات شبه التوجيهية والإشباعات الاجتماعية بدرجة أعلى.