

استخدامات الجهور في الإمارات للتطبيقات الحكومية على الهواتف الذكية

دراسة حالة على دبي

د/ خالد أحمد عبد الجواد*

مقدمة

مع التطور الكبير في قطاع التكنولوجيا بصفة عامة والإنترنت بخاصة ، أصبح استخدام الهواتف الذكية جزءاً أساسياً من الحياة لا يمكن الاستغناء عنه، ومع تسجيل معدل ارتفاع كبير ومتزايد من قبل المستخدمين؛ بات من الصعب التواجد في أي مكان ، بدون الحاجة إلى النظر في الهاتف والتواصل من خلاله ، وتعد دولة الإمارات العربية المتحدة واحدة من الدول التي تشهد على هذا التطور حيث تفوق عدد المشتركين بالهاتف المحمول على المشتركين بالإنترنت في دولة الإمارات ، فقد وصلت أعداد اشتراكات الهاتف المتحرك النشطة، إلى أكثر من 17.942.571 اشتراك بحلول نهاية عام 2015 ، مع نسبة انتشار 6.7 بالمائة، موزعة بين الهواتف المتحركة ذات خدمة الدفع المسبق وذات الدفع الأجل، وتعد هذه النسبة واحدة من أعلى معدلات انتشار الهاتف المتحرك في العالم ، وعلى صعيد خدمات الإنترنت واصل مؤشر اشتراكات الإنترنت عريض النطاق ارتفاعه ليصل 1.232.023 مشتركاً بزيادة قدرها 14.4 % ، حسبما أعلنت الهيئة العامة لتنظيم قطاع الاتصالات في الإمارات في إصدار تقريرها السنوي لقطاع الاتصالات، حيث يلخص التقرير وضعية أسواق الاتصالات الثابتة والمتنقلة والبيانات في الإمارات من حيث عدد المشتركين ونسب الانتشار والإيرادات والاستخدام، للفترة الممتدة من عام 2006 إلى 2015. (1) ونظراً لما تتمتع به الإمارات من قدرة على مواكبة ما يتعلق بالتكنولوجيا في مجالات متعددة بشكل عام وكذلك في الأنشطة والمؤسسات الحكومية ؛ فقد استغلت التطور في حجم استخدام الهواتف داخل الدولة وقررت تقديم عديد من الخدمات الحكومية للجهور عبر الهواتف المحمولة ، وبالتالي الحد من الإقبال على مقرات تلك الجهات في خلال ساعات العمل اليومية ومساعدة الجهور على أداء خدماتهم بسهولة وسرعة ويسر، بدلاً من حضور العميل شخصياً وتقديم المستندات والأوراق لإنهاء معاملته، مما يشكل عبئاً جهداً مالياً ونفسياً للدولة والعميل معاً . إن التوجه إلى تقديم الخدمات الإلكترونية في دولة الإمارات يتماشى من غير شك مع فلسفة الدولة وسياستها في إلغاء المعاملات الورقية والسرعة في إنجاز المعاملات ، تلك التي كانت بدايتها في عام 2001 ؛ حينما أطلقت وزارة المالية في الدولة الدرهم الإلكتروني بديلاً عن الطريقة التقليدية في تحصيل الرسوم للخدمات الحكومية .

وفي الثاني والعشرين من مايو 2013 ؛ أطلق صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد نائب رئيس الدولة ، رئيس مجلس الوزراء ، حاكم دبي مبادرة الحكومة الذكية من

*أستاذ مساعد بقسم الإعلام - جامعة الزقازيق

أجل توفير الخدمات للجمهور على مدار الساعة ، ذلك ضمن رؤية الإمارات 2020 واستراتيجية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، وفي عام 2014 تم اطلاق الخطة الوطنية لتحقيق أهداف الحكومة الذكية التي شملت عديداً من المبادرات أبرزها اعتماد البوابات الإلكترونية، وتطبيقات الأجهزة المحمولة للخدمات الحكومية ، ويكفي أن نقول في هذا السياق إن دولة الإمارات قفزت في الترتيب في مؤشر خدمات الحكومات الإلكترونية من المركز (99) في عام 2010 إلى المركز (7) في المؤشر نفسه في خلال عام 2012 ، طبقاً لتقرير الأمم المتحدة للحكومات الإلكترونية الصادر في فبراير 2012 (2) ؛ وبالتالي فقد أصبح الهاتف المحمول أداة مهمة للوصول إلى عديد من الخدمات بما فيها تطبيقات الهواتف الذكية، وبوابات الدفع الإلكتروني، وبوابة الرسائل النصية القصيرة. وبعد التطور الكبير في تلك التطبيقات أصبح من السهولة الحصول على عديد من الخدمات الحكومية في دولة الإمارات العربية عبر الهواتف الذكية مثل البلاك بيري، وآيفون، وأندرويد، وغيرها من الأجهزة التي تعتمد التطبيقات نفسها. وتأتي ضمن استخدامات الهواتف المحمولة حديثاً " التطبيقات " .

إن التطبيق المحمول أو التطبيق النقال بالإنجليزية (Mobile app) هو برنامج كمبيوتر مصمم ليعمل على الهواتف الذكية، وأجهزة الكمبيوتر اللوحي وغيرها من الأجهزة النقالة. وهو يعد الموجة الجديدة في استخدام الهواتف المحمولة ، حيث لم تعد الهواتف النقالة - بعد اتصالها بالإنترنت - مجرد أجهزة للاتصالات الهاتفية الصوتية فقط؛ بل تعدها إلى تبادل رسائل الوسائط المتعددة كالصور والفيديو واستخدام البريد الإلكتروني وغيرها من الاستخدامات الأخرى . ووفقاً للإمكانات المتميزة للهواتف الذكية؛ أصبح توظيف هذه الوسيلة في خدمات إلكترونية تساهم في التخفيف عن الجمهور من المهام التي سعت إليها كثير من الهيئات (3) .

إن تطبيق "دبي الآن" الذي أطلقته حكومة دبي الذكية ، يعد من أهم التطبيقات المفيدة والملائمة للمواطن والمقيم في الإمارة؛ حيث يقدم كثيراً من الخدمات الحكومية التي تيسر لهم احتياجاتهم كافة في التعامل مع الدوائر الحكومية، حيث يمكن تسديد معظم الفواتير ورسوم المعاملات الحكومية، وتخطيط الرحلات ومتابعتها في كل مكان في دبي، وكذلك الاطلاع على تقويمات المدارس، ومتابعة إرساليات بريد إمبوست، ومعرفة مواقيت الصلاة المحلية ومواقع المساجد، وتحديد موقع طبيب أخصائي أو عيادة طبية، ومتابعة رحلات الطيران القادمة والمغادرة، والبحث عن صيدلية مناوبة وخدمات عديدة أخرى. كما تتوافر تطبيقات أخرى، منها تطبيق الدفع عبر الهاتف الذكية mPay ، وهو تطبيق مجاني تشترك فيه جهات حكومية متعددة كشرطة دبي، وهيئة كهرباء ومياه دبي، وهيئة الطرق والمواصلات، وجمارك دبي، وبلدية دبي، ودبي العطاء ومؤسسة الجيلة، واتصالات، و"دو". ويوفر هذا التطبيق خدمات دفع مبتكرة، منها : دفع فواتير الكهرباء والماء ، تعبئة رصيد "سالك" و"نول"، تسديد المخالفات المرورية ، سداد فواتير اتصالات و"دو"،

تسديد رسوم جمارك دبي ، تسديد رسوم بلدية دبي، التبرع لدبي العطاء ومؤسسة الجليّة، كما يمكن استخدام خدمة mPay أيضاً لإرسال رسالة نصيّة قصيرة من الهاتف المتحرك إلى الرقم 4488 للاستعلام عن رسوم المعاملات الحكومية أو المبالغ المستحقة، أو لدفعها. ويستطيع المستخدمون في هذا الشأن تفعيل خاصية الدفع التلقائي، أو إعادة تعبئة الرصيد تلقائياً للخدمات الحكومية التي توفرها الخدمة بشكل دوري (يوميًا، أسبوعياً، شهرياً، أو بتحديد تاريخ معين للدفع أو إعادة التعبئة)، إضافة إلى التحكم في كل من الحد الأدنى للرصيد المتوافر في الحساب والحد الأقصى للدفع وإعادة التعبئة، وكذلك خاصية "الحسابات المتعددة" التي تسمح للمتعامل إعادة تعبئة رصيد "سالك" لسيارته. ويتم ذلك كله بسهولة كبيرة، وموثوقية أمان عالية، واتباع خطوات محدودة للتسجيل في التطبيق، ذلك بهدف توفير مزيد من السهولة والراحة والسعادة للمستخدمين.

وهناك أيضاً تطبيق وظائف دبي؛ حيث يمكنك مشاهدة الشواغر الحالية، أو التقدم للوظائف، أو إنشاء ملفك الشخصي، أو تحميل سيرتك الذاتية من قائمة الخيارات (دروب بوكس)، أو تقاسم الشواغر الوظيفية مع أصدقائك. بالإضافة لتطبيق الموظف الذكي من حكومة دبي الذكية؛ حيث يوفر هذا التطبيق قائمة من خدمات الموارد البشرية إلى موظفي حكومة دبي مثل إدارة شؤون الغياب والحضور، والحصول على المعلومات ذات الصلة بالراتب وطلب شهادة الراتب بسهولة، ومراجعة الهيكل التنظيمي للوحدة الإدارية، والبحث عن معلومات الاتصال بموظف ما. كما يتيح التطبيق للمسؤولين المعنيين الموافقة على اعتماد الإجازات وطلبات الشراء ومشاهدة الإخطارات والأذون من أي مكان على مدار الساعة. إضافة إلى تطبيقات الرعاية الصحية؛ حيث تعمل هيئة الصحة بدبي على ضمان توفير خدمات صحية ذات طراز عالمي. وفي هذا السياق تتوفر تلك التطبيقات الذكية المقدمة من هيئة الصحة بدبي، ومدينة دبي الطبية ومؤسسة دبي لخدمات الإسعاف. كما يقوم تطبيق الأمن والعدل لتعزيز الأنشطة المتعلقة بالأمن والعدل وتفعيلها. ولعل دبي واحدة من المدن القليلة في العالم التي يمكن لرجل عادي فيها الدخول إلكترونياً إلى أي موظف بدءاً من أعلى المستويات المتمثلة بحاكم الإمارة إلى أي موظف حكومي؛ حيث إن التطبيقات الذكية متوافرة في كل جهة في الإمارة، بدءاً من صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي وشرطة دبي، ومحاكم دبي، والنيابة العامة وجهات قضائية أخرى. في حين هناك أيضاً تطبيقات التعليم والإعلام والتنمية الاجتماعية؛ حيث تكفل دبي الحقوق البشرية للناس كافة، وتضمن أن يتمتع مواطنوها كافة بالأمان من الناحية المالية، مع حماية حقوقهم الخاصة بالتعليم والمجتمع والإسكان بشكل عام. وتسعى دبي بكل ثقة إلى إنشاء اقتصاد مبني على المعرفة؛ حيث تتولى هيئة المعرفة والتنمية البشرية تطوير التعليم والتنمية البشرية في دبي بحسب أعلى المعايير العالمية، ومن أهمها تطبيق هيئة المعرفة والتنمية البشرية لتطبيقات التنقل والبيئة والبنية التحتية؛ حيث استثمرت

دبي في إطار أعلى التقنيات لتسهيل حياة المواطن ، كما في مجال دفع فواتير الكهرباء والماء التي يمكن تسديدها إلكترونياً ، ذلك توفيراً لراحة المواطن من عناء التنقل والانضمام إلى طوابير الانتظار.

كما تتولى دبي تشغيل مترو للنقل العام بنظم متميز من الطراز العالمي؛ ذلك باستخدام بطاقات نول والتطبيقات الذكية لتسهيل التنقل وتحديث المعلومات، في حين تقدم التطبيقات الخاصة ببلدية دبي مناظر للشوارع والمواقع باستخدام نظام تحديد المواقع، ثم تطبيقات الأعمال والمستهلكين ، حيث تعمل دبي على الدوام على تحسين شفافيةها التجارية واستحداث أنظمة ديناميكية تساعد المستهلكين وتسهم في تكوين المشاريع الصغيرة والمتوسطة.

في جانب آخر عملت دائرة التنمية الاقتصادية وجمارك دبي بصورة استثنائية على استباق الزمن في هذا المضمار؛ حيث اتجهتا نحو جهاز أكثر انسيابية للخدمات الإلكترونية يمكن من خلاله إجراء معظم نواحي العمل عبر الإنترنت وتطبيقات الهواتف الذكية، من ذلك تطبيق دائرة التنمية الاقتصادية على آيفون، ثم تطبيقات السياحة والفعاليات، حيث لا تزال دبي مدينة تضح بالأحداث ؛ إذ يجري فيها عديد من الفعاليات والأحداث الرياضية والثقافية ذات الطراز العالمي بشكل سنوي ومتواصل، ويمكن في هذا الشأن متابعة ما يجري في دبي من أحداث بشكل عام على الهواتف المتحركة، ذلك من خلال تطبيقات دائرة السياحة والتسويق التجاري ومؤسسة دبي للمهرجانات والفعاليات.

ونظراً لطبيعة دبي وتعدد الجنسيات المقيمة وتنوعها واختلاف الوظائف والمهن التي يمارسونها ، فقد أصبح لدى كل منهم اهتمامات واحتياجات مختلفة عن الآخر ، وكذلك اتساع الخدمات التي تقدمها إمارة دبي لهم وتعددها وتنوعها ؛ حيث تزداد الحاجة إلى استخدام التطبيقات التي تيسر للمواطنين والمقيمين أداء خدماتهم المتنوعة بحسب اهتماماتهم واحتياجاتهم في مجال الأعمال أو الترفيه والتسليّة ، ورغم تلك التطبيقات جميعها التي توفرها الدولة ، وسهولة استخدامها ؛ فإن من الأهمية التعرف على جدوى هذه التطبيقات واستخدامها من قبل الجمهور المستهدف، ومدى تحقيقها لاحتياجاتهم وفق طبيعة كل خدمة وتوفير الجهد والوقت الذي يسهم في راحة المواطن والمقيم في دولة الإمارات العربية ، وبالتالي تكون الدولة بهذا قد مارست دورها في رفاهية هؤلاء بشكل فعلي .

مشكلة الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها بفعل التطور السريع في مجال تكنولوجيا الهاتف المحمول، وتعاضم الدور الذي يقوم به في حياة الأفراد على مختلف أعمارهم واهتماماتهم ، ولا يخفى على إنسان ذلك الانتشار الهائل والمستمر في طبيعة استخدامه في ضوء ما يقدمه من إمكانيات كبيرة تسهل على مستخدميه تحقيق معظم احتياجاتهم بدون الحاجة إلى بذل مجهود كبير ، ذلك لما تتميز به دولة الإمارات العربية المتحدة،

وبخاصة دبي، من إمكانات متميزة في مجال التكنولوجيا، الذي انعكس بدوره على معظم ما يمارسه المواطن في حياته اليومية حيث لا يمكن الاستغناء عن هاتفه المحمول، سواء في التواصل أو الحصول على معلومة أو إنجاز مهام دون بذل مجهود كبير، وكذلك طبيعة الحياة في دبي التي تتسم بالسرعة والديناميكية والرفاهية التي تجعل المواطن والمقيم في الدولة في حالة من الاسترخاء البدني، بسبب سهولة الحصول على الخدمات، وما توفره الدولة من إمكانات تساهم في تحقيق هذه الحالة البدنية والنفسية، ذلك مع تزايد التطبيقات الحكومية الإلكترونية في الدولة على الهاتف المحمول لتوفير الخدمات وتسهيلها وفقاً لرؤية الحكومة للتحويل الرقمي.

وإذا كانت هناك دراسات قد أجريت على الهاتف المحمول باعتباره وسيلة اتصال وتواصل؛ فإن هناك ندرة، بل ربما لم تكن هناك دراسات علمية اهتمت بالدور الذي يقوم به، ويتحقق من خلاله هدف مهم بوصفه وسيلة خدمية مهمة لتحقيق عديد من احتياجات الجمهور، وإنجاز مصالحهم، أو فيما يتعلق باستفادة المؤسسات من تكنولوجيا الهاتف المحمول من حيث تقديم الخدمات التي تتعلق بهم، سعياً لتحقيق رؤية المؤسسة المنبثقة من رؤية الدولة؛ لذا فإن هذه الدراسة تسعى إلى التعرف على حجم التطبيقات التي توظفها المؤسسات وتوفرها على الهاتف المحمول، وكذلك التعرف على مدى استخدام الجمهور في الإمارات، وبخاصة في دبي، للتطبيقات على الهاتف المحمول التي توفرها الهيئات والمؤسسات لهم، سواء في مجال الخدمات أو الترفيه والتسليّة، بوصف ذلك نمطاً حياتياً يتلائم مع طبيعة الحياة في دبي؛ ذلك من حيث ما تقوم به المؤسسات من إنفاق كبير من أموالها على هذه التطبيقات، لنعرف المردود من ذلك، والإلمام بمدى توافقه مع حجم الاستخدام، أم أن ذلك كله هو مجرد مواكبة للتطور في استخدام التكنولوجيا بغير عائد أو بدون تحقيق مكاسب معنوية على الأقل لتحقيق رضا المواطن والمقيم وسعادتهما على أرض الإمارات.

أهمية الدراسة

لقد أصبح كل من الإنترنت والهاتف المحمول أكثر أهمية لدى الناس لما يتمتعان به من مزايا متعددة لخدمة الإنسان، حيث ازداد تطور الهاتف المحمول بشكل متسارع، وبدا السباق في مجال استخدامه محموماً بين الشركات بغية تحقيق أكبر عائد، حيث بدت المكاسب منها غير واقفة عند حد، وفي هذا السياق لا يزال استخدام الإنترنت والمحمول على مدار الساعة بين الجمهور محققاً أكبر قدر من المعرفة، والسعي إلى تيسير سبل ممارسة حياته، سواء في التواصل والحصول على خدمات، أو في مجال الترفيه أيضاً، وقد استفاد كثير من المؤسسات من هذا التطور التكنولوجي، وسعت إلى استقطاب الجمهور من خلال إدخال التطبيقات واستخدامها في القطاع الذي تمارسه، سواء كان خدمياً أو إعلامياً أو ترفيهياً، وتعد إمارة دبي في الإمارات العربية المتحدة سباقة في استخدام هذه التطبيقات، ذلك من خلال مؤسسات الدولة أو المؤسسات الخاصة التي تسعى إلى راحة الجمهور وتحقيق أكبر قدر من السعادة، كما أشارت تلك المؤسسات إلى ذلك في كثير من مناسباتها، حتى أطلق على إدارات كثيرة

في هذه القطاعات والمؤسسات "إسعاد المواطن أو الجمهور"، وقد صرح نائب مدير هيئة تنظيم الاتصالات لقطاع المعلومات والحكومة الإلكترونية لصحيفة الإمارات اليوم بأن عدد الخدمات التي تشملها الحكومة الذكية من حيث تقديم الخدمات عبر الهواتف على مستوى الدولة يبلغ نحو 4000 خدمة (4)، كما أن الدولة ماضية في التحول الذكي الذي بلغ في عام 2016 96.3% في 41 واجهة اتحادية، و337 خدمة حكومية رئيسة يستخدمها المتعاملون، تتوزع على 267 خدمة إجرائية و 34 معلوماتية و11 تجارية و21 اجتماعية و4 ضببية أما من حيث المستفيدين؛ فقد توزعت هذه الخدمات على 171 خدمة مقدمة للأفراد و104 خدمات مقدمة للأفراد وقطاع الأعمال و62 خدمة مقدمة لقطاع الأعمال، وقد قامت 28 جهة اتحادية بتصميم مواقع إلكترونية خاصة بالهاتف المحمول الذكي، بينما طورت 13 جهة اتحادية تطبيق الهاتف الذكي (5)، حيث قد وضع تقرير صادر عن لجنة الأمم المتحدة للشؤون الاقتصادية والاجتماعية UNDESA الإمارات في المركز الأول عربياً، وضمن أفضل 50 دولة في العالم من حيث تطبيق المشاركة الإلكترونية (6)، وبناء على ذلك؛ تكتسب الدراسة أهميتها؛ حيث أصبح للتطبيقات على الهاتف المحمول مكان عند جمهور مستخدميه، فضلاً عن سعي الجمهور إلى استخدام تلك التطبيقات وفقاً لاحتياجاته واهتماماته لتيسر أمور الحياتية، سواء لإنجاز خدمة أو مجال عمل أو التعرف على أشكال الترفيه الذي يمكن الوصول إليه بسهولة ويسر.

أهداف الدراسة

في ضوء مدخل الاستخدامات والإشباع، وبناء على أهمية الدراسة ومشكلاتها؛ يمكن أن نضع أهم أهداف الدراسة في النقاط التالية :

- 1- التعرف على مدى استخدام الجمهور في الإمارات (هل هو نشط) للتطبيقات على الهاتف المحمول
- 2- التعرف على أهم التطبيقات التي يستخدمها الجمهور في الإمارات
- 3- التعرف على أهداف الجمهور من استخدامه للتطبيقات ومدى حاجته إليها
- 4- التعرف على طبيعة الجمهور الذي يستخدم التطبيقات ونوعه
- 5- التعرف على تأثير استخدام التطبيقات على التواصل المباشر مع الهيئات والمؤسسات

تساؤلات الدراسة

- 1- ما مدى استخدام الجمهور في الإمارات للتطبيقات الحكومية على الهواتف الذكية
- 2- ما هي أهم التطبيقات الحكومية التي يستخدمها الجمهور على الهواتف الذكية

- 3- ما هي أهم استخدامات الجمهور للتطبيقات الحكومية على الهواتف الذكية
4- ما هي أهم دوافع استخدام الجمهور للتطبيقات الحكومية على الهواتف الذكية

فروض الدراسة

الفرض الأول

توجد علاقة بين النوع ومدى استخدام التطبيقات الحكومية على الهواتف الذكية

الفرض الثاني

توجد علاقة بين الجنسية واستخدام التطبيقات الحكومية على الهواتف الذكية

الفرض الثالث

توجد علاقة بين النوع وطبيعة التطبيقات الحكومية التي يستخدمها أفراد العينة على هواتفهم الذكية

الفرض الرابع

توجد علاقة بين استخدام التطبيقات الحكومية وعدم زيارة المؤسسات الحكومية لأداء مصالحهم

نوع الدراسة :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف التعرف على طبيعة استخدام الجمهور في الإمارات للتطبيقات الحكومية، والأهداف من وراء ذلك، وأهم المنافع التي تعود عليهم من استخدامها، ومدى توفير الجهد والوقت نتيجة استخدام تلك التطبيقات، والتعرف على أهم التطبيقات التي يستخدمونها، ورصد العلاقات بين متغيرات النوع والجنسية واستخدام التطبيقات المختلفة .

منهج الدراسة :

اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي من أجل تفسير استخدام الجمهور وتحليلهم للتطبيقات الحكومية، وما يترتب على ذلك من تحقيق منافع لهم، ومدى فائدتها وأهميتها لهم وللمؤسسات التي قامت بإنشائها .

أداة جمع البيانات

استخدم الباحث صحيفة الاستقصاء في جمع البيانات المطلوبة، ذلك للإجابة عن تساؤلات الدراسة وفروضها ، وقد تم تصميم الصحيفة وفق أهداف الدراسة ومجالها وحدودها، كما تم عرضها على بعض المحكمين للتعرف على مدى تحقيقها لمتطلبات الدراسة وأهدافها، وقد استفاد الباحث مما أشار إليه السادة المحكمون، وحدد أهم ما يمكن تعديله في الصحيفة، ثم قام بالتطبيق .

عينة الدراسة

اعتمد الباحث في الدراسة على عينة متاحة من الأفراد الذين يترددون على بعض المؤسسات الحكومية في إمارة دبي في خلال الأسبوع الأول من شهر أكتوبر من عام 2017؛ حيث يزداد تردد المواطنين والمقيمين في دولة الإمارات في خلال ذلك الشهر على المؤسسات الحكومية لأداء بعض الخدمات المتعلقة بهم في الدولة، سواء كانت تعليمية أو سكنية أو غيرها من الخدمات التي ترتبط بوجودهم في الدولة، سواء الوافدين الجدد أو المقيم القديم، وكانت نتيجة وصف العينة كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول رقم (1) يوضح عينة الدراسة كما ظهرت في التحليل

النوع	التكرار	النسبة
الذكور	128	63.69
الإناث	73	36.31
السن		
أقل من 30	57	28.36
30 - 45	113	56.22
فوق 45	31	15.42
التعليم		
مؤهل متوسط	40	19.9
مؤهل عالٍ	156	77.6
مؤهل فوق عالٍ	5	2.5
الجنسية		
الإمارات	40	19.9
جنسيات أخرى	161	80.1
مجال المهنة		
قطاع حكومي	58	28.9
قطاع خاص	143	71.1
مكان العمل		
أبو ظبي	15	7.5
دبي	111	55.2
الشارقة	48	23.9
عجمان	27	13.4
الإجمالي	201	100

الدراسات السابقة

إن الهواتف المحمولة، باعتباره أحد أدوات التكنولوجيا الحديثة في مجال الاتصال والإعلام، ونظراً لحدثة استخدامه؛ فإن الدراسات السابقة بشأنه، برغم قلتها، قد جاءت متنوعة ومتباينة، وهي تدرس استخدام الهواتف الذكية في مجالات مهمة، وسوف نحاول رصد بعض تلك الدراسات المرتبطة باستخدام الهاتف الذكي ولها علاقة بالتطبيقات.

في هذا الإطار كانت دراسة (خير عياد 2017) (7) حول العلاقة بين استخدام الهاتف المحمول بوصفه وسيلة اتصال، والأداء الأكاديمي لطلبة الجامعات إحدى هذه الدراسات، التي أجراها على 280 طالباً في ست كليات بجامعة الشارقة، ثلاثة منها عملية ومثلها نظرية، منهم 99 من الذكور و181 من الإناث، وقد أكدت نتائجها أن هناك ثلاثة دوافع قوية لاستخدام الهاتف المحمول، هي التواصل الاجتماعي مع الزملاء والأصدقاء، الحصول على معلومات من مواقع الإنترنت، والثالثة هي قضاء وقت الفراغ، وكشفت الدراسة أيضاً عن وجود دوافع أكاديمية لدى الطلبة هي إنجاز التكاليف والواجبات ومتابعة الحالة الأكاديمية وتسجيل المساقات، وبينت وجود علاقة عكسية قوية بين معدل استخدام الهاتف المحمول والمعدل التراكمي لدى الطلاب الذكور، بحيث كلما زاد معدل استخدام الطلاب للهاتف المحمول؛ انخفض معدلهم التراكمي عن الطالبات.

وقد أشارت دراسة نجوى عبد السلام – مها عبد المجيد 2017 (8) إلى استخدام أفراد العينة للمنصات، سواء على الهواتف المحمولة أو الكمبيوتر، وأتهم يركزون في استخدامهم على الأخبار السياسية، سواء الأخبار العربية والدولية، وأنهم يتابعون ذلك من خلال حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي ثم المواقع الصحفية والإعلامية، ذلك باستخدام المنصات المحمولة ثم التطبيقات الإخبارية المتاحة على المنصات المحمولة، فيما أكدت دراسة عبد الله العساف 2016 (9) أن الشباب السعودي يعد الهاتف المحمول مصدره الرئيس في الحصول على الأخبار؛ نظراً لسرعته في عرض الأخبار وتناقلها، وفي دراسة (Anwer S.Al- Zahrani 2015) (10) حول استخدام الهاتف الذكي في تعليم مهارات اللغة الإنجليزية ومدى مساهمته في زيادة النمو المعرفي على المستويين الفردي والجماعي للطلبة، أكدت النتائج، التي أجريت على طلبة دارسين في معهد لغات في جامعة University of The Midwest، أن الطلبة يستخدمون تطبيقات الراديو على الهاتف المحمول وبخاصة الاستماع إلى راديو FM لمساعدتهم في تعلم اللغة الإنجليزية وزيادة تنمية مهاراتهم، ويستخدمون الهواتف في مشاهدة الفيديوهات في اليوتيوب واستخدام التطبيقات التي تساعدهم في التحقق من نطق اللغة السليمة والكتابة الصحيحة، وأصبحت تلك التطبيقات بديلاً لهم عن قراءة الكتب، وكشفت دراسة Mircca 2014 Madianou (11) أن الهواتف الذكية أصبحت بيئة اتصالية متكاملة، وبخاصة بعد انتشار التطبيقات التي جعلت من الهواتف الذكية بيئات اتصالية أكثر اتساعاً، وأنها ساعدت في تقريب المسافات بين المهاجرين وعائلاتهم بما توفره من منصات اتصال متنوعة يختار المستخدم منها ما يناسبه في إدارة علاقته بعائلته في أرض الوطن.

وفي دراسة Ali Dhumayan Alanaz 2014 (12) توصلت إلى أن الطلبة السعوديين في الولايات المتحدة يستخدمون الهواتف الذكية بنسبة كبيرة، ويستخدمونها في الدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي، ومن ثم التواصل مع

الأخرين، ثم تطبيقات التراسل للرسائل المجانية ومكالمات الصوت والفيديو ، وأنها، أي الهواتف الذكية، هي الأكثر استخداماً للحصول على الأخبار، وأنها المصدر الرئيس لهم للأخبار ، كما أجرى موقع YouGov 2014 (13) ، المتخصص في الأبحاث والاستشارات، دراسة حول الحكومة الذكية في الإمارات؛ حيث تبين أن 39% من العينة البالغة 4151 فرداً قد سمعوا بالحكومة الذكية ، واحتلت تطبيقات هيئة الطرق والمواصلات الترتيب الأول في وعي الجمهور بالتطبيقات، يليها هيئة كهرباء ومياه دبي، ثم شرطة دبي ، أما من حيث الاستخدام؛ فقد احتل الدفع في مواقف دبي الترتيب الأول بنسبة 56%، تلاه تطبيق سالك 53% ثم خدمة مواقف أبوظبي 49%، وجاء تطبيق شرطة دبي في الترتيب الرابع، ثم دفع المخالفات في تطبيق شرطة دبي بنسبة 47% ، وأثبت P O Connor and. Etal 2014 (14) أن الهواتف الذكية أكثر استخداماً من قبل المتخصصين في مجال الرعاية الصحية في إيرلندا وأنها مصدر مهم للمعلومات بالنسبة لهم ، كما تبين استخدامهم بشكل يومي لأغراض العمل سواء من خلال الرسائل النصية أو المكالمات الهاتفية، وأن هذا قد أصبح عملاً روتينياً بالنسبة لهم ، وأنهم يقومون بتوظيف كاميرا الهاتف في تصوير بعض ما يتعلق بأعمالهم الخاصة .

وفي دراسة Logan Molyneux 2014 (15)، التي سعى فيها إلى معرفة مدى اعتماد الصحفيين الأمريكيين على الهواتف الذكية وعلى تطبيقات المحمول في زيادة قدرتهم في جمع الأخبار وكتابتها، وأعمالهم الصحفية التي أجراها الباحث على 5000 صحفي، توصل إلى أن الصحفيين يمتلكون هواتف ذكية ويستخدمونها في أعمالهم اليومية ، وتشجعهم في ذلك المؤسسات الصحفية ولا تعترض على ذلك بما أنها تيسر لهم أعمالهم الصحفية . وقد غير استخدامهم للهواتف في عملهم الروتين اليومي، وأنهم يفضلونها عن كثير من الأدوات في فعالية عملهم الصحفي لأسباب تتعلق بسهولة الاستخدام وسرعته ، وفي دراسة Newman and Levy 2014 (16) أكد أن هناك استخداماً متزايداً للتطبيقات الإخبارية ومواقع تجميع الأخبار News Aggregators من خلال الهاتف المحمول ، وأن استخدام الأخبار عبر الهواتف المحمولة يجعل من عملية الإخبار عملية شخصية ، ويوسع من فرص وصول الأخبار للجمهور ، وأشار إلى ارتفاع معدلات استخدام المواقع الصحفية على التطبيقات الإخبارية مقارنة بتصفح المواقع الصحفية الإلكترونية نفسها ، كما أظهر تقرير عن استخدام الجمهور للهواتف الذكية قامت به شركة Sales Force Marketing Cloud 2014 (17) زيادة استخدام المواقع الإعلامية على التطبيقات في الهواتف الذكية أكثر من استخدام المواقع الإعلامية نفسها .

في الشأن نفسه أظهرت دراسة نوره حمدي أبو سنه 2014 (18) أن الشباب السعودي يستخدم الهواتف المحمولة من أجل التواصل الاجتماعي على الفيس بوك والواتس أب والسكايب، أما دوافع استخدام هؤلاء الشباب للهواتف؛ فتركزت في توفير الجهد والمال ثم معرفة المعلومات في الموضوعات المختلفة ، وأن اكتساب

المعلومات الجديدة كان من أهم الإشباع التي حققها لهم استخدام الهاتف الذكي ، وفي دراسة لنا بنت عبد الله الزامل 2014 (19) حول اتجاهات المرأة السعودية نحو التسوق من خلال الهاتف المحمول؛ أكدت الباحثة عدم تعلق المرأة السعودية بهاتفها المحمول بشكل دائم أو التسوق من خلاله؛ فهن لا يعتمدن عليه في التعرف على الخدمات او السلع والمنتجات من خلال الإعلانات التي تصل المرأة إليه ، بل تنجذب نحو الإعلانات المقرؤة أكثر من المرئية والمسموعة وأن جاذبيتها نحو الإعلان على الهاتف المحمول ضعيفة ، وفي دراسة Aron Smith 2013 (20) حول استخدام المراهقين الأمريكيين للإنترنت من خلال الهاتف المحمول؛ تبين أن هؤلاء المراهقين يستخدمون الهواتف في تصفح المواقع الصحفية للتعرف على الأخبار، سواء الموقع الخاص بالصحيفة على الإنترنت أو التطبيق الخاص بها ، كما أنهم يستخدمونها في مشاهدة بعض الفيديوهات الفورية بحسب اهتمامهم . ، أما دراسة محمد رضا أحمد سليمان 2013 (21) حول استخدام الجمهور للتطبيقات على الهاتف وعلاقتها بأنماط التواصل الاجتماعي لديهم؛ فقد أكدت وجود علاقة ارتباط بين كثافة استخدام التطبيقات على الهواتف المحمولة، ومستويات التواصل الاجتماعي؛ حيث ترتفع نسبة الاستخدام للتطبيقات في عملية التواصل، كما تبين وجود فروق في نوعية أجهزة الهاتف المستخدم من قبل الجمهور (ريف - حضر) وجودته للتطبيقات؛ حيث يستخدم الجمهور في الريف أجهزة أقل سعراً من الحضر. وكذلك أشارت دراسة وسام الحنبلي 2013 (22) إلى أن هناك تزايداً في معدل توظيف الهواتف المحمولة من قبل المؤسسات الإعلامية ضمن أنشطتها الإعلامية؛ حيث يرتفع استخدام الإعلاميين للهواتف في أداء نشاطهم الإعلامي ، وكذلك كثافة استخدام الجمهور له بوصفه وسيلة إعلامية ومصدراً للأخبار ، وأشار Harland 2012 (23) إلى أن استخدام الجمهور للهواتف المحمول في كل من المجتمع الإنجليزي والمجتمع السعودي والمجتمع الاسترالي قد أصبح من عاداتهم اليومية للحصول على الأخبار والمعلومات والوصول إليها، تلك التي تدخل في حيز اهتمامهم أو غيرها من المعلومات اليومية ، كما كشفت دراسة Rachel Crowe and Catherine Middleton 2012 (24) التي أجريت على النساء العاملات للتعرف على أثر استخدام الهاتف المحمول، ومدى تأثيره في إعادة ماسمي بيئة العمل المزدوجة التي تعيش فيها النساء اللواتي يتحملن أعباء العمل والعائلة؛ حيث تبين أن النساء يستخدمن الهواتف الذكية لتحقيق الاتصال بسهولة، وتعزيز المهنية والاستجابة للزملاء والعملاء بطريقة أسرع وأسهل ، كما تضع النساء قيوداً على بعض التطبيقات على الهواتف حتى لا تنتهك خصوصياتهن وعلاقاتهن الشخصية بطريقة غير مرغوبة، وأنهن يقمن بإنجاز بعض المهام الوظيفية باستخدام الهواتف الذكية في أثناء القيام بالأعمال المنزلية .

أما دراسة شذى بنت عبد الواحد 2012 (25) ؛ فقد بيّنت أن التصوير باستخدام كاميرا الهاتف المحمول بين الجمهور في السعودية يتصدر الاستخدام، بينما تلاه

استخدامه للتذكير بالمواعيد ، أما دوافع استخدامه؛ فكان التواصل مع الأهل والأقارب في مقدمتها يليه دافع التعرف على الأخبار، ثم توفير الأمان في حالة عدم وجود وسائل اتصال ثم العلاقات العاطفية مع الجنس الآخر ، وقد صبت نتائج دراسة صفا عثمان 2009 (26) في صالح استخدام الهاتف المحمول عند كل من الجمهور والقائم بالاتصال؛ حيث أكد إدراكهما له باعتباره وسيلة إعلامية جديدة تتضمن كثيراً مما تحويه مضامين وسائل الإعلام، فضلاً عما يحققه من تفاعلية بوصفه وسيلة جديدة ، وأن أهم دوافع استخدامه تتعلق باستخدام البريد الإلكتروني ومتابعته، وتصفح المواقع الاجتماعية المتنوعة التي يستخدمها الجمهور، وكذلك الاشتراك في الخدمات الإخبارية ، وقد أكدت الدراسة في هذا السياق على أن الجمهور والقائم بالاتصال يدركون الدور التكاملي والدعم الذي يوفره الهاتف المحمول لوسائل الإعلام بصفة عامة.

مدخل الاستخدامات و الإشباعات (27)

لقد اختلف الباحثون حول تسمية الاستخدامات والإشباعات؛ حيث تعددت مسمياتها بين نظرية theory، ونموذج أو مدخل approach ، ومنظور perspective ، وكذلك اختلف مفهوم مصطلح النظرية نفسه ، إذ إن بعضهم يسمونها نظرية المنفعة بينما الآخرون يسمونها الاستخدامات والإشباعات، وإن اختلفت هذه التسميات يعكس اختلاف النماذج الإرشادية التي يستند إليها الباحثون، فضلاً عن اختلاف تخصصاتهم؛ حيث يركز النموذج المعرفي على الفرد والعوامل النفسية مقابل تركيز النموذج الوظيفي على الجوانب الاجتماعية، ويبدو أيضاً أن أغلب البحوث التي أجريت على الموضوع واعتمدت على النموذج المعرفي بخلفيته المنتمية لعلم النفس؛ قد فضلت التسمية بـ(مدخل أو نظرية)، بينما استخدمت البحوث التي اعتمدت على النموذج الوظيفي تسميته بـ(مدخل أو نظرية) ، مما ساهم في ظهور هذا المدخل في الدراسات الإعلامية الأبحاث والدراسات التي أجراها باحثون في الأربعينات من القرن الماضي، وعلى رأسهم KATZ ، وبلومر JAY BLUMER ، فولكس FOULKS ، وكذلك الدراسات التي كانت تسعى للكشف عن دوافع الأفراد لاستخدامهم وسائل الإعلام، على خلاف الدراسات التي سبقتها، والتي كانت تركز على الآثار الناجمة عن العملية الاتصالية وتجعل المرسل هو المتحكم والمتلقي هو المتحكم فيه ، وبالتالي تغيرت النظرة التي كانت تركز على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام وتفعله ، إلى ماهية فعل الجمهور بوسائل الإعلام، وهذا ما أشار إليه " كاتز" حين فسّر مدخل الاستخدامات والإشباعات في مقال رداً على أداء برنارد بيرلسون الذي أشار فيه إلى أن حقل بحوث الاتصال قد مات ، لكن كاتز اقترح في الوقت نفسه أن تركز بحوث الإتصال الجماهيري على حول ما تفعله وسائل الإعلام للناس ، ويوضح المدخل - من وجهة نظره- إيجابية جمهور وسائل الإعلام الذي لم يعد متلقياً سلبياً ، إنما يختار المضامين الإعلامية عن وعي وفهم لما يلبي حاجاته النفسية والاجتماعية ويشبعها ، بمعنى أن النموذج افترض وجود دور قوي للجمهور

بوصفهم أعضاء فاعلين في عملية تفسير المواد الإعلامية وتعزيز قوة وسائل الإعلام ، من حيث العلاقة بين الاستخدام والإشباع، كما يرى "كاتز" أن لدى كل فرد عدداً من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة، له ومن خلال خبرته يبدأ في رسم توقعاته حول تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات، مقارنة بمصادر أخرى لإشباع هذه الحاجات؛ مما يترتب عليه اتخاذ قراره بالاختيار بين وسائل الإعلام أو المصادر الأخرى، ونتيجة للتعرض؛ يتم إشباع بعض الحاجات بجانب نتائج أخرى كامنة، وهو يؤدي مرة أخرى إلى نشوء حاجات أو توقعات جديدة تبدأ من التفاعل مع العناصر الاجتماعية والنفسية، وهكذا تتم دورة العلاقة بين نشوء الحاجة وقرار الفرد بالتعرض إلى وسائل الإعلام أملاً في إشباعها .

ويقدم المدخل بعضاً من الفروض الأساسية الذي يقوم عليها، التي يمكن تلخيصها فيما يلي :

إن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط يتسم بالإيجابية والفاعلية، واستخدامه لهذه الوسائل موجه لتحقيق أهداف معينة خاصة به. وهو قادر على تحديد أهدافه وحاجاته، و كذلك دوافع تعرضه لوسائل الإعلام، ومن ثم؛ فهو قادر على تحديد اختيار المضمون الذي يلبي حاجاته ، والمبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته. كما تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى في إشباع حاجات الأفراد المتعددة و المتنوعة، مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات، فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة، تجعل الفرد يتجه إلى مصدرها لإشباع حاجاته دون الآخر. كما أن الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور و استخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه؛ لأن الناس قد تستخدم المحتوى ذاته بطرق مختلفة، بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة. وقد طرحت هذه الفروض عديداً من التساؤلات حول العوامل التي يتأثر بها الجمهور في إدراك حاجاته وتحديد نشاطه، وكذلك العوامل البيئية التي تؤثر في نشوء الحاجات ودعمها، وكذلك قرار الجمهور باستخدام إشباع هذه الحاجات، ذلك الذي يرجع إلى عدة عوامل متشابكة، منها خلفيات الجمهور الثقافية وأسلوب حياتهم والعوامل الديموجرافية، مثل النوع والسن والدخل ومستوى التعليم وغيرها؛ حيث إن لكل من هذه المتغيرات أو بعضها تأثيراً على اختياراته للمضامين الإعلامية التي يرغب في متابعتها . وفي ضوء ذلك؛ حدد المدخل العناصر الرئيسة في علاقة الجمهور بوسائل الإعلام، ومن أهمها افتراض أن الجمهور نشط وهو العنصر الأساسي في عملية الاتصال؛ حيث يولي اهتماماً بوسائل تحقق له الإشباع ، وهذا يتحدد من خلال ما يلي:

الانتقائية؛ سواء في اختيار الوسيلة أو المضمون ، والنفعية؛ حيث يختار ما يحقق له النفع ويشبع حاجاته ، والعمدية؛ ذلك بتعمده التعامل مع وسيلة لتحقيق هذا الإشباع وفق خصائص محددة ، والاستغراق؛ الذي يحدث على المستوى الإدراكي والتأثيري والسلوكي، من خلال توحيد الأفراد مع الشخصيات في المضامين . أما من حيث دوافع

تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، حيث يكون السلوك الاتصالي مدفوعاً بعدة دوافع؛ فقد تم تقسيمها إلى دوافع نفعية؛ للتعرف على الذات واكتساب المعرفة والخبرات وأشكال التعلم جميعها، سواء بالحصول على الأخبار أو عبر الموضوعات الثقافية والتعليمية ، والدوافع الطقوسية؛ التي تهدف إلى طبيعة قضاء أوقات الفراغ؛ حيث تعبر الموضوعات الترفيهية التي يتعرض لها الجمهور وفق طقوس معينة عن تلبية رغباتهم ، هذا بالإضافة إلى ما يتوقعه الجمهور من وسائل الإعلام وطبيعة التعرض لتلك الوسائل ، وأخيراً الإشباعات؛ التي تحققها وسائل الإعلام؛ حيث يرى النموذج أن الأفراد مدفوعون بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بهدف الحصول على إشباعات محددة . وفي هذا السياق أكد النموذج على وجود نوعين اثنين من الإشباعات، الأول منهما هو إشباعات المحتوى ، الذي ينقسم إلى إشباعات توجيهية، وتتمثل في الحصول على المعلومات وتأكيد الذات، وإشباعات اجتماعية؛ حيث يقوم الفرد بربط ما يحصل عليه من معلومات بشبكة علاقاته الاجتماعية من أجل التواصل مع الأصدقاء وأفراد الأسرة والثاني منهما هو إشباعات عملية ، تلك التي تحدث بعيداً عن المحتوى ذاته؛ حيث يعرض فقط من أجل الترفيه أو إضاعة الوقت أو الانعزال الاجتماعي، وهذا بدوره ينقسم إلى نوعين اثنين ، الأول منهما هو إشباعات شبه توجيهية تدفع إلى تخفيف التوتر والدفاع عن الذات ، والثاني منهما هو إشباعات شبه اجتماعية، ذلك من خلال التوحد مع شخصيات ووسائل الإعلام، وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة.

أهم نتائج الدراسة

وفي ضوء أهداف الدراسة والتساؤلات والفروض التي طرحتها للتعرف على طبيعة استخدام التطبيقات الحكومية من قبل العينة؛ يمكن رصد أهم النتائج التي تم التوصل إليها في العناوين التالية :

أولا ملكية الهواتف المحمول

جدول رقم (2) يوضح ملكية عينة الدراسة للهواتف المحمولة

الملكبة	التكرار	النسبة
يملك	201	100.0
لا يملك	-	-
الإجمالي	201	100.0

ويتضح من الجدول السابق رقم (2) أن لدى أفراد عينة الدراسة جميعهم هواتف محمولة، وحين تم سؤالهم عن طبيعتها؛ أكدوا بأنها هواتف ذكية ، وبملاحظتنا لأفراد مجتمع دولة الإمارات، سواء المواطنين أو المقيمين فيها، فإن من النادر مشاهدة فرد يحمل هاتف واحد فقط، بل إن لديه أكثر من هاتف وأحياناً يدفعنا الفضول للتعرف على أسباب ذلك، يكون ردهم وملخص إجاباتهم الاستفادة من العروض التي تقدمها

الشركتان العاملتان في مجال الاتصالات بالدولة، وبخاصة في مجال الإنترنت سواء باقات أو سرعات متعددة وأسعار منافسة، فضلاً عن أسعار الهواتف في الإمارات، التي تعد رخيصة قياساً لمستوى الدخل وتوافرها بأسعار منافسة في بعض المحلات، كما أن الجمهور في الإمارات يفضل كثيراً توظيف بعض الهواتف لنوعية معينة من التطبيقات، وبعضهم الآخر لتتبيقات أو لخدمات أخرى.

ثانياً : مدى تحميل تطبيقات على هاتفه المحمول

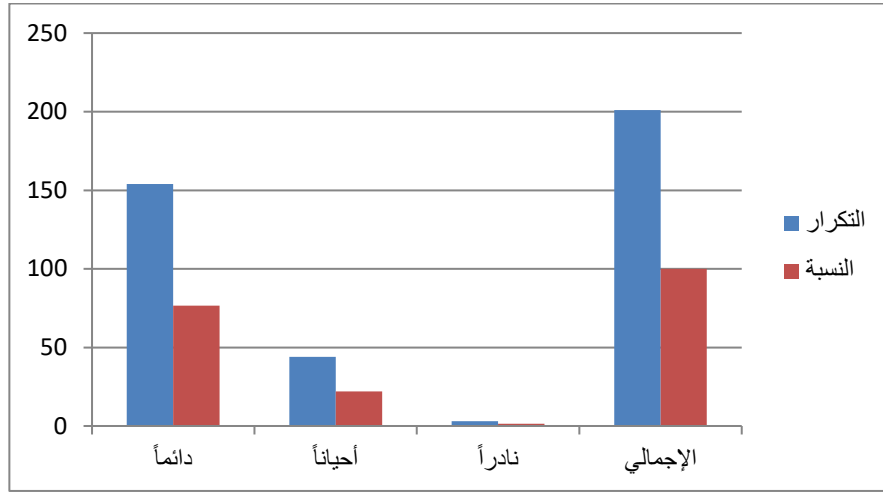
جدول رقم (3) يوضح مدى تحميل عينة الدراسة للتطبيقات على هواتفهم المحمولة

النسبة	التكرار	تحميل تطبيقات
76.61	154	دائماً
21.90	44	أحياناً
1.49	3	نادراً
100.0	201	الإجمالي

إن التطبيقات المتعددة والمتنوعة التي تقدمها الهيئات والمؤسسات في مجالات مختلفة، منها الخدمية والترفيهية والسلعية، وكذلك منها الإعلامية وغير الإعلامية، يدفع كثيراً من الجمهور، وبشجعهم على تحميل هذه التطبيقات على هواتفهم المحمولة والاستفادة مما تقدمه لهم وتحقق حاجاتهم ورغباتهم، وكما يبدو من الجدول السابق رقم (3)؛ تقوم عينة الدراسة بتحميل تلك التطبيقات، وإن تفاوتت بينهم، ولكن الغالبية التي تصل إلى 76.61 %، إنما يقومون بذلك بشكل دائم، في حين أن 21.9 % يقومون بتحميلها أحياناً، في حين تصل الندرة إلى 1.49 %، وتؤكد هذه النتائج على أهمية التطبيقات بوصفها أداة جديدة تساهم بشكل كبير في تحقيق رغبات الجمهور الذي يتعامل معها وحاجات. وكما يبدو من النتائج؛ فإن الإمارات ودبي بخاصة هي إحدى الدول التي تشجع على ذلك، وتهتم بتقديم هذه النوعية من الخدمات على الهواتف المحمولة، وتقوم هذه التطبيقات في الحقيقة بدور مهم داخل المجتمع الإماراتي لخدمة مواطنيها والمقيمين عليها، وتتم الدعاية لها كثيراً في وسائل إعلام متعددة ومنها وسائل التواصل الاجتماعي.

شكل رقم (1)

يوضح مدى تحميل عينة الدراسة للتطبيقات على هواتفهم المحمولة



ثالثاً : استخدام التطبيقات على الهاتف المحمول

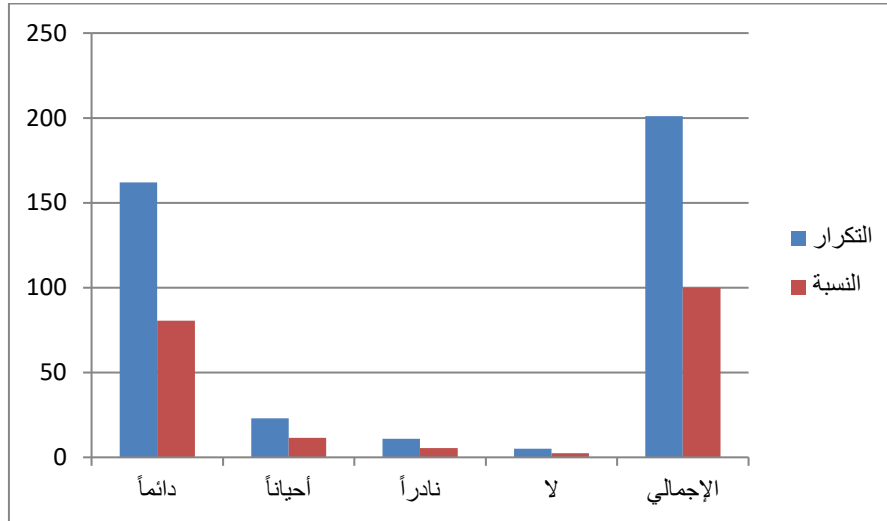
جدول رقم (4) يوضح استخدام عينة الدراسة للتطبيقات على الهواتف المحمولة

النسبة	التكرار	الاستخدام
80.6	162	دائماً
11.4	23	أحياناً
5.5	11	نادراً
2.5	5	لا
100.0	201	الإجمالي

وتشير نتائج الدراسة، كما يبدو في الجدول رقم (4) إلى أن 80.06 % من عينة الدراسة يستخدمون التطبيقات على هواتفهم المحمولة بشكل دائم، مما يؤكد على أهمية هذه التطبيقات بالنسبة لهم، ويشجع على هذا في الحقيقة توافر خدمة مجانية (الواي فاي (wifai) في معظم المؤسسات وأماكن التسوق (mall) في دبي ودولة الإمارات بشكل عام، مما يتيح للفرد التواصل وقتما يشاء، طالما هو داخل هذه الأماكن، كما يستخدمها أحياناً 11.4% من إجمالي العينة ، وبالتالي تؤكد النتائج على أن 97.5% من عينة الدراسة تستخدم التطبيقات، ولكن بدرجات متفاوتة ، في حين أن 2.5% فقط لا يستخدمونها، وتوضح هذه المؤشرات حقيقة أهميتها في مجتمع قائم بشكل كبير على راحة مواطنيه ومقيميهم، ويساهم في تحقيق كثير من احتياجاتهم المعرفية والخدمية، عبر وسيلة أصبح لا غنى عنها في دولة مثل الإمارات العربية المتحدة وغيرها من دول العالم .

شكل رقم (2)

يوضح استخدام عينة الدراسة للتطبيقات على الهواتف المحمولة



رابعاً : أهم التطبيقات التي يتم تحميلها واستخدامها

جدول رقم (5) يوضح أهم التطبيقات التي يتم تحميلها واستخدامها من قبل عينة الدراسة (ن = 201)

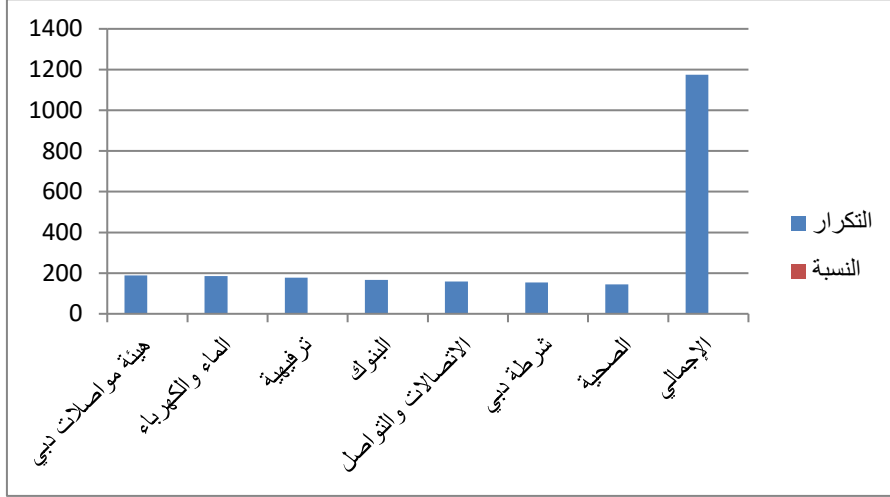
أهم التطبيقات	التكرار	النسبة
هيئة مواصلات دبي	189	94.03 %
الماء والكهرباء	185	92.04 %
ترفيهية	178	88.56 %
البنوك	166	82.59 %
الاتصالات والتواصل	159	79.11 %
شرطة دبي	154	76.62 %
الصحية	144	71.64 %
الإجمالي	1175	100.0 %

إن من يعيش في دولة الإمارات، وفي دبي بصفة خاصة، يكتشف أن علاقة جمهورها بالعالم الافتراضي واستخدام الإنترنت هو سمة مميزة وأسلوب حياة لكثير من المواطنين والمقيمين، الذين يهتمون كثيراً باستخدام الهواتف الذكية، ذلك حسبما ذكرته الإحصاءات الرسمية داخل الدولة، ولا يقتصر الاستخدام على وظيفة الهاتف في الاتصال بوصفها مكالمات هاتفية فقط، بل يمتد إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات وغيرها من مصادر المعلومات والمعرفة التي تتلاءم مع احتياجاتهم، وتتعدد التطبيقات التي تقدمها الدولة ومؤسساتها وتنوع، بل أحياناً تتسابق تلك المؤسسات لتقديم أفضل خدمة وأيسرها لجمهورها، كما أن حاجة الجمهور لتلك التطبيقات أصبح لا غنى عنه، وهذا ما أكدته نتائج الدراسة؛ حيث تبين أن تطبيق هيئة الطرق والمواصلات بوصفه تطبيقاً خدمياً يسعى لتوفير خدماته بشكل ميسر وسلس، قد حقق المركز الأول عند عينة الدراسة؛ حيث وصل 94.03 % وهو

ما يتفق مع الدراسة التي أجراها موقع You Gov (28) ، ويقدم هذا التطبيق خدمات متعددة للمقيمين في دولة الإمارات، منها مخالفات السيارات واستخدام أماكن الانتظار وخدمة سالك، وهي تقريباً الأكثر استعمالاً لمن يستخدم السيارات في الإمارات وهي وسيلة لا غنى عنها ، هذا فضلاً عن خدمات أخرى يقدمها التطبيق لمستخدميه ، ثم يلي ذلك تطبيق هيئة الكهرباء والمياه بنسبة 92.04 % ولا يخفى على مواطن أو مقيم في الإمارات أهمية سداد مثل هذه الخدمات بشكل متصل وفي توقيتها المحدد، وإلا انقطعت عنه الخدمة، ويقوم بالسداد بعد ذلك، بعد تسديد الغرامات المستحقة، وبالتالي لا بد من السداد المباشر لها، وتساعد التطبيقات غالباً في إنجاز ذلك؛ حيث يمكن السداد عبر بطاقات الائتمان وغيرها من الأساليب الآجلة والمتاحة تقريباً مع غالبية المقيمين في دولة الإمارات ، وكما يبدو في الجدول رقم (4) تأتي التطبيقات الترفيهية بنسبة 88.56 % في الترتيب الرابع من بين التطبيقات التي يتعامل أفراد العينة معها ويستخدمونها، ولا يغيب عن أعين كثير من المتابعين لاستخدام الهواتف المحمولة في مجتمعنا العربي توافر كثير من تلك التطبيقات على الهواتف الذكية، وكثيراً ما يتم استخدامها في خلال أوقات الفراغ أو في خلال انتظار مواعيد بعض المصالح الحكومية أو انتظار المترو، وغيرها وتتنطبق تلك الملاحظة على جنسيات متعددة في دولة الإمارات، ومنها بصفة خاصة الهندية والباكستانية ، ثم تأتي تطبيقات أخرى كما يبدو في الجدول، ولكن بنسبة أقل من السابقة في أهميتها، مثل البنوك، وهي بنسبة 82.59 % ، ويتم استخدام هذه التطبيقات فعلياً، ولكن على فترات متباعدة وفق الحاجة الضرورية لمستخدميها، والتي عادة ما تحدث في أوائل الشهر مع استلام الرواتب وتحويل الأموال أو التعرف على الأرصدة والتعرف على الخدمات الأخرى التي تقدمها البنوك، مثل القروض الشخصية وخدمات الراتب المقدم سلفاً، أو التعرف على عروض شراء السيارات وغيرها من الخدمات والمزايا التي تقدمها لمستخدميها، ثم تأتي تطبيقات متعددة منها تطبيقات التواصل الاجتماعي وأهمها بالطبع الواتس أب الذي لا يستغني عنه كثير من مستخدمي الهواتف المحمولة ، وقد أضيف حديثاً تطبيق botim في دولة الإمارات بوصفه أحد التطبيقات الصوتية والمرئية المدفوعة التي قدمتها مؤسسة اتصالات بعد إغلاق التطبيقات المجانية مثل Skype ، وعدم السماح باستخدام التطبيقات المرئية أو السمعية المجانية نهائياً، ويسمح التطبيق botim لمستخدميه التواصل الداخلي والخارجي، صوتاً وصورة، عن طريق شبكة الإنترنت المنزلية أو على باقات الهواتف المحمولة في الشريكتين العاملتين في الدولة، بمقابل مدفوع شهرياً، وقد أصبح من أشهر التطبيقات التي تستخدم داخل الدولة، نظراً لارتفاع أسعار المكالمات الدولية، وبالتالي ساهم في زيادة الاتصالات والتواصل بصفة خاصة مع الأهل والأبناء خارج الدولة وهم أكثر ، مما ساعد في التخفيف من حدة الإحساس بحالة الاغتراب للمقيمين داخل الدولة من جنسيات مختلفة . ثم تأتي تطبيقات أخرى أقل استخداماً، منها شرطة دبي وتطبيقات الشؤون الصحية ووزارة العمل وغيرها من الهيئات والمؤسسات، التي يتعامل معها الجمهور بشكل غير منتظم وعلى فترات متباعدة .

شكل رقم (3)

يوضح أهم التطبيقات التي يتم تحميلها واستخدامها من قبل عينة الدراسة



خامساً : أسباب عدم استخدام التطبيقات

لا يزال هناك من يستخدم الهواتف المحمولة فقط وسيلة اتصال وتواصل بعيد عن الجوانب الخدمية التي توفرها المؤسسات على الهواتف المحمولة؛ وذلك لأسباب متعددة رصدتها الدراسة، ولعل السبب الأول في هذا الإطار من وجهة نظرهم يعود لعدم استخدام التطبيقات الحكومية، وهو تفضيلهم لاستخدام الطرق التقليدية في قضاء مصالحهم وحوائجهم، فيذهبون إلى المؤسسات بأنفسهم دون الحاجة إلى استخدام تطبيق بعينه، وذلك بنسبة 60.0% من إجمالي الذين لا يستخدمون التطبيقات، وأن الذهاب إلى المؤسسات مباشرة بدون وسيط يمثل لهم اطمئناناً أكثر لهذه الفئة من العينة، وقد يكون السبب الخاص بزيارتهم للمؤسسات لحل بعض المشكلات العالقة بطبيعة الخدمة لا يمكن حلها عبر التطبيقات مباشراً، ومن تلك المشكلات انقطاع التيار الكهربائي أو خدمة الإنترنت والهواتف الأرضية ، أو سحب أرصدة مالية من البنوك تتجاوز حد استخدام ماكينات الصرف ATM ، وغيرها مما لا يمكن أدائه عبر التطبيقات أو حتى عبر الإنترنت ، ثم تساوى السببان الآخران في عدم استخدام التطبيقات على الهواتف المحمولة بنسبة 20% ، وهما عدم وجود تطبيقات تحقق مصالح خاصة بمن لا يستخدم التطبيقات من عينة الدراسة ، فضلاً عن إيجادهم صعوبة أحياناً في الاستخدام أو التعامل مع التطبيقات على الهواتف المحمولة؛ لأن بعضها يتطلب خطوات متعددة ومعقدة أحياناً، مما يجعل المستخدم يمل من التطبيق ولا يستخدمه، أو أن التطبيق أحياناً قد يكون غير فعال في فترات معينة، أو صادفة لمشكلات في أثناء استخدامها، وبالتالي تجنب التعامل معه أو توظيفه لأداء خدماته .

سادساً : أهم التطبيقات التي يستخدمها أفراد عينة الدراسة

جدول رقم (6) يوضح أهم التطبيقات التي تستخدمها عينة الدراسة (ن 196)

النسبة	التكرار	التطبيقات المستخدمة
34.4	107	هيئة المواصلات (rta)
28.0	87	الوزارية والحكومية
19.6	59	الماء والكهرباء
9.6	30	البنوك
4.8	15	اتصالات
3.5	11	الشركات الخاصة
0.6	2	أخرى
100	311	الإجمالي

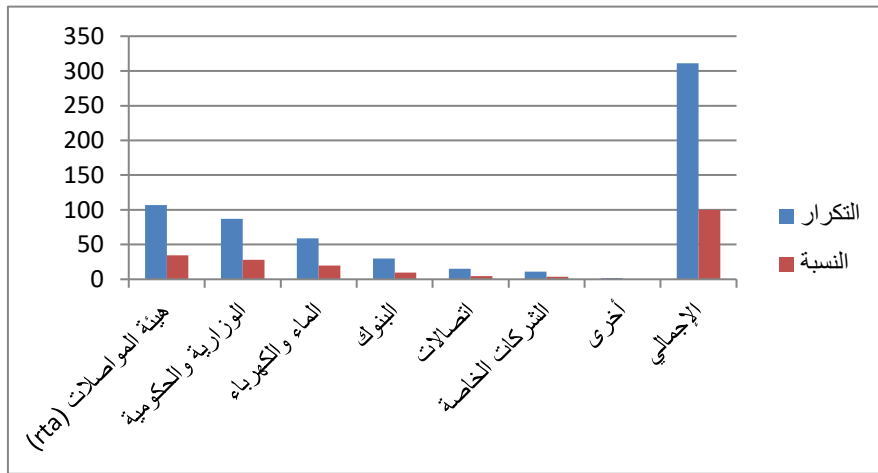
إذا كانت نتائج الدراسة كما في الجدول رقم (6) تحدد أكثر التطبيقات التي يضعها أفراد العينة ويقومون بتحميلها على هواتفهم المحمولة، والتي كشفت أن تطبيق هيئة المواصلات قد جاء في الترتيب الأول من بين التطبيقات التي يتم تحميلها ؛ فإن ذلك قد انعكس على أهم التطبيقات التي يستخدمها أفراد عينة الدراسة في دولة الإمارات ؛ حيث تبين كما في الجدول السابق (6) أن التطبيق الأكثر استخداماً من قبل العينة هو نفسه الذي احتل الترتيب الأول في التحميل على الهاتف؛ إذ اتضح أن تطبيق هيئة المواصلات RTA قد جاء أولاً من حيث الاستخدام بنسبة 34.4 % . وكما ذكرنا من قبل؛ فإن هذا التطبيق يستخدم بشكل كبير في الدولة لسببناثنين ، الأول منهما هو طبيعة علاقة الجمهور الدائمة بالجهة التي وفرت التطبيق وهي علاقة مستمرة ولا تنقطع، من حيث استخدامه اليومي للطرق وأماكن الانتظار والدخول ولدي الخروج منها، والثاني منهما هو سهولة استخدامه وما يوفره من خدمات تحقق حاجة أفراد العينة ، ثم جاءت التطبيقات الوزارية والحكومية في الترتيب الثاني بنسبة 28.0 % من إجمالي إجابات عينة الدراسة ، وتعد التطبيقات الحكومية من التطبيقات الاتحادية في دولة الإمارات مثل وزارة الصحة ووزارة العمل والخارجية والوزارات الأخرى التي لديها تطبيقات على الهواتف المحمولة، التي يستفيد منها كثير من المواطنين والمقيمين بالدولة .

وكما بينت النتائج أهمية التطبيق الذي توفره هيئة المياه والكهرباء، الذي تقدمه الهيئة لخدمة المواطنين والمقيمين في الدولة، فإنها وضحت أيضاً أنه ضمن أكثر التطبيقات استخداماً نظراً لطبيعة الخدمة التي يقدمها، وهي سداد الفواتير الشهرية للاستهلاك ، ويمكن أن نميز دولة الإمارات بأسلوب المعيشة وطبيعتها ونظام الإجراءات فيها، وبصفة خاصة للمقيمين - والمقصود بهم من يعمل بالدولة من غير جنسيتها - حيث لا يمكن لأي فرد استئجار سكن دون الرجوع لهيئة الكهرباء والماء في الإمارة، ذلك لتفعيل الخدمة وفق آلية محددة وقواعد متبعة تضمن حق الدولة، وكذلك الحفاظ على حقوق المواطنين أصحاب البنائيات ، ويتم في هذه الحالة بشكل تلقائي انقطاع الخدمة في حالة عدم سداد القيمة المستحقة على الساكن ، وبالتالي لا

يمكن التأخير عن السداد، وبخاصة في العقارات التي يتحمل ساكنها قيمة تكلفة استخدام التكييف، نظراً لارتفاع حرارة الجو والرطوبة في الصيف، بما يجعل الفرد غير قادر على تحمل هذه الأجواء بدون تكييف، ثم تتعدد التطبيقات بحسب أهميتها بالنسبة لأفراد العينة بين البنوك والمؤسسات الخاصة، التي على ضوءها يقوم بتحقيق احتياجاته الضرورية.

شكل رقم (4)

يوضح أهم التطبيقات التي تستخدمها عينة الدراسة



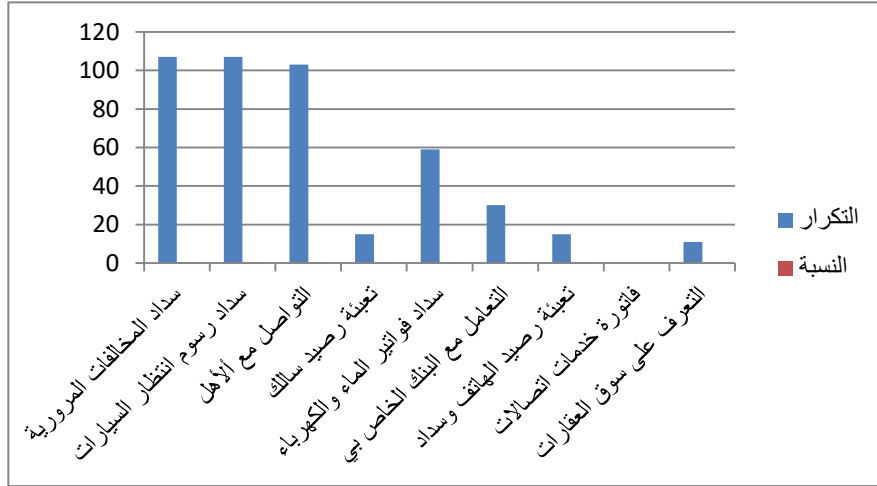
سابعاً : دوافع استخدام التطبيقات من قبل عينة الدراسة

جدول رقم (7) يوضح دوافع استخدام عينة الدراسة للتطبيقات (ن 196)

النسبة	التكرار	دوافع الاستخدام
% 54.59	107	سداد المخالفات المرورية
% 54.59	107	سداد رسوم انتظار السيارات
% 52.55	103	التواصل مع أهل
% 7.65	15	تعبئة رصيد سالك
% 30.10	59	سداد فواتير الماء والكهرباء
%15.31	30	التعامل مع البنك الخاص بي
% 7.65	15	تعبئة رصيد الهاتف وسداد فاتورة خدمات اتصالات
% 5.61	11	التعرف على سوق العقارات
% 1.02	2	إجراءات الإقامة والصحة
100.0	449	الإجمالي

شكل رقم (5)

يوضح دوافع استخدام عينة الدراسة للتطبيقات



نظراً لما تتمتع به التطبيقات من سهولة في الاستخدام والمساهمة في توفير قدر كبير من الجهد على مستخدميها ، ونظراً لطبيعة الإقامة والمعيشة في دولة الإمارات العربية المتحدة، بما يتوافر فيها من كثير من الخدمات الإلكترونية؛ فقد ساهم ذلك في جعل استخدام التطبيقات من ضمن الدوافع النفعية التي تتحقق للجمهور، والتي من خلالها تتحقق لهم المنفعة، وبالتالي استفادت عينة الدراسة من هذه الخدمات بما خلق لديهم هذه الدوافع في قضاء حوائجهم الضرورية، التي لا يمكن الاستغناء عنها طوال فترة إقامتهم داخل الدولة ، وفي ضوء ذلك ومع توفير خدمة إعلام قائدي السيارات بالمخالفات المرورية التي يقعون فيها على هواتفهم المحمولة، وقيمة الغرامة المالية التي ينبغي سدادها؛ جاء دافع سداد الغرامة والمخالفة في الترتيب الأول بنسبة 54.59 % من إجمالي الإجابات المتعلقة بالدوافع، وقد توافق معه في النسبة ذاتها دافع سداد رسوم انتظار السيارات وهو أيضاً مرتبط بالتطبيق نفسه ، وفي الحقيقة نادراً ما توجد أماكن انتظار مجانية أمام كثير من المصالح والمؤسسات، وكذلك بعض أماكن العمل ومحطات المترو، لذا؛ فإنه ليس أمام مستخدمي السيارات إلا تطبيق يحقق لهم سهولة التعامل مع هذه الخدمات، الذي يتوفر على تطبيق RTA ، هيئة الطرق والمواصلات في دبي، وبعض التطبيقات في الإمارات الأخرى . ومع حظر استخدام تطبيقات التواصل المسموعة والمرئية الحالية داخل الدولة، ومع دراية المسؤولين وعلمهم بأهمية هذه التطبيقات؛ فقد قدمت البديل الآخر لمن يرغب، ولكن بمقابل مدفوع يتمثل في تطبيق botim ، الذي وفرته على شبكة الواي فاي المنزلية أو باقات الهواتف المحمولة للشبكتين العاملتين في الدولة (اتصالات ودو)؛ مما سمح كثير من المقيمين بالاشتراك للتواصل مع الأهل خارج الدولة بسهولة وبسر، وبتكلفة هي من وجهة نظرهم أقل وأفضل كثيراً من الاتصال الهاتفي الدولي المكلف ، كما أتاح ذلك أيضاً التواصل بين أفراد الدولة فيما بينهم لمن يرغب بتكلفة أقل كثيراً من

الاتصالات الهاتفية العادية؛ لهذا برز هذا الدافع ضمن اهتمامات عينة الدراسة في الاستخدام للتطبيقات، وحقق نسبة 52.55% من إجمالي إجابات عينة الدراسة، كما أن إمارة دبي قدمت نظام البوابات الإلكترونية في بعض الطرق داخل دبي، بحيث لا بد لكل سيارة تستخدم هذه الطرق أن تضع ملصقاً خاصاً بـ (سالك) يحمل رقماً معيناً يتم تعبئته إما ببطاقات أو عن طريق التطبيق، ذلك للسماح له بالمرور بدون تكبد غرامات مالية يتحملها صاحبها. وقلما يوجد قادم إلى دبي من أية إمارة أخرى في الدولة أو أية جهة خارجية بغير المرور على هذه البوابات المنتشرة تقريباً في معظم الشوارع الرئيسية في الإمارة، لذا؛ فإن تعبئة رصيد سالك جاء ضمن دوافع استخدام التطبيقات لعينة الدراسة بنسبة 7.65%، ثم تتوالى دوافع الاستخدام في التعامل مع البنوك 15.31%، وتعبئة رصيد الهواتف وفاتورة خدمة اتصالات 7.65%، ثم التعرف على أسواق العقارات 5.61%.

ثامناً : الاستغناء عن زيارة المؤسسات

جدول رقم (8) يوضح تأثير استخدام التطبيقات على سلوك الجمهور في التردد على المؤسسات لقضاء احتياجاتهم

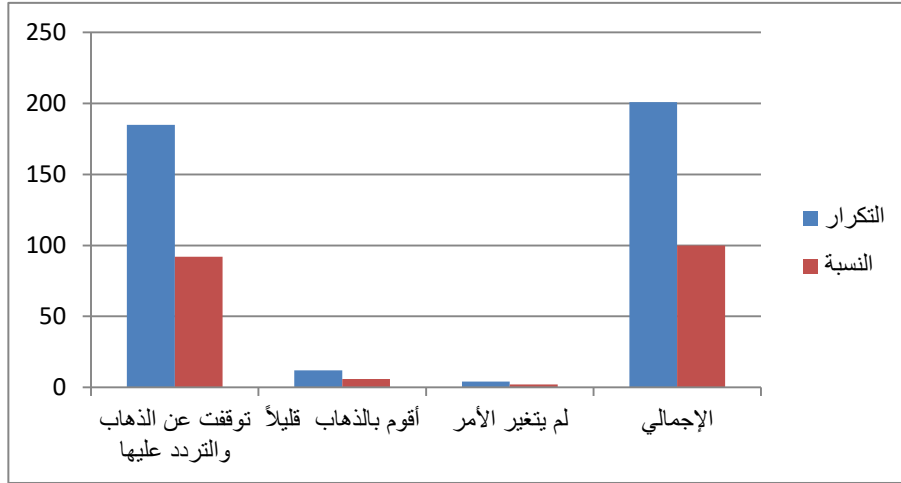
النسبة	التكرار	التأثير
92.04	185	توقفت عن الذهاب والتردد عليها
5.97	12	أقوم بالذهاب قليلاً
1.99	4	لم يتغير الأمر
100.0	201	الإجمالي

يبدو أن هدف المؤسسات من توفير تطبيقات للجمهور هو تسهيل أداء الخدمات بالنسبة لهم، وتوفير الجهد والمال في حالة الانتقال لأداء الخدمة، وأن هذه المؤسسات في النهاية تحصل على مبتغاها من تحصيل القيمة المخصصة للخدمة، كما أن الجمهور يكون في أسعد حالاته حينما تؤدي خدماته بالدرجة نفسها من اليسر والسهولة، وبخاصة أنه في الأحوال كلها يكون مضطراً لسداد الرسوم لهذه الخدمة، وبالتالي تكون المنفعة متبادلة بين الطرفين، وهذا ما ظهر في نتائج الدراسة؛ حيث توقف 92.04% من عينة الدراسة عن الذهاب أو التردد على المؤسسات، بسبب استخدامهم لتلك التطبيقات أو استخدام البدائل الأخرى التي توفرها لهم، سواء في شكل بطاقات أو ماكينات أو بدائل أخرى، ومن ثم تحقق الهدف بنسبة كبيرة لدى عينة الدراسة. والذي لاشك فيه أن هذا الموضوع يحقق عدة أهداف في الوقت نفسه، من أهمها، فيما ذكرناه مسبقاً، توفير الجهد والوقت، وهو هدف مهم لتخفيف الضغط على المصالح والمؤسسات من حيث تردد الجمهور عليها، وتحقيق قدر كبير من الراحة لكلا الطرفين، في حين أن نسبة 5.97% تتردد قليلاً على المؤسسات، ويبدو أن هذه النسبة خاصة بمن لديهم بعض المصالح التي لا يمكن إتمامها عبر التطبيق، بل لا بد من الذهاب بنفسه لإتمام مصالحهم، وبخاصة أن بعض التطبيقات لا يتوفر فيها تحميل مستندات وأوراق ضرورية، يكون من الأهمية الاطلاع عليها من قبل

الموظف المختص ، أما 1.99 % من العينة لم يتغير معهم الأمر؛ حيث يبدو أن التطبيق لم يكن له تأثير من حيث تعاملهم مع المؤسسات أو عدمه .

شكل رقم (6)

يوضح تأثير استخدام التطبيقات على سلوك الجمهور في التردد على المؤسسات لقضاء احتياجاتهم



فروض الدراسة

أولاً : العلاقة بين النوع ومدى استخدام التطبيقات

جدول رقم (9) يوضح العلاقة بين استخدام التطبيقات على الهواتف والنوع

Exact Sig.(1-sided)	Exact Sig.(2-sided)	Df	Value	إناث		ذكور		الاستخدام / النوع
				النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
.405	.749	1	.164	57.53	42	93.75	120	دائماً
		1	.059	26.03	19	03.13	4	أحياناً
		1	.164	6.26	8	02.34	3	نادراً
		1	.163	5.48	4	00.78	1	لا
			201	100	73	100	128	الإجمالي

ولقياس العلاقة بين النوع ومدى استخدام التطبيقات على الهاتف المحمول؛ اتضح ، كما هو مبين في الجدول السابق رقم (9)، أن قيمة كا 2 أقل من قيمة كا 2 المحسوبة عند درجة حرية 1 ، مما يؤكد على وجود العلاقة ، أي تبين أن هناك تبايناً بين الذكور والإناث في استخدام التطبيقات ، وقد أكدت النتائج أن الذكور هم أكثر استخداماً للتطبيقات من الإناث، على الرغم أنه يفترض أن تكون النساء أكثر استخداماً لقضاء حوائجهم من خلال التطبيقات ، لكن بدا أن الرجال في الخليج هم

المسؤولون عن تحقيق المتطلبات المادية الأسرية، وأن المرأة إذا كانت عاملة؛ فهي قد تلبي بعض الاحتياجات نيابة عن الرجل وبخاصة لغير المواطنين ، أما المواطن الرجل فهو ، في الأغلب ، المتكفل بتلبية احتياجات الأسرة كلها ويساهم بشكل كبير في تخفيف الأعباء عن زوجته، إما بدافع قوامه الرجل أو بدوافع الدور الذكوري في المجتمعات العربية، أو بدوافع اجتماعية مرتبطة بعادات المجتمع وتقاليده.

ثانياً : العلاقة بين الجنسية وأهم التطبيقات التي يستخدمها أفراد العينة

جدول رقم (10) يوضح العلاقة بين أهم التطبيقات التي تستخدمها عينة الدراسة والجنسية (ن 40 الإمارات 156 الجنسيات الأخرى)

Asymptotic Significance(2-side)	Df	Value	الجنسيات الأخرى		الإمارات		التطبيقات المستخدمة والجنسية
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0.00	6	41.578	46.15	72	87.50	35	هيئة
.000	6	37.275					المواصلات
.004	1	8.512					(rta)
.002	2	6.121	37.82	59	70.00	28	الوزارية والحكومية
.001	1	5.142					الماء والكهرباء
.004	2	2.512	24.36	38	52.50	21	البنوك
			09.62	15	37.50	15	اتصالات
			04.49	7	20.00	8	الشركات الخاصة
			02.56	4	17.50	7	أخرى
			00.64	1	2.50	1	

وكما هو مبين في الجدول السابق (10)؛ يتضح عدم وجود علاقة بين كل من الجنسية واستخدام التطبيقات المتاحة لأفراد العينة؛ حيث تبين من النتائج أن قيمة كا 2 41.578 وهي أكبر من قيمة كا 2 المحسوبة عند درجة حرية 6 ، ولا بد من الإشارة هنا إلى أن دولة الإمارات يعيش فيها أكثر من 250 جنسية، تتحدث لغات مختلفة، وأن معظم هذه الجنسيات، على الرغم من تعدد اللغات، تستخدم التطبيقات، نظراً لتوافر التطبيق باللغة العربية واللغة الإنجليزية . ومع أن عينة الدراسة قد كانت من الجنسية العربية؛ إلا أن كثيراً منهم يجيد اللغة الإنجليزية نظراً لأنها في الأغلب الأكثر استخداماً بين المقيمين في الدولة، وبخاصة في دوائر العمل وأماكنه، ذلك في ضوء انتشار جنسيات غير ناطقة بالعربية ، كما تشير النتائج إلى أنه لا فرق بين مواطن ومقيم داخل الدولة في استخدام التطبيقات؛ إذ إن كلاً منهم يسعى لتحقيق مصالحه وخدماته بأقل جهد وأحسن نتيجة .

ثالثاً : العلاقة بين طبيعة التطبيقات المستخدمة ونوع الجمهور

جدول رقم (11) يوضح العلاقة بين أهم التطبيقات التي تستخدمها عينة الدراسة والنوع (ن 70 إناث 126 ذكور)

Asymptotic Significance(2-side)	Df	Value	إناث		الذكور		التطبيقات المستخدمة والجنسية
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
.335	6	6.848	32.86	23	66.67	84	هيئة
.345	6	6.746					المواصلات
.072	1	3.230					(rta)
.056	1	3.125	47.14	33	42.86	54	الوزارية
.047	1	2.423					والحكومية
.036	1	1.786	11.43	8	40.47	51	الماء
.034							والكهرباء
			02.86	2	22.22	28	البنوك
			10.00	7	06.35	8	اتصالات
			11.43	8	02.38	3	الشركات الخاصة
			2.86	2	-	-	أخرى

وللتعرف على مدى وجود علاقة بين الذكور والإناث وطبيعة التطبيقات المستخدمة وأنواعها من قبل النوعين ، كما هو موضح في الجدول السابق (11)؛ تبين عدم وجود علاقة بين المتغيرين اللذين تم قياسهما ، حيث تبين أن قيمة كا² 6.847 عند درجة حرية 6 أعلى من قيمة كا² المحسوبة، والتالي يتم رفض الفرض ، مما يعني أنه لا يوجد علاقة بين الذكور والإناث ونوعية التطبيقات التي يستخدمونها، وأنهم جميعاً يستخدمون التطبيقات المتاحة نفسها، سواء لإنجاز خدماتهم أو وفق دوافع متشابهة بينهم .

كما أكدت الدراسة أيضاً على أن هناك علاقة بين استخدام التطبيقات وعدم التوجه إلى المؤسسات الحكومية لإنجاز المصالح المختلفة ، أي أن التطبيقات التي وفرتها المؤسسات للمواطنين قد ساهمت بشكل كبير في توفير الراحة لهم، ذلك بأداء كل ما يتعلق بخدماتها عن طريق تلك التطبيقات .

الخلاصة

الذي لا شك فيه هو أن الهدف من التطورات التكنولوجية كافة في المجالات كلها هو خدمة الإنسانية والبشرية ، وهذا يعني عدم تجاهل مصالح الشركات الكبيرة التي تسعى إلى جني الأرباح والمكاسب من وراء تحقيقها للتطور ، ولا تزال المنافسة مستمرة في المجالات جميعها لتحقيق كل من الهدفين كليهما، خدمة الإنسانية وجني الأرباح

والمكاسب ، ولعل المجال الملموس والأكثر تميزاً وظهوراً في هذا الشأن هو الهاتف المحمول الذي يستمر السياق فيه، طالما أنه يحقق ما يصبو إليه الإنسان من راحة ومتعة وترفيه ، وما تسعى إليه الشركات المنتجة، والحقيقة أن ما أتاحتها تكنولوجيا الهاتف المحمول قد إنعكس بشكل كبير على توظيف التطبيقات وتعدد أشكالها وأهدافها وطرق استخدامها، وهذا ما دعى كثيراً من الهيئات والمؤسسات إلى التسابق فيما بينها باستثمار ما وفرته تلك التكنولوجيا على الهاتف، ذلك من خلال تقديم تطبيقات توفر للمتعاملين معها خدماتها بشكل سهل وبسيط، بغية توفير كثير من الجهد والمال والوقت في إنجاز معاملاتهم .

وتعد دولة الإمارات بصفة عامة ودبي بشكل خاص ، في هذا الشأن ، من الدول العربية السبّاقة في هذا الشأن، وكما أشارت نتائج الدراسة؛ فإن كثيراً من التطبيقات التي وفرتها الهيئات والمؤسسات في دبي قد أدت الدور الذي من أجله تم إنشاؤها، وحققت الهدف الذي سعت إليه، وهذا ما أكدته نتائج الدراسة الميدانية؛ حيث اتضح أن كثيراً من تلك التطبيقات قد ساهمت بشكل كبير في تحقيق المنفعة لمستخدميها، سواء الهيئات الخدمية أو الجهات الحكومية الاتحادية أو غيرها . وإذا كان تطبيق RTA قد حقق ترتيباً متقدماً في الاستخدام لعينة الدراسة؛ فإن هذا يؤكد أهمية حاجة الجمهور لهذا التطبيق، وبالتالي لا بد من إجراء دراسات أكثر عمقاً من قبل الهيئة لتطوير هذا التطبيق، وتوفير خدمات أخرى قد تؤدي، بل تساهم في الارتقاء بخدمات الهيئة وتحقيق أكبر قدر من الرضا للمتعاملين ، وينطبق الأمر نفسه هنا على الهيئات والمؤسسات الأخرى التي وظفت تطبيقات لخدمة المتعاملين، ولم تتركن إلى حاجة الجمهور إليها فقط، بل كان لا بد أن تضع في الاعتبار بصورة دائمة أن المنافسة في القطاعات كلها، وبخاصة في دبي، هي في صالح القادر على تطوير نفسه، ومسايرة التطور التكنولوجي لصالح مؤسسته وجمهوره، بما ينعكس على نجاحاته واستمراره في المنافسة . وفي الحقيقة؛ فإن الدولة، وإمارة دبي، تعمل بشكل دائم على تحفيز الهيئات والمؤسسات على التفوق والتميز، وليس النجاح فقط ، وهذا ما يبدو في تصريحات القيادة السياسية واهتمامها بتطوير مناحي العمل جميعها في الإمارة، وخلق أجواء تنافسية كبيرة، هدفها في المقام الأول هو مصلحة المواطن والمقيم على أرض الإمارات .

مراجع الدراسة

- 1- التقرير السنوي (2015) ، هيئة تنظيم الاتصالات ، الإمارات العربية المتحدة .
- 2-2-الموقع الإلكتروني لموسوعة الإمارات
- http:// www.uaepedia.ae/index.php/27 2017 / 12/
- 3-هيئة تنظيم الاتصالات(2015) ، استراتيجية الخطة الوطنية لتحقيق أهداف الحكومة الذكية ، دبي ، الهيئة ، ص 4
- 4-http://www..emaratalyout.com/local-section/other/(2013-09-1.)-
.2016
- 5- https://www.khaleejtimes.com/ c625foff-6b96-436c
- 6-https://www.tra.gov.ae/ar/media-hub/press-releases2016/7/31uae-ranks-8th-gloally-and-1st-regionally-in-uns-2016-e-smart.services-index-aspx
- 6- خيرت عياد (2017) العلاقة بين استخدام الهاتف المحمول كوسيلة اتصال والأداء الأكاديمي لطلبة الجامعات (الرياض، المجلة العربية للإعلام والاتصال ، العدد 18)
- 7- نجوى عبد السلام فهمي ، مها عبد المجيد صلاح (2017) استخدام الشباب العربي للمضمون الإخباري عبر المنصات الإلكترونية المحمولة ، دراسة ميدانية (الرياض ، المجلة العربية للإعلام والاتصال ، العدد 18 نوفمبر)
- 8- عبد الله العساف(2016) الإعلام الجديد وتشكيل الاتجاهات نحو قضايا الإرهاب ، (الرياض ،المجلة العربية للإعلام والاتصال . عدد 16)
- 9- Anwer S.AL-Zahrani(2015) “Smartphone Wandering At The Mall : A Case Study Investigating The Use Of Smartphone On English Oral Learning Skills In Collaborative MOBILE – Assisted Language ,Learning Environment , Northern Illinois University , Un published doctoral dissertation ,
- 10- Mircca Madianou (2014) “ Smartphones as Polymedia “ , Journal of Computer –Mediated Communication, no.19 pp667-680
- 11- Aly Dhmayan Alanazy (2014) “ The use of Smartphones as a resource for news among Saudi Arabian Students in United States “ , Unpublished Doctorate Dissertation , Indiana University of Pennsylvania , p 32
- 12- http://research.mens.yougov.com/en/news/201406/2014/18/mobile-beats-online-uaes-overall-/satisfacyion-gov)
- 13- P O Connor and. Etal, (2014) “ Interns and their smartphones :use for clinical practice “ Postgraduate Medical Journal no.33pp 75 – 84

- 14- Logan Molyneux (2014) “ Reporters Smartphone Use Improve Quality of Work “ News Paper Research Journal vol.35 , No.4 pp 84 – 97
- 15- Newman ,Nice & Levy A L David ,(2014) Reuters institute digital news report ، Tracking the future of news . Available online:
<http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Reuters%20Digital%20News%20Report%202014.pdf>
- 16- Salesforce (2015) , Mobile behavior Report : Combining mobile device tracking and consumer survey data to build a powerful mobile strategy , Salesforce marketing Cloud .Available online
[http://www.exacttarget.com/sites/exacttarget/files/deliverables/etmc-2014 mobile behavior.pdf](http://www.exacttarget.com/sites/exacttarget/files/deliverables/etmc-2014%20mobile%20behavior.pdf) Retrieved on :15th February
- 17- نورة حمدي محمد أبو سنة (2014)، استخدام الشباب السعودي للهواتف الذكية والإشباع المتحققة منها (المجلة المصرية لبحوث الإعلام العدد السابع والأربعون ، أبريل – يونية) ص ص 566- 619
- 18- ليلي بنت محمد الزامل (2014) ، انجاهات المرأة السعودية نحو التسوق عن طريق إعلانات الهاتف المحمول ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، قسم الإعلام ، كلية الآداب ، جامعة الملك سعود)
- 19- Smith Aron (2013) Smartphone Ownership ,Available at:
[http://www.pewinternet.org/ Reports /2013/Smartphone-Ownership-2013.aspx](http://www.pewinternet.org/Reports/2013/Smartphone-Ownership-2013.aspx) Sat. 14/9/2017 :20 : 29 pm
- 20- محمد رضا أحمد سليمان (2013) ، دوافع استخدام الجمهور للتطبيقات التكنولوجية للموبايل وعلاقتها بأنماط التواصل الاجتماعي ،(مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ، العدد ، 35 ، فبراير) ص ص 33- 75
- 21- وسام كمال محمود الحنبلي (2013) ، الاستخدامات الإعلامية للوسائط المحمولة في مصر ، دراسة حالة لتجربة المصري اليوم والأفلام المستقلة (مؤتمر إعلام الأزمات وأزمة الإعلام ، جامعة الأهرام الكندية 19 – 21 مارس)
- 22- Harland ,Lebo, (2013) World Internet Project – International report ,4th edition ,available at:
[http://www.digitalcenter.org/wpcontent/uploads/2013/01/2012wip_report_4th ed.pdf](http://www.digitalcenter.org/wpcontent/uploads/2013/01/2012wip_report_4th_ed.pdf).Retrieved on:15 /12/ 2017
- 23- Rachel Crowe & Catherine Middleton (2012) “ Women ,Smartphones and the Workplace Pragmatic Realities and Peromative Identities “Female Media Studies , Vol.12 ,No.4 p p 562-570

- 24- شذى بنت عبد الواحد الحميد (2012) ، استخدامات الهاتف الجوال كوسيلة اتصالية في المجتمع السعودي والإشباع المتحققة منه ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية : كلية الدعوة والإعلام)
- 26 - صفا محمود عثمان (2009) ، إدراك الجمهور والقائم بالاتصال للخدمة الإعلامية المقدمة عبر الهاتف المحمول (المجلة المصرية لبحوث الإعلام العدد 33 ، يناير) ص 187 – 238
- 27 - رجع الباحث في هذا الموضوع إلى المراجع التالية :
- Dany therrien (2012) ،le phénomène facebook usages et gratification : mémoires de maîtrise Faculté des arts ,université ottawa.canada. p p 24-30.
 - حسني محمد نصر(2015) ، نظريات الإعلام ، (الإمارات : دار الكتاب الجامعي)
 - حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد (2006) ، الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية)
 - عاطف عدلي العبد ، نهى عاطف العبد (2008) ، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية (القاهرة : دار الإيمان للطباعة)
 - محمد عبد الحميد (1998) نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، (القاهرة : عالم الكتب)