

” أنماط التفاعلية لمستخدمي الهواتف الذكية : دراسة كيفية ”

إعداد

شيماء محمد حامد على
معيدة بقسم الاجتماع – شعبة الإعلام

إشراف

د/ أمنية السيد على نور الدين

مدرس الإعلام معهد الدراسات والبحوث البيئية

جامعة عين شمس

أ.د/ وائل إسماعيل عبد البارى

أستاذ الإعلام بكلية البنات

جامعة عين شمس

مُقَدِّمة :

يشهد العالم ثورة جديدة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال الإنساني جعلت من العالم قرية كونية، فمع تطور الحاسبات، وشبكات الهواتف الذكية، وشبكات المعلومات، واستخدام تكنولوجيا البث الفضائي، وظهور تكنولوجيا الوسائط المتعددة، وتكنولوجيا الاتصال التفاعلي بتطبيقاتها المختلفة ظهرت وسائل اتصالية حديثة وعالمية وذلك لما تمتلكه هذه الوسائل من إمكانيات وقدرات وخصائص تكنولوجية تفنقدها الوسائل الاتصالية التقليدية، ولعل أهم هذه الخصائص التي تتميز بها هذه الوسائل الاتصالية الحديثة - وفي مقدمتها الوسائل الرقمية هي امتلاكها لأدوات التفاعل بين المرسل والمستقبل، وقدرتها على النقل الحى السريع للمعلومات، واستخدامها للوسائط المتعددة، والجمع بين وسائل الاتصال الشخصي والجماهيري، والكونية والتزامنية . وهذه الثورة الجديدة في تكنولوجيا المعلومات التي نعيشها الآن تتمثل في المزج بين أكثر من وسيلة اتصالية أو المزج بين وسائل الاتصال وتقنيات المعلومات فيما يعرف بتكنولوجيا الاتصال التفاعلي أو الاتصال متعدد الوسائط Multi Media، ولقد ارتبط مفهوم الاتصال التفاعلي ارتباطاً وثيقاً بتطور استخدام الأفراد والجماعات لتكنولوجيا الاتصال الحديثة .

قد أصبحت هذه الوسائل إحدى سمات المجتمعات الحديثة حيث إنها مرتبطة بها ارتباطاً وثيقاً، وأصبحت البيانات الإحصائية وحقائق الأرقام الخاصة بالدول تقيس مؤشرات توفر واستخدام وسائل الاتصال الحديثة مثل عدد المشتركين في خدمة الإنترنت وعدد مستخدمي الهواتف النقالة، وعدد المواقع المؤسسية والتجارية والأهلية والشخصية وغيرها من الإحصاءات المرتبطة بمدى توفر هذه الوسائل لاستخدام الأفراد والمؤسسات .

فقد أتاحت وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة للأفراد إمكانية التواصل الاجتماعي والثقافي بواسطة الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية ومجموعات الدردشة، والمراسلات الفورية، وأخذ الروتين اليومي للشخص في هذا العالم الافتراضي ومواقع الشبكات الاجتماعية هي عالم في حد ذاتها، وكأنها العالم الواقعي . وهناك استخدام متواصل من الهواتف النقالة وشبكة الانترنت للاتصالات، لتسهيل عملية التواصل، وهناك وسائل مثل رسائل البريد الإلكتروني وعقد المؤتمرات، ومؤتمرات الفيديو، ومواقع الشبكات، وما إلى ذلك من وسائل الاتصال الحديثة .

وقد أدت ثورة الاتصالات والمعلومات وما ارتبط بها إلى حدوث تغيرات طرأت على الحياة الاجتماعية للأفراد من حيث تغيرات في أنماط الاتصال وتبادل المعلومات عبر تطبيقات الإعلام الجديد، وتغيرات في طبيعة الخصائص والأبعاد الاتصالية التي يمارسها أطراف الاتصال في الإعلام الجديد، وتغير في طبيعة ومدى التأثيرات الاتصالية الناجمة عن استخدام أدوات الإعلام الجديد، ولذلك تأتي هذه الدراسة للتعرف على أنماط التفاعلية على وسائل الاتصال الحديثة وبشكل خاص الهواتف الذكية، وطبيعة السياقات الاجتماعية - النشاط والمكان والتوقيت - لاستخدام الهواتف الذكية .

أولاً : مشكلة الدراسة :

في ظل التطورات الراهنة التي أتاحت ترابط شبكات الاتصال والمعلومات أصبحت قضية استخدامات الشباب للهواتف الذكية ومدى اعتمادهم عليها قضية هامة تتسم بالخصوصية . وفي ضوء الزيادة المستمرة والسريعة في معدلات استخدام الهواتف الذكية وخاصة بين الشباب، ومع وجود مجموعة من الخصائص والإمكانيات التي تميز تكنولوجيا الهواتف النقالة كوسيلة اتصال وتواصل وعلى رأسها التفاعلية والتي جعلت للمستخدم دوراً نشطاً وفعالاً في العملية الاتصالية حيث مكنت من وجود اتصال متعدد الاتجاهات بين المستخدمين وبعضهم البعض، كما أتاحت التفاعلية للمستخدم مجموعة من الآليات التي تحقق التواصل والتفاعل الكامل، فالتفاعلية خاصية مميزة للوسيلة ولكنها لا تؤدي أثرها إلا باستخدامها من قبل المستخدمين .

من هنا نتحدد مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على أنماط التفاعلية التي يقوم بها الشباب المصري على الهواتف الذكية، ومعرفة أهمية وأنماط ومجالات التعرض للتكنولوجيا

النقالة، وطبيعة السياقات الاجتماعية - النشاط والمكان والتوقيت - لاستخدام الهواتف الذكية، ومعرفة معدلات استخدام الشباب المصرى للأدوات والتطبيقات التفاعلية التى تتيحها هذه الوسائل التقنية الحديثة .

ثانياً : أهداف الدراسة :

- تسعى الدراسة إلى تحقيق عددًا من الأهداف يمكن إجمالها على النحو التالي :
- (١) معرفة أنماط التفاعلية التى يقوم بها الشباب المصرى على الهواتف الذكية .
 - (٢) محاولة للتعرف على أهمية وأنماط ومجالات التعرض للتكنولوجيا النقالة .
 - (٣) معرفة طبيعة السياقات الاجتماعية - النشاط والمكان والتوقيت - لاستخدام الهواتف الذكية .
 - (٤) التعرف على ترتيب وتفضيلات المستخدمين لوسائل الاتصالية الحديثة ومدى اعتمادهم على الهواتف الذكية فى الحياة اليومية .

ثالثاً : أهمية الدراسة :

- إن أهمية دراسة الهواتف الذكية فى إطار تفاعلية المستخدمين على هذه الأجهزة التكنولوجية الحديثة، تنبع من أمرين هما :
- (١) أهمية نظرية تتمثل فى النقاط التالية :
- ❖ تزايد إقبال الشباب على استخدام الهواتف الذكية فى ظل مجموعة من الخصائص والسمات التى تتميز بها الهواتف الذكية وفى مقدمتها التفاعلية .
 - ❖ معرفة أنماط التفاعلية على وسائل الاتصال الحديثة وبشكل خاص الهواتف الذكية .
 - ❖ تعد الدراسة محاولة للتعرف على أهمية وأنماط ومجالات التعرض للتكنولوجيا النقالة .
 - ❖ أهمية تناول أبعاد جديدة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة كالتفاعلية من خلال الهواتف الذكية ودراسة جمهور المستخدمين لها كالشباب المصرى ومجالات استخدامه وأثاره على وعي الجمهور ومصادر معلوماته .
 - ❖ تعد الدراسة محاولة للكشف عن أهمية نمط من أنماط تكنولوجيا الاتصال الحديثة وهو " التفاعلية " التى تحدث بين الشباب وذلك بالتطبيق على التكنولوجيا النقالة من خلال الهواتف الذكية .

(٢) أما عن الأهمية التطبيقية للدراسة فهى تتمثل فى :

- الكشف عن طبيعة وحجم التفاعلية المتاحة عبر الهواتف الذكية من جانب جمهور المستخدمين، وإلى أى مدى تلعب هذه التفاعلية دور فى التأثير على اتجاهات واستخدامات الأفراد للتكنولوجيا النقالة .

رابعاً : التراث البحثى :

تزخر الأدبيات الإعلامية بالعديد من الدراسات التى تناولت التفاعلية والاستخدامات العديدة للشباب لوسائل الاتصال الحديثة وأدوات التفاعل فيها، ولذا قسمت الباحثة الدراسات السابقة إلى محورين وهما :

محاور الدراسة :

المحور الأول : دراسات تناولت التفاعلية فى الاتصال :

- (أ) دراسات تناولت التفاعلية فى الوسيلة :

دراسة (Ben Haobin Ye, et.al) بعنوان (Website interactivity and moderating role of social media on the brand development of online travel agencies in China : The moderating role of social media on the brand development of online travel agencies in China : The moderating role of social media on the brand development of online travel agencies in China) التي أظهرت نتائجها أن التفاعلية عبر الإنترنت تؤثر بشكل كبير على السعر والنوايا الشرائية من خلال تجربة العلامة التجارية (Ben Haobin Ye, et.al , 2017) . أما عن دراسة (Janice Penni) بعنوان (The future of online social networks (OSN) : A measurement analysis using social media tools and application) فقد توصلت نتائجها إلى وجود مؤشرات قوية تشكل الصلات بين المستخدمين مثل (الجنس ، النوع ، كيفية الوصول للإنترنت)، وجاءت النتائج الخاصة بطبيعة الأنشطة التي يقوم بها المستخدمين هي نشر محتويات الفيديو على الشبكات الاجتماعية، استخدام المحتوى الإعلامي يعزز أنماط الاستخدام الاجتماعي بين المستخدمين المتصلين (Janice Penni , 2017) . في حين نجد دراسة (Chu-Bing Zhang, et.al) بعنوان (How WeChat can retain users : Roles of network externalities, social interaction ties, and perceived values in building continuance intention) التي أوضحت نتائجها أن روابط التفاعل الاجتماعي تتوسط تأثير الآثار الخارجية للشبكات الاجتماعية (Chu-Bing Zhang, et.al , 2017) . وتأتي دراسة (آية أحمد محمد عبد الجواد) بعنوان (الاتصال التفاعلي في المؤسسات الحكومية في مصر من خلال شبكة الإنترنت : دراسة حالة علي موقع الحكومة الإلكترونية المصرية) لتؤكد نتائجها على أن هناك علاقة ارتباطية بين درجة التقنية الاتصالية والمعلوماتية المتاحة علي موقع بوابة الحكومة المصرية وبين درجة تفاعل الجمهور عبر هذا الموقع، وأن كافة عناصر الاتصال التفاعلي، وتؤثر علي درجة رضا الجمهور عن الموقع، وارتبطت سهولة الاستخدام برضا المستخدم ومدى تلبية الموقع لاحتياجات المستخدمين (آية أحمد محمد عبد الجواد ، ٢٠١٧) . بينما خلصت دراسة (حاتم علي حيدر مقبل) بعنوان (استخدام تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة في المنظمات العاملة في اليمن) إلى أن مؤشرات الاتصال الحواري ظهرت بدرجة متوسطة وهي (توفير معلومات والحلقات الحوارية) بينما ظهرت مؤشرات (سهولة الاستخدام والحفاظ علي الزوار ومعاودة الاتصال) بدرجات منخفضة (حاتم علي حيدر مقبل ، ٢٠١٥) . في حين كانت أهم نتائج دراسة (حنان صلاح عبد العليم جوهر) بعنوان (التفاعلية في برامج الرأي بالقنوات الفضائية المصرية وعلاقتها بأداء القائم بالاتصال من وجهة نظر النخبة : دراسة تطبيقية) أن هناك اختلاف بين البرامج (عينة الدراسة) فيما يخص الإمكانات التفاعلية التي تم الإعلان عنها حيث كان الإعلان عن البريد الإلكتروني الخاص بالقائم بالاتصال في برنامج مصر النهارده بنسبة أكبر من برنامج العاشرة مساءً، وأن هناك اختلاف كبير بين البرامج (عينة الدراسة) فيما يخص الإمكانات التفاعلية المستخدمة فعلياً حيث أهتم برنامج مصر النهارده بعرض الرسائل الإلكترونية القصيرة، وأن كلاً من البرنامجين فيما يتعلق بإنهاء العملية التفاعلية والسيطرة عليها بنسبة كبيرة من قبل القائم بالاتصال يليها من قبل المتفاعل ثم الإنهاء المفاجئ (حنان صلاح عبد العليم جوهر ، ٢٠١٢) . أما عن دراسة (ياسمين محمد إبراهيم السيد) بعنوان (الاتصال التفاعلي من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها برأس المال الاجتماعي) فقد أشارت نتائجها إلى أنه عندما يتم عرض مواقع الشبكات الاجتماعية علي أنها مجال للمشاركة الاجتماعية يمكن للمرء أن يري أن الفردية يتم إعاقته عن طريق المشاركات والتفاعلات عبر الشبكات الاجتماعية علي الإنترنت من خلال جسور الاتصال المختلفة (ياسمين محمد إبراهيم السيد ، ٢٠١١) . بينما توصلت نتائج دراسة (عبيد محمد حمدي) بعنوان (تأثير طرق العرض في إدراك وتذكر المضمون الإخباري : دراسة تجريبية مقارنة بين التلفزيون والوسائط المتعددة عبر الإنترنت) إلى وجود انخفاض ملحوظ في نسبة التعرض للتلفزيون، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء انتشار شبكة الإنترنت، والإتاحية الزائدة في تصفحها في كل مكان، مع يسر حمل جهاز الكمبيوتر من خلال الكمبيوتر المحمول laptop

والتليفون المحمول المزود بخدمة الإنترنت، وارتفاع نسبة الوقت المستغرق في استخدام شبكة الإنترنت ذات الوسائط التفاعلية المتعددة كمصدر رئيسي لإستقاء الأخبار والمعلومات عن الأحداث الجارية المحلية والعالمية خاصة بين فئة الشباب أكثر من كبار السن، وتساعد الوسائط المتعددة في زيادة معدلات الإدراك ومن ثم التذكر للمعلومات الواردة (عبير محمد حمدى ، ٢٠١١) ^(viii). في حين أظهرت نتائج دراسة (**Liang Zeng, Gavriel Salvendy, Min Zhang**) بعنوان (**Factor structure of web site creativity**) أن إبداع موقع الويب يشتمل على سبعة أبعاد رئيسية وهى : تأثير الموقع ، التفاعلية ، الأهمية ، الجودة والمرونة ، البساطة ، الشخصنة ، الجمال ، والزيادة في هذه الأبعاد يمكن أن تعزز بشكل كبير من مستوى إبداع الموقع ، ويؤثر إبداع الموقع على رضا المستخدم عن الموقع ، وقيامه بزيارة الموقع مرة أخرى واتجاهه للشراء عبر الموقع ، فالإبداع في تصميم الموقع يؤثر بشكل إيجابي على سلوك المستخدم واتجاهه نحو الموقع (**Liang Zeng, Gavriel Salvendy, Min Zhang** , 2009) ^(ix). وقد توصلت دراسة (**حلمى محمود محمد**) بعنوان (**قياس تفاعلية المواقع التلفزيونية الإخبارية على الإنترنت ... بالتطبيق على موقعى الجزيرة و CNN**) إلى أن معظم المواقع التلفزيونية تستخدم البريد الإلكتروني في تقديم معلوماتها وعناوين أخبارها، وما يطرأ على الموقع من تغيير في الخدمات الإخبارية، وذلك من خلال قاعدة بيانات يتم فيها تشغيل عناوين البريد الإلكتروني وإرسال ما يستجد على الموقع لكل المستخدمين مرة واحدة وفقاً للمعلومات التى يحددها المستخدم في استمارة رغباته (**حلمى محمود محمد** ، ٢٠٠٨) ^(x). أما عن دراسة (**عبد الجواد سعيد محمد**) بعنوان (**المدونات كأداة اتصال تفاعلى في المشاركة السياسية " دراسة تحليلية لأطروحات خطاب التعديلات الدستورية في مصر**) فقد أشارت نتائجها إلى وجود مدونات تستخدم كأداة للإحتجاج على السياسات الحكومية، أو كعامل مساعد في تنظيم تلك الفاعليات والتأثير على تشكيل وتعبئة الرأي العام (**عبد الجواد سعيد محمد** ، ٢٠٠٨) ^(xi). وتأتي دراسة (**Anthony Tyrone Payne**) بعنوان (**Management and Media Choice**) لتؤكد نتائجها على أن المديرين يستخدمون الوسائل الثرية في الاتصال بموظفيهم بنسبة ٦٢.٥%، وأكدت أيضاً على تفضيلهم للاتصال الشخصى في المواقف التى تتطلب قدر كبير من التركيز الشخصى (**Anthony Tyrone Payne** , 2008) ^(xii). وقد خلصت دراسة (**Indeok Song**) بعنوان (**Interactivity And Political Attitude formation : The Elaboration Like Lihood Model of Interactive media**) إلى أن هناك مجموعة من العوامل التى أثرت على فاعلية شبكة الإنترنت في تشكيل الاتجاهات السياسية للمبوهوثين، وتمثل أهمها في مستوى التفاعلية التى تتيحها مواقع وتطبيقات شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى واقعية مضمون الموقع، وكثافة الاستخدام، والإتجاه نحو مصدر المعلومات المتاحة به (**Indeok Song** , 2008) ^(xiii). في حين أظهرت نتائج دراسة (**مها عبد المجيد صلاح**) بعنوان (**المتغيرات المؤثرة على التفاعلية فى النشر الصحفى على شبكة الإنترنت : دراسة تحليلية وشبه تجريبية**) أن توظيف آليات التفاعلية في المواقع الإعلامية (محل الدراسة) كان نتيجة إدراك الممارسين فيها لأهمية توظيف آليات التفاعلية، إلا إنه ما تزال توجد مشكلة تواجه الإستفاده من تلك الآليات في المواقع الإعلامية، وأنه لا توجد فروق معنوية بين مستويات التفاعلية الموضوعية في المواقع الإعلامية (محل الدراسة) ومتغيرات الدراسة ممثلة في مستويات التفاعلية المدركة في تلك المواقع ، ومستويات شعور المبهوهوثين بالاندماج في الاتصال أثناء استخدامها، واتجاهاتهم نحوها (**مها عبد المجيد صلاح** ، ٢٠٠٧) ^(xiv). بينما كانت أهم نتائج دراسة (**Tanja Oblak**) بعنوان (**Lack Of Interactivity and Hypertextuality IN Online Media**) أن ٣٨% من الصفحات الرئيسية لمواقع الصحف الإلكترونية تقدم روابط لبعض الوسائل الأخرى، و ٢٥% تقدم روابط موجودة في الطباعات الورقية، و ١٣% تقدم روابط لبعض المؤسسات الأخرى سواء حكومية أو حزبية، أما بالنسبة للمواقع الإخبارية فنسبة ٦٧% منها تقدم روابط لوسائل إعلام أخرى، وأن التفاعلية

تمثلت في عناوين البريد الإلكتروني الخاص بالمحررين وكذلك معلومات عامة عن المحررين وهي توجد بصورة أكبر في المواقع الإخبارية بالمقارنة بالنسخ الإلكترونية للصحف المطبوعة، وكذلك لوحات إخبارية وغرف للدردشة ومنتديات للمناقشة واستطلاعات للرأي، وهي تتواجد بصورة أكبر في مواقع الصحف الإلكترونية (Tanja Oblak , 2005) (xv). أما عن دراسة (عبد الرحمن الشامي) بعنوان (دور شبكة الإنترنت في تحقيق ديموقراطية الاتصال وتفاعلية : دراسة تحليلية لعينة من المنتديات العربية) فقد أوضحت نتائجها أن الموضوعات والقضايا السياسية تمثل أكثر الموضوعات التي تم التهاور بشأنها في المنتديات العربية، يليها مباشرة الموضوعات والقضايا الإسلامية، كما جاءت الموضوعات والقضايا التي قام بطرحها أعضاء هذه المنتديات في الترتيب الأول، ويلى ذلك مباشرة ما قام بطرحه القارئون على المنتدى، وأن المنتديات العربية تحقق درجة كبيرة من الاتصال والتفاعل بين المشاركين فيها، وإن كان ذلك لا ينفى وجود خروج في بعض الأحيان على أخلاقيات الحوار بين هؤلاء المشاركين (عبد الرحمن الشامي ، ٢٠٠٥) (xvi). وأخيراً هناك دراسة (نجوى عبد السلام فهمي) بعنوان (التفاعلية في المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت : دراسة تحليلية) التي خلصت إلى أن مستوى التفاعلية بين القارئ ونص المادة الخيرية كان في أدنى مستوياته تماماً في العديد من المواقع الإخبارية العربية بسبب لجوئها إلى إعادة نشر نفس النسخة المطبوعة من الجريدة الورقية (نجوى عبد السلام فهمي ، ٢٠٠١) (xvii).

(ب) دراسات تناولت التفاعلية من جانب جمهور المستخدمين :

دراسة (Eun Hwa Jung, et.al) بعنوان (Social networking in the aging context: Why older adults use or avoid Facebook التي أظهرت نتائجها أن هناك ستة أسباب رئيسية لاستخدام الفيسبوك وهي (البقاء علي اتصال ، تبادل الصور ، المراقبة الاجتماعية ، الاستجابة لطلبات أفراد الأسرة ، الاتصالات المريحة ، الفضول)، وستة أسباب لعدم استخدام الفيسبوك وهي (الخصوصية ، الحاجة إلي ثراء وسائل الإعلام ، تفضيل الألفة ، التفاهة من الاتصالات ، التزام الوقت ، الإحباط من أدوات الموقع) (Eun Hwa Jung , 2017) (et.al , 2017) (xviii). أما عن دراسة (Margherita Pagania, Giovanni Malacarne) بعنوان (Malacarne Behavioral Engagement and Active vs. Passive Moderating Role of Privacy Behavior in Mobile Location-based Social Networks : The Moderating Role of Privacy) فقد توصلت نتائجها إلى أن المشاركة الاجتماعية التفاعلية تظهر تأثير كبير علي الاستخدام السلبي، وأن الشبكات الاجتماعية القائمة علي مواقع التواصل الاجتماعي هي أقل نفعية مقارنة بغيرها من سياقات الحوسبة المتنقلة (Margherita Pagania, Giovanni Malacarne , 2017) (xix). في حين نجد دراسة (Joe Phuaa,) بعنوان (Seunga Venus Jin, Jihoon (Jay) Kim Facebook, Twitter, Instagram, or Snapchat to follow brands : The moderating effect of social comparison, trust, tie strength, and network homophily on brand identification, brand engagement, brand commitment, and membership intention) التي أوضحت نتائجها أن السناوبات الأداة التي سجلت أعلى نسبة في مرور الوقت، وتحسين المعرفة الاجتماعية، في حين سجل انستجرام علي في أظهر المودة، وأن المقارنة الاجتماعية والثقة وقوة التعادل وشبكة الاتصالات من أهم العوامل التي أثرت علي كثافة الاستخدام لمواقع الشبكات الاجتماعية (Joe Phuaa, Seunga Venus Jin, Jihoon (Jay) Kim , 2017) (xx). وتأتي دراسة (محمد أحمد محمد) بعنوان (الاتصال التفاعلي لدى مستخدمي صفحات القنوات الإخبارية بمواقع الشبكات الاجتماعية والإشباع المتحققة) لتؤكد نتائجها على أن نسبة التفاعلية مع

القضايا التي تناولتها الدراسة (القضايا الإخبارية) بصفحة القناة France 24 عربي مرتفعة عن صفحة قناة BBC عربي حيث أولاً عدد تسجيلات الإعجاب : جاء في الترتيب الأول من حيث أشكال الاتصال التفاعلي الخاصة بعدد تسجيلات الإعجاب في بصفحة القناة France 24 عربي (سياسي) بنسبة مئوية بلغت ٥٨.٣٣%، وأن نسبة التفاعل مرتفعة مع المضامين الإعلامية بصفحة قناة BBC عربي عن صفحة قناة France 24 عربي، حيث جاء في الترتيب الأول من حيث أشكال الاتصال التفاعلي التي تستخدمها عند تعرضك بصفحة القناة BBC عبر مواقع الشبكات الاجتماعية (التصويت على استطلاعات الرأي الإخبارية بالصفحات Vote) بنسبة مئوية بلغت ٢٨.٣٩%، في حين جاء في الترتيب الثاني (مشاركة Shaer المحتوى الإخباري) بنسبة مئوية بلغت ٢٧.٧٧% (محمود محمد أحمد محمد، ٢٠١٧) ^(xxi). بينما خلصت دراسة (منار منير محمود) بعنوان (التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية العربية والأجنبية ومدى إدراك الجمهور المصري لها) إلى أن مستوى توظيف آليات التفاعلية في مواقع الصحف الأجنبية مرتفع عن مواقع الصحف العربية، فقد حصلت مواقع الصحف الأجنبية على مستوى مرتفع في توظيف آليات التفاعلية بنسبة ٦٨.٩% في مقياس التفاعلية الوظيفية للدراسة، بينما وقعت مواقع الصحف العربية في المستوى المتوسط بنسبة ٤٩%، أما عن تفضيلات الباحثين لمواقع الصحف الإلكترونية المصرية والعربية، فجاء في مقدمتها موقع صحيفة اليوم السابع بنسبة ٧٠% لفوريته في نشر الأخبار، ثم موقع "المصري اليوم" بنسبة ٥٧.٩% وذلك يرجع لشهرة هذه المواقع فهي من الصحف الخاصة الأكثر انتشاراً في مصر (منار منير محمود، ٢٠١٥) ^(xxii).

في حين كانت أهم نتائج دراسة (أسماء مسعد محمد عبد المجيد) بعنوان (الاتصال التفاعلي لدي مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية) أنه فيما يخص حركة "تمرد" في مصر والحراك الجنوبي اليمني السلمي في اليمن، وبناء على دراسة تجريبية استخدمت أسلوب القياس القبلي والبعدي للمبجوثين من عينه الدراسة، وأبرز ما قدمته الباحثة الاختلافات بين البيئة الاتصالية المصرية واليمنية واختلاف علاقة الأفراد من حيث النوع الاجتماعي بالوسيلة ذاتها (أسماء مسعد محمد عبد المجيد، ٢٠١٥) ^(xxiii). أما عن دراسة (رضا ابراهيم محمد) بعنوان (التأثير الاجتماعي لوسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي) فقد أشارت نتائجها إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر شيوعاً لدى الشباب الجامعي الفيسبوك ويوتيوب ثم تويتر، وأن جميع المشاركين يستخدمون الفيسبوك مرة واحدة على الأقل في الأسبوع، والأنشطة الثلاثة الأكثر شيوعاً في وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك بين المشاركين في هذه الدراسة استعراض ومشاهدة الصور، والتواصل مع الآخرين من خلال الرسائل الخاصة أو الدردشة، والتحري لمعرفة ماهية الشخص الذي يتواصل معهم وأن الأنشطة الثلاثة الأقل شيوعاً في الفيسبوك وضع علامات ونشر الفيديو، وإنشاء ونشر الأحداث السياسية/الاجتماعية، واللعب واتفق غالبية المشاركين أنهم استخدموا وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك كأداة للتعرف على أشخاص جدد واستكشاف علاقات جديدة، وأن وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك أصبحت جزءاً مما يقرب من ٧٥% من الحياة اليومية للمشاركين، واعترف ٨٤.٢% من المشاركين أن وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك جزءاً من نشاطهم اليومي، وشعر أكثر من نصف المشاركين بالضيق عندما لم يدخل إلى الفيسبوك لفترة من الوقت، وأن ما يقرب من ٨٠% من المشاركين يشعرون بالفخر في إخبار الآخرين أن لهم حساب في الفيسبوك أو أحد وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى، وأن ما يقرب من ٨٠% من المشاركين سيحزن إذا تم إغلاق وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك؛ ومع ذلك، رأى أقل من نصف المشاركين أنهم جزء من مجتمع الفيسبوك، وأن أكثر من ثلث المشاركين كان لديهم أكثر من (٤٠٠) صديق على الفيسبوك، بالإضافة إلى ذلك كان أكثر من ٦٨% من المشاركين أكثر شعوراً بالارتياح عند التواصل من خلال وسائل التواصل الاجتماعي بدلاً من الأماكن وجهاً لوجه، وما يقارب ٧٥% من المشاركين يشعرون بالأمان (رضا ابراهيم محمد، ٢٠١٥) ^(xxiv). بينما توصلت نتائج دراسة (مروة وائل عمر عبد السميع غالي) بعنوان (تأثير الاتصال التفاعلي للبرامج

الاجتماعية لمحطات راديو الانترنت على معالجة القضايا الاجتماعية للشباب المصري : دراسة تطبيقية إلى ارتفاع نسبة التفاعلية لمشاركة الضيوف ومقدم البرنامج مع مشاركة الجمهور نتيجة لإدراك الضيوف سمات الوسيلة الجديدة بوصفه وسيلة إعلامية فيبغى الاستعداد الكامل للضيوف والمشاركة والرد علي الجمهور والتحاور معه، وارتفاع معدلات متابعة المبحوثين للمحطات الاذاعية التي تبث عبر الانترنت لكونه وسيلة تفاعلية ثنائية الاتجاه وتوفر رجع الصدي الفوري والآنى وفتح مجال للحوار وحرية الرأي بعكس الوسائل التقليدية للإعلام (مروة وائل عمر عبد السميع غالي ، ٢٠١٣) ^(xxv) . في حين أظهرت نتائج دراسة (سهير صالح إبراهيم) بعنوان **(استخدام مواقع الإنترنت التفاعلية وعلاقته بدعم ثقافة الحوار لدى الشباب المصري)** أن نسبة مستخدمى الإنترنت وأدوات التفاعلية والمواقع الإلكترونية مرتفعة في تزايد مستمر لدى الشباب (عينة الدراسة)، حيث جاءت معدلات استخدامهم تتراوح بين المتوسطة والمرتفعة، وأنه قد أصبحت المواقع والأدوات التفاعلية وسيلة هامة للتواصل بين الشباب، وأنه يوجد علاقة ارتباطية دالة بين معدلات الاستخدام العام للإنترنت وإدراك الشباب لتفاعلية المواقع الإلكترونية بالنسبة للمتغيرات الثلاثة للتفاعل (السيطرة ، الاستجابة ، التأثير)، وأنه يوجد فروق دالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية للشباب في تأثيرات التفاعلية، حيث سجلت المجموعات الأصغر سناً تأثيراً أكبر من المجموعات الأكبر سناً، وأيضاً فروق بالنسبة للمستويات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية (سهير صالح إبراهيم ، ٢٠١٠) ^(xxvi) . وقد توصلت دراسة

The effects of interactive (Deborah S. Chung, Seungahn Nah) news presentation on perceived user satisfaction of online community

(newspapers) إلى أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدام الأساليب التفاعلية وبين إدراك الرضا، وأن المميزات التفاعلية مثل تقديم المحتوى وإرسال رسالة إلى المحرر والروابط المتصلة بالبريد الإلكتروني هي مؤشرات إيجابية لإدراك الرضا تجاه مواقع الأخبار الجماهيرية، وأن كثرة استخدام المميزات التفاعلية يؤدي إلى زيادة مستويات الرضا المدركة حيث تسمح للأفراد بالتعبير عن الآراء الشخصية بالإضافة إلى إمكانية التواصل مع العاملين في غرفة الأخبار والتواصل أيضاً مع مستخدمين آخرين لتلك المواقع (Deborah S. Chung, Seungahn Nah , 2009) ^(xxvii) . أما عن دراسة (سماح عبد الرازق الشهاوى) بعنوان **(علاقة التفاعلية باستخدام الشباب للمواقع الموجهة لهم على شبكة الإنترنت : دراسة ميدانية على الجمهور والقائم بالاتصال)** فقد أظهرت نتائجها أن معظم المواقع تقع في نطاق مستوى التفاعلية، وأن موقع واحد سجل مستوى تفاعلية مرتفع، وحرصت المواقع على توظيف تقنيات الوسائط المتعددة وتنوع المحتوى، والتعرف على آرائهم وردود أفعالهم وتحقيق المصادقية وزيادة التواصل، وجاءت أهم إيجابيات المواقع الموجهة للشباب أنها تراعى التنوع والتركيز على اهتماماتهم والتعبير عن قضاياهم، وأهم سلبياتها تمثلت في قلة عدد المواقع المخصصة لهم وغلبة المضامين الترفيحية على حساب المضامين الجادة (سماح عبد الرازق الشهاوى ، ٢٠٠٩) ^(xxviii) . وقد خلصت دراسة (Su-Houn Liu, Hsiu-Li Liao, Jean A Pratt) بعنوان

Impact of media richness and flow on e-learning technology)

(acceptance) إلى أن تأثير ثراء الوسيلة على استخدام تكنولوجيا التعليم الإلكتروني وأيضاً تأثير درجة التركيز على استخدام هذه الوسائل، وأن تأثير درجة التركيز على استمرار المستخدم في التعامل مع التعليم الإلكتروني يزيد كلما ارتفعت درجة ثراء الوسيلة حيث ترتبت الوسائل من حيث درجة الثراء كالتالى : (نص وصوت) ، (صوت وفيديو) ، (نص وصوت وفيديو)، أى أن المواد التى تستخدم وسائل ثرية تعزز من قبول المستخدم ودرجة تركيزه (Su-Houn Liu, Hsin Hsin Chang &) ^(xxix) . وتأتي دراسة (Hsiu-Li Liao, Jean A Pratt , 2009)

(I. Chen Wang) بعنوان (An investigation of user communication behavior in computer mediated environments) لتؤكد نتائجها على أن اتجاهات وسلوك المستخدمين تتأثر بشكل مباشر بدوافعهم الداخلية والخارجية، وفي الوقت نفسه تتأثر

بشكل غير مباشر بالتفاعلية عبر سهولة الاستخدام المدركة، والأهميّة المدركة، فالتفاعلية تعدّ عنصراً مهماً في تطبيقات تكنولوجيا المعلومات عبر الإنترنت لقدرتها على جذب انتباه واهتمام المستخدمين، وأكد الباحثان على أهمية وجود توافق بين مستوى التفاعلية ومستوى مهارات المستخدمين (Hsin Hsin Chang & I. Chen Wang , 2008) ^(xxx). في حين أوضحت نتائج دراسة (Manal Boushra) بعنوان (**Influence of web site feature – Based Interactivity on users Attitudes And Online Behavior**) أنه كلما ارتفع مستوى الخصائص التفاعلية لمواقع الإنترنت، كلما زادت قوة اتجاه المستخدم الإيجابي نحو هذه المواقع، وارتفع مستوى إدراك المستخدمين لمستوى تفاعلية هذه المواقع، كما أشارت الدراسة في نتائجها إلى أن ارتفاع مستوى التفاعلية أدى إلى اتجاهات وسلوكيات إيجابية على شبكة الإنترنت (Manal Boushra , 2008) ^(xxxi). بينما كانت أهم نتائج دراسة (John C. Tedesco) بعنوان (**Examining Internet Interactivity Effects on Young Adult Political Information Efficacy**) أن هناك دور كبير للتفاعلية في زيادة إدراك الشباب الأمريكي لأهمية رأيه في العملية السياسية، وأنه كلما زادت فرص التفاعلية في المواقع السياسية كلما زادت فاعلية المعلومات السياسية، وقد تمثلت أشكال التفاعلية في المواقع السياسية في التفاعل بين المواقع السياسية بين المستخدم والمحتوى والتفاعل بين المستخدم والنظام بالإضافة للتفاعل بين المستخدم ومستخدم آخر (John C. Tedesco , 2007) ^(xxxii). أما عن دراسة (Mark Tremayne) بعنوان (**Lessons Learned from Experiments with Interactivity on the web**) فقد أوضحت نتائجها أن بناء الوسيلة هو العامل المؤثر في التفاعلية، ويقسم الباحث أبعاد التفاعلية إلى: الاختيارات المتاحة أمام المستخدم (اختيار اللون، اللغة، استخدام الوصلات الفائقة، سرعة التحميل) (Mark Tremayne , 2005) ^(xxxiii). وقد أشارت نتائج دراسة (Alberto Beuchot, Mark Bullen) بعنوان (**Interaction and Interpersonality in online Discussion forums**) إلى أنه كلما اتسع نطاق إفصاح المشاركين في هذه المنتديات عن هويتهم الحقيقية، كلما زاد حجم التفاعل بينهم وأصبح الحوار بينهم أكثر عمقاً (Alberto Beuchot, Mark Bullen , 2005) ^(xxxiv). وأخيراً هناك دراسة (Dongyoung Sohn, Byung-Kwan Lee) بعنوان (**Dimensions of interactivity : Differential effects of social psychological factors**) التي خلصت إلى أن هناك عوامل تؤثر على التفاعلية هي: عوامل نفسية والتي تشمل احتياج الفرد للمعرفة كعامل هام في مدركاتهم عن التفاعلية، لأن الصفات والخصائص الشخصية للفرد يمكن أن تؤثر على استخداماتهم وتبنيهم للوسيلة، فالإنترنت ينظم المعلومات بطرق محددة تتطلب أن يكون لدى المستخدم تآلف مع المعلومات والمحتوى البنائي لها، ووجدت الدراسة أن الأفراد الذين لديهم دافعية أكبر للمعلومات يدركوا استخدام الإنترنت بشكل تفاعلي أكثر من الآخرين، وعوامل اجتماعية حيث أن التكنولوجيا الاتصالية الحديثة تبنى من خلال عملية اجتماعية تفاعلية بين الأفراد، فهي ليست مستقلة ولكنها مستمدة من العلاقات الاجتماعية التواصلية بين المستخدمين، وأن تبنى الأفراد للوسيلة هو في الواقع استجابة للإحتياجات التي تظهر اتصالهم بالآخرين، وأن من بين من يؤثر فيهم قادة الرأي، فهم ليسوا معزولين ولكن تحيط بهم شبكة من الأفراد، وأن مدركاتهم وتقييمات هؤلاء للوسيلة تتأثر بالشبكات الاجتماعية التي ينتمون إليها (Dongyoung Sohn, Byung-Kwan Lee , 2005) ^(xxxv).

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت استخدام تطبيقات الهواتف الذكية:

دراسة (Sara H. Hsieh, Timmy H. Tseng) بعنوان (**Playfulness in mobile instant messaging : Examining the influence of emoticons and**)

والرسائل النصية يزيد من ثراء المعلومات بالإضافة إلي القيم المتصورة تعززت من خلال المراسلة الفورية، مما أدي إلي تسهيل التواصل الاجتماعي، والتعرف غلي الهوية بين المستخدمين، والدعوة لاستخدام الرسائل الفورية عبر الأجهزة النقالة (Sara H. Hsieh,) (Timmy H. Tseng , 2017) ^(xxxvi) . أما عن دراسة (Laura Jane Bry, et.al) بعنوان **Consumer Smartphone Apps Marketed for Child and Adolescent)** فقد توصلت نتائجها إلى أن زيادة التدخل الجيد المتعلق بالأطفال، وإمكانية حصول المستخدمين علي استراتيجيات لتحسين تسويق التطبيقات المدعومة من قبل شركات الهواتف النقالة (Laura Jane Bry, et.al) ^(xxxvii) . في حين نجد دراسة (Marta Blazquez Cano, et.al) بعنوان **The influence of image interactivity upon user engagement when using mobile touch screens** التي أوضحت نتائجها أن النساء أكثر من الرجال في استخدامهم للأجهزة النقالة، وأن رؤية ولمس الشاشة تؤثر علي مشاركة المستخدم، وأن الحاجة للمس الشاشة لا تعني التباين بين الأفراد، وارتباط المستخدم بشاشات اللمس يختلف باختلاف الأذواق الفردية للمستخدمين (Marta Blazquez Cano, et.al , 2017) ^(xxxviii) . وتأتي دراسة (Wee-Kheng Tan, et.al) بعنوان **Smartphone application personality and its relationship to personalities of smartphone users and social capital accrued through use of smartphone social applications** أن التحول من المكالمات الصوتية والرسائل القصيرة إلي الفيسبوك والرسائل القصيرة بسبب تطبيقات الاتصالات الحديثة، وأن التطبيقات الترفيهية ينبغي أن ينظر إليها باعتبارها قادرة علي المساهمة في رأس المال الاجتماعي (Wee-Kheng Tan, et.al , 2017) ^(xxxix) . بينما خلصت دراسة (wenhuan Wang) بعنوان **Smartphones as Social Actors?)** إلى أن هناك علاقة بين التصرف الاجتماعي واستخدام الهاتف الذكي، يرتبط المستخدم بالواجهة الثقافية في التعامل مع علاقاته الاجتماعية (wenhuan Wang , 2017) ^(xl) . في حين كانت أهم نتائج دراسة (Michael A.Horning) بعنوان **Interacting with news: Exploring the effects of modality and perceived responsiveness and control on news source credibility and enjoyment among second screen viewers** أن المستخدمين زادوا من تقييمهم لمصداقية المحتوى الإخباري، والتمتع به عند تقديمهم مع الخبرات ذات الأسلوب الأعلى، ووجود آثار عالية للتفاعل من أجل الطريقة والاستجابة المتصورة (Michael A.Horning , 2017) ^(xli) . أما عن دراسة (Iris Reyhav,) بعنوان **The Interplay Between Cognitive Task Complexity and User Interaction in Mobile Collaborative Training** إلى أن توفر روى مفيدة في تفاعل المستخدمين مع الأقران، وزادت التكنولوجيا إلي حد كبير من الأداء الاتصالي للمستخدمين وتصوراتهم (Iris Reyhav, Dezhi Wu , 2016) ^(xlii) . بينما توصلت نتائج دراسة (Ooi Keng - Boon, Tan Garry Wei - Han) بعنوان **Mobile Technology Acceptance Model: An Investigation Using Mobile Users to Explore Smartphone Credit Card** المستخدمين متعلمون جيداً، وذات مستوى اجتماعي راقى، وصغار في السن، ولديهم روى حول تبني التكنولوجيا المستحدثة (Ooi Keng - Boon, Tan Garry Wei – Han , 2016) ^(xliii) . في حين أظهرت نتائج دراسة (Tuğba Koç, Aykut Hamit Turan, Algin) بعنوان **Acceptance and Usage of a Mobile Information System in Higher Education : An Empirical Study with Structural**

المتصورة، وسهولة الاستخدام، والفائدة المتصورة لهما تأثير كبير علي إداء المستخدم (Tuğba Equation modeling) أن الثقة عامل مهم للتنبؤ بنية الاستخدام، ولكن الخصائص الشخصية (Koç, Aykut Hamit Turan, Algin Okursoy , 2016) ^(xliiv) . وقد توصلت لدراسة بعنوان (Naincie Pindeh, Norbayah Mohd Suki, Norazah MohdSuki) **User Acceptance on Mobile Apps as an Effective Medium to Learn (Kadazandusun Language)** إلى أن هناك مجموعة من المتغيرات التي تؤثر علي موقف المستخدم وقبوله لتطبيقات الهاتف الذكي وهي (ثراء المحتوى ، رضا المستخدم ، الفائدة المدركة)، وأن الفائدة المتصورة لتطبيقات الهاتف الذكي تؤثر علي رضا المستخدم نحو هذه التطبيقات (Naincie Pindeh, Norbayah Mohd Suki, Norazah MohdSuki , 2016) ^(xlv) . أما عن دراسة (Bobby T. Nguyen, Barbara S. Chaparro) بعنوان (Apple iPad Usage Trends by Students and Non-Students) فقد أوضحت نتائجها أن الطلاب يستخدموا الآي باد للإطلاع على الإنترنت والألعاب ونشر الصور والأستماع إلى الصوت والنقاط الصور أو مقاطع الفيديو، وهناك من أوضح أنه يستخدم الآي باد لقراءة الأخبار والكتب والمجلات (Bobby T. Nguyen, Barbara S. Chaparro , 2016) ^(xlvi) . وتأتى دراسة (Wei Wang, Qian Zhang) بعنوان (Privacy Preservation for Context Sensing on Smartphone) لتؤكد نتائجها على أن هناك مجموعة من السياقات تعتبر سياقات خاصة لها حدودها مع مستخدمي الهواتف الذكية (Wei Wang, Qian Zhang , 2016) ^(xlvii) . وقد خلصت دراسة (Mark Matthews, et.al) بعنوان (Development and Evaluation of a Smartphone-Based Measure of Social Rhythms for Bipolar Disorder) إلى أن الفضاء الإلكتروني وعالم الأجهزة الرقمية عالج جزء كبير من الإضطرابات النفسية المصاحبة للاتصال، (Mark Matthews, et.al , 2016) ^(xlviii) . في حين أظهرت نتائج دراسة (Alan H.S. Chan, Ke Chen, Qi Ma) بعنوان (Personal and other factors affecting acceptance of smartphone technology by older Chinese adults) أن الذين كانوا أصغر سناً هم أكثر استخداماً لتطبيقات الهواتف الذكية ويرجع ذلك إلي التعليم العالي، والحالة الاقتصادية أثرت علي الفائدة المتصورة والمتوقعة (Alan H.S. Chan, Ke Chen, Qi Ma , 2016) ^(xlix) . بينما كانت أهم نتائج دراسة (Runhua Xu, et.al) بعنوان (Understanding the impact of personality traits on mobile app adoption e Insights from a large-scale field study) أن السمات الشخصية لها تأثير كبير علي تثبيت المستخدمين التطبيقات علي هواتفهم الذكية، معتمداً في ذلك علي نموذج التعليم المتقدم، وأن المستخدمين يهتمون بالخصوصية بدرجة كبيرة كجزء من هواتفهم الذكي، وأن هناك أنواع من الشخصيات (انطوائية ، اجتماعية ، نشطة ، حميمية)، وأن لكل شخصية سماتها التي تؤثر علي استخدامها لتطبيقات المراسلة الفورية والاتصالات المجانية (Runhua Xu, et.al , 2016) ^(l) . أما عن دراسة (Hye-Young Yoon) بعنوان (User Acceptance of Mobile Library Applications in Academic Libraries: An Application of the Technology Acceptance Model) فقد أوضحت نتائجها أن قبول المستخدم لتكنولوجيا أو تطبيق جديد يعتمد علي أربعة معايير أساسية وهي : (الفائدة المتصورة ، التفاعل، سهولة الاستخدام ، ارتياح المستخدمين) (Hye-Young Yoon , 2016) ^(li) . في حين خلصت دراسة (Shuchih Ernest Chang, Wei-Cheng Shen, Anne Yenching Liu) بعنوان (Why mobile users trust smartphone social networking services? A PLS-SEM approach) إلى أن الهواتف الذكية تسمح بالاتصال والتفاعل مع الآخرين سواء أقارب أو أصدقاء أو زملاء إلخ عبر الهاتف الذكي في أي وقت وأى مكان، وأن الأشخاص الذين يتمتعون بشبكات اجتماعية يكونوا أفضل في استخدام الهاتف الذكي

(lii) (Shuchih Ernest Chang, Wei-Cheng Shen, Anne Yenching Liu , 2016) **Ricardo de Sena Abrahão, Stella Naomi**) وقد أوضحت نتائج دراسة **Intention of adoption of (Moriguchi, Darly Fernando Andrade mobile payment : An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology** الهواتف الذكية هو سهولة الاستخدام، وذلك لأنه يعزز عمل دائرة الفرد الاجتماعية أو بعبارة أخرى أنها تقي باحتياجات وتطلعات مستخدمي الهواتف الذكية (Ricardo de Sena) (Abrahão, Stella Naomi Moriguchi, Darly Fernando Andrade , 2016) **The effects of psychological ownership and TAM on social media loyalty: An integrated model** (An integrated model) فقد توصلت نتائجها إلى أنه يجب تعزيز ولاء العملاء من خلال فهم عملية مشاركة العملاء من منظور سيكولوجي (Qun Zhao, Chun-Der Chen, Jin-) (Long Wang , 2016) **Effects of The Customer Experience on Satisfacation with Smartphone : Assessing Smart Satisfaction Index Between Partial (least Squares)** التي أوضحت نتائجها أن القيمة المتصورة ورضاء العملاء هي المتغيرات الأساسية التي تتوسط العلاقة بين الجودة وولاء العملاء، وضرورة توفير معلومات مفيدة عن صناعة الاتصالات وصياغة استراتيجيات وسياسات فعالة لتطوير خدمات الهواتف الجوال الذكية (Dong – Hee Shin , 2015) **Understanding Users' Continuance Intention toWard Smartphone Augmented Reality Applications** لتؤكد نتائجها على أن نوعية المعلومات الأكثر تأثيراً في نية المستخدمين هي التي تكون ذات جودة مرئية عالية وبالتالي تؤثر على القيمة المتصورة من وسائل الاتصال، وأن الدافع الرئيسى للمستخدم له تأثير كبير على سلوك ونية المستخدم (Jiyeon Hwang, et.al , 2014) **Mobile computing devices (Joanne Gikas, Michael M. Grant) in higher education: Student perspectives on learning with cellphones** إلى أن التعلم من خلال أجهزة الكمبيوتر النقالة والهواتف الذكية واستخدام الوسائط المتعددة خلقت فرص للتفاعل والتعاون بين الطلاب، وسمحت لهم بقدر كبير من المشاركة في إنشاء المحتوى والاتصال باستخدام الوسائط الاجتماعية وأدوات الويب (Joanne Gikas, Michael M. Grant , 2013) **Predicting mobile news use among college students : The role opress freedom in four Asian cities** لقرءة على الأخبار، ومتابعة أنباء المشاركات على الهاتف وذلك لأن الحصول عليها يكون بشكل أسرع، وأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في الأربع مدن من منظور حرية الصحافة حيث تؤثر سلباً على قراءة الأخبار عبر الهواتف النقالة (Ran Wei, et.al , 2013) **Smartphones : User Engagement Motivations Effect on their Value, (Satisfaction, and Future Engagement Intention)** دوافع المستخدمين تؤثر على قيمهم ورضاهم ونية المشاركة الشاملة (Young Kim, Dan Kim, Kathy Wachter , 2012) **An Empirical Analysis Of Internet Use On Smartphones : Characterizing Visit Patterns and User Differences** (جهاز الكمبيوتر والهاتف الذكى)، والمنصات (التطبيقات الأصلية ومتصفح

الجوال) في كيفية وصول المستخدمين إلى الإنترنت، وأن استخدام متصفحات الويب انخفضت بشكل حاد عند استخدام التطبيق الأصلي، واستخدمت الإشارات المرجعية للوصول إلى محتوى شبكة الإنترنت عبر الهاتف النقال، بالإضافة إلى ذلك أختلف المستخدمين بشكل منهجي في كيفية الوصول إلى الإنترنت (Chad C. Tossell , 2012) ^(lx) . في حين أظهرت نتائج دراسة **The Understanding (Hun Choi, Ki-Mun Kim, Yoo-Jung Choi) of Building Trust Model on Smartphone Application Focusing on Users' Motivation** (Users' Motivation) أن أهم مزايا الهاتف الذكي هي (خدمات الإنترنت اللاسلكية ، التفاعل ، التنقل ، المرونة)، وأن الدوافع الخارجية هي أكثر تأثيراً علي بناء ثقة المستخدمين من العوامل الجوهرية الداخلية (Hun Choi, Ki-Mun Kim, Yoo-Jung Choi , 2011) ^(lxi) . وقد توصلت دراسة **(Liu xun, Zhang Ying) بعنوان (A Little World in My Hand)** إلى أنه يوجد فروق بين النساء ذات الدخل المنخفض في استخدامهم للهواتف الذكية وفقاً للحالة الاجتماعية (Liu xun, Zhang Ying , 2011) ^(lxii) . أما عن دراسة **(Ying Wang, Shaojing Sun, Gwen Hullman) بعنوان (Communicating in the Multichannel Age: Interpersonal Communication Motivation, Interaction Involvement, and Channel Affinity)** فقد أظهرت نتائجها أن الغالبية العظمى من (عينة الدراسة) يستخدمون الهاتف في كثير من الأحيان، والبريد الإلكتروني والرسائل النصية بانتظام، والرسائل الفورية وغرف الدردشة بشكل غير منتظم، وأن زيادة التفاعل ليست مؤشراً كبيراً على استخدام الوسيلة حيث يمكن أن يكون التواصل من أجل المتعة أو الهروب (Ying Wang, Shaojing Sun, Gwen Hullman , 2010) ^(lxiii) . وقد خلصت دراسة **(Shintaro Okazaki, Jaime Romero) بعنوان (Online media rivalry : A latent class model for mobile and PC internet users)** إلى أن ثلث مستخدمي الإنترنت يستخدموه عبر الهاتف النقال، وأن النتائج أثبتت بعض المبادئ الأساسية لتكامل وتنافس وسائل الإعلام (Shintaro Okazaki, Jaime Romero , 2010) ^(lxiv) . وأخيراً تأتي دراسة **(Ran We) بعنوان (Motivations for using the mobile phone for mass communications and entertainment)** لتؤكد نتائجها على أن هناك دوافع مختلفة لاستخدام الهاتف النقال، حيث هناك دوافع استخدام الهاتف المحمول للحصول على الأخبار، ودوافع لاستخدام الهاتف المحمول للبحث وتصفح شبكة الإنترنت، وأيضاً هناك دوافع في لعب ألعاب الفيديو عبر الهاتف المحمول، بالإضافة إلى ذلك مكنت تكنولوجيا الهاتف المحمول الفائقة من كثافة استخدام الهاتف النقال للمكالمات الصوتية والحصول على خدمات البيانات المتنقلة (Ran We , 2008) ^(lxv) .

جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة :

- ❖ الاستفادة من مراجعة أدبيات الدراسة والتعرف على كيفية تناولها لدور وسائل الإعلام الجديد، وتعميق المشكلة البحثية للدراسة الحالية .
- ❖ تحديد المتغيرات التي سوف يجرى عليه الاختبارات الإحصائية .
- ❖ توضيح معالم وحدود مفهوم الاتصال التفاعلي، والتفرقة بينه وبين مصطلحات عديدة متشابهة .
- ❖ المساعدة في صياغة فروض وتساؤلات الدراسة بشكل أكثر دقة وتحديداً .
- ❖ المساعدة في اختيار حجم ونوع العينة التي سيتم تطبيق الدراسة عليها .

- ❖ أفادت هذه الدراسات في تحديد الخلفية النظرية لموضوع الدراسة، وتحديد المنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات، والتعرف على طبيعة الدراسات التي تناولت التفاعلية في مختلف وسائل الاتصال .
- ❖ الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة والعمل على تفسيرها وربطها بالدراسة الحالية بما يثريها ويعزز من أهميتها .

خامساً : المنهج المستخدم فى الدراسة :

❖ نوع الدراسة :

تُعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية، حيث تسعى إلى توصيف المعلومات التي تم جمعها حول أنماط التفاعلية التي يقوم بها الشباب المصري على الهواتف الذكية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الكيفية التي تسعى إلى دراسة الواقع الراهن وعمليات بنائه وأدواته .

❖ منهج الدراسة :

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الكيفي الذي يتضمن فهمًا محددًا للعلاقة بين القضية والمنهج حيث أنه يقوم بفهم الظاهرة في ظروفها التي تمت فيها، ويكشف عن معاني العلاقات القائمة في إطار الظواهر الاجتماعية، وأثر هذه العلاقات على الأداء الاجتماعي، ولذلك كان هذا المنهج مناسب جدًا لهذه الدراسة .

❖ أدوات الدراسة :

استخدمت الباحثة إحدى أدوات البحوث الكيفية في هذه الدراسة وهي المدونات اليومية (Diaries)، ووفقًا لهذه الطريقة يتطلب من أفراد العينة الممثل للجمهور تدوين البيانات الخاصة بأنماط وعادات التعرض بأنفسهم وبشكل يومي، وتحتوى على خانات خاصة يتم تصميمها لخدمة أهداف الدراسة، ثم يتم تحليل محتوى هذه المدونات بشكل منتظم من جانب الجهة التي تقوم بإجراء البحث للاستفادة من نتائج هذا التحليل .

واليوميات عبارة عن مقابلة شبه منظمة، وهذا يعطى للباحث فرصة لطرح الأسئلة حول (التجربة العامة للمستخدمين، والتفكير في التجارب الماضية، وينبغي وضع جدول زمني لإجابات المشاركين لاستعراض إدخال مذكراتهم، هذه التقنية مناسبة بشكل خاص لدراسة النشاط الطبيعي ومع الحد الأدنى من التدخل في ظل ظروف الهاتف النقال . وتعد اليوميات وسيلة منخفضة التكلفة لجمع البيانات عن الأنشطة عند حدوثها في أي وقت، مع أشخاص آخرين، بما في ذلك الحالات التي لايسمح فيها إعادة التطبيق، وتسمح بمرونة إضافية في الطريقة التي يتم بها التقاط البيانات من المشاركين (Marina Kobayashi,) (Joseph Iloreta , 2013) (lxvi) .

وتُعد دراسة اليوميات هي طريقه البحث المستخدمة لجمع البيانات النوعية عن سلوكيات المستخدم، والأنشطة، والخبرات علي مدي فتره طويلة من الزمن التي يمكن أن تتراوح بين بضعة أيام حتى شهر أو أكثر . وخلال الفترة المشمولة بالدراسة، يطلب من المشاركين في الدراسة الاحتفاظ بمذكرات وتسجيل معلومات محددة عن الأنشطة التي تجري دراستها . لمساعدة المشاركين في التذكر لملء مذكراتهم، يتم أحياناً مطالبتهم بشكل دوري، أو في أوقات محددة أثناء اليوم، إذا كنت تبحث عن فهم سياقي للسلوك المستخدم والخبرات علي مر الزمن ، فإنه يمكن أن يكون من الصعب جداً لخلق سيناريوهات بشكل مناسب في وضع المختبر لجمع هذا النوع من الرؤى؛ الدراسات اليومية مفيدة لفهم السلوكيات علي المدى الطويل .

وتتميز اليوميات بـ (التقاط الأنشطة التي تحدث في الوقت الحقيقي بطرق جديدة ،
تتيح جمع المعلومات الطويلة ، كسب فهم أعمق لدوافع المستخدمين ، جمع تفاصيل أكثر

عن الحياة الاجتماعية للمشاركين ، ومناسبة في جمع المعلومات الحساسة والخاصة للمشاركين ، تساعد الباحث في تخصيص قدر كاف من الوقت لكل خطوة من الدراسة ، تساعد في تحديد وإعداد ومتابعة المشاركين بشكل صحيح ، تعمل علي خلق جدول زمني للمشارك والباحث ، تسفر عن إدخال أساليب جديدة لجمع البيانات وبشكل خاص عند دراسة مسائل تتعلق بالأنشطة اليومية) (Serena Hillman, et.al , 2014) (Ixvii).

وهناك عدة صعوبات تواجه الباحثين أثناء إجراء دراسة اليوميات وهي (صعوبة المراقبة المباشرة للمبحوث علي مدار اليوم ، دراسة اليوميات تسمح للباحثين القليل جداً من المشاركة في كيفية تفاعل المشاركين ، صعوبة قيام الباحثين بتقيد أنشطة المشاركين لشرح ثغرات أو معالجة أخطاء) (Serena Hillman, et.al , 2012) (Ixviii).

❖ مجتمع الدراسة :

يمثل مجتمع الدراسة في الشباب المصرى الذي يستخدم الهواتف الذكية والتي تتراوح أعمارهم بين ١٨ عاماً و ٣٥ عاماً من مختلف المستويات (التعليمية ، الاقتصادية ، الاجتماعية ، الثقافية) .

❖ عينة الدراسة :

عينة الدراسة عبارة عن (١٥) فرد من الشباب المصرى الذي يستخدم الهواتف الذكية (محل الدراسة) لتسجيل يومياتهم لمدة (٧) أيام .

سادساً : تساؤلات الدراسة :

تسعى الباحثة للإجابة على تساؤل بحثى رئيسى وهو : " هل تتيح الهواتف الذكية التواصل بين المستخدمين بشكل فعال في إطار حجم التفاعلية المتاحة من خلالها ؟ " ، تحدد التساؤلات الأولية للدراسة فيما يلي :

- (١) ما معدل استخدام الشباب المصرى (عينة الدراسة) للهواتف الذكية ؟
- (٢) من هم أكثر الأشخاص الذين يتبادل معهم الشباب المصرى (عينة الدراسة) الرسائل الاتصالية ؟
- (٣) ما هي أكثر مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات التي يستخدمها الشباب المصرى (عينة الدراسة) من خلال الهواتف الذكية ؟
- (٤) ما هي أكثر الأنشطة التي يقوم بها الشباب المصرى (عينة الدراسة) على الهواتف الذكية ؟
- (٥) ما أنماط التفاعلية التي قام بها الشباب المصرى (عينة الدراسة) على الهواتف الذكية ؟
- (٦) ما أوجه استفادة الشباب المصرى (عينة الدراسة) من استخدام الهواتف الذكية والتواصل مع الأصدقاء من خلالها ؟
- (٧) ماهي طبيعة الموضوعات والقضايا التي قام الشباب المصرى (عينة الدراسة) بالبحث عنها في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية وشاركها مع الأصدقاء ؟

سابعاً : الإطار النظري (نظرية ثراء الوسيلة Media Richness Theory) :

نظرية ثراء وسائل الإعلام تعرف اختيار وسائل الإعلام بأنة عملية منطقية ناتجة من الخصائص التي تتميز بها الوسيلة الاتصالية في استقبال وإرسال المحتوى الاتصالي، ومتطلبات وشكل المحتوى الذي يجب المستخدمون تداوله أو الحصول عليه ، والخصائص التي تتوقف عليها اختيار الوسيلة هي الفورية في نقل واسترجاع المعلومات والإشارات التفاعلية المتعددة

واللغة الطبيعية، والتركيز على الشخصية، وكل هذه الخصائص تشترط التفاعل الذى يميز قدرة الوسيلة الاتصالية على تسهيل التواصل والتفاعل بين المستخدمين .

والفكرة الأساسية التى تقوم عليها نظرية ثراء الوسيلة أن الناس كثيراً ما يتواصلون لتحقيق أهداف محددة من خلال وسائل الإعلام وهم يرون أنه يجب أن تكون تلك الوسائل ذات كفاءة وفاعلية فى إنجاز مهامهم الاتصالية، ولتحديد هذا الرأى أكثر فإن الناس يميلون إلى اختيار أغنى وسائل الإعلام التى تساعدهم على خلق التفاعل والتواصل بينهم وبين الآخرين (معين صالح يحيى الميتمى ، ٢٠٠٩ ، ص ٣٤) (Ixix) .

وتعتمد الفكرة الرئيسة لنظرية ثراء الوسيلة علي أن جودة عملية الاتصال تتوقف علي خصائص الوسيلة الاتصالية، ودورها في تيسير عملية الاتصال بين المستخدمين من خلال توظيف إمكانياتها للتغلب علي معوقات العملية الاتصالية، والعمل علي بناء إطار دلالي مشترك بين المستخدمين بما يحقق لهم مستويات عالية من الفهم والإدراك للمعاني والدلالات الاتصالية المتبادلة بينهم (840 – 828 , Cable DM, Yu Ky , 2006 , pp. (Ixx) ، وتقتضى هذه النظرية فرضين أساسيين هما :

(١) **الفرض الأول:** أن الوسائل الإعلامية والتكنولوجية تمتلك قدر كبير من الثراء، بالإضافة إلى تنوع المضمون المقدم من خلالها، وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على عدم الوضوح الذى ينتاب العديد من الأفراد عند التعرض لها .

(٢) **الفرض الثانى :** هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة الاتصالية، مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حسب درجة الثراء الإعلامى، وهى :

❖ **إتاحة رجوع صدى مباشر (الفورية) :** حيث يسمح رجوع الصدى للحوار بين مستخدمى الوسيلة أن يتم بشكل تفاعلى من خلال ما يثار من آراء وتساؤلات، ويتم الرد عليها فى نفس الوقت، حيث تتيح إمكانية الوسيلة الاتصالية نقل التفسيرات المشتركة بين المستخدمين (Linda Klebe Treviño, Jane Webster, Eric W. Stein ,) (1997 , pp. 163 – 182) (Ixxi) .

❖ **قدرة الوسيلة على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة :** وتعنى قدرة وسيلة الاتصال على توصيل الرسائل الاتصالية بشكل لفظى أو غير لفظى، ويقصد بهذا الجانب الرموز التى تحملها الوسيلة بين المستخدمين مثل الانطباعات الصوتية، أو ملامح وسمات الجسم، الكلمات والأرقام، أو النماذج المصورة، فوسائل الاتصال الحديثة وبشكل خاص الهواتف الذكية تحتوى على كافة الرموز الاتصالية لما تمتلكه من تطبيقات تكنولوجية حديثة قائمة على التطور التقنى، وقد وجد الباحثين فى مجال الثراء اختلافات كبيرة بين وسائل الاتصال ومدى قدرتها على امتلاك تقنيات تكنولوجية حديثة (Morgan M. Shepherd, WM Benjamin Martz Jr , 2006 , pp. (114 – 122) (Ixxii) .

❖ **استخدام اللغة الطبيعية :** فاللغة كبعد ثالث من أبعاد ثراء الوسيلة تمثل طريقة فهم وتعبير للمستخدمين، فاللغة الجيدة هى التى تستطيع أن تقرب التفاهم بين مستخدمى وسائل الاتصال، وبالتالي فإن اللغة العامية المتداولة تكون أكثر ثراء من اللغة الرسمية لأن نقل المعانى عن طريقها يكون أقل تعقيداً، أما عن تنوع اللغة كسمة من سمات الثراء فهى تعنى تعددها ، أى محاولة توصيل المعلومة أو الرسالة الاتصالية من خلال لغة الأرقام بالإضافة إلى لغة النصوص والكلمات (صلاح عبد الحميد محمد ، ٢٠١١) (Ixxiii) .

❖ **التركيز الشخصى على الوسيلة :** ويعنى هذا الجانب قدرة الوسيلة الاتصالية على تحديد الحاجات الأساسية للمستخدم التى يريد الحصول عليها من خلال الاتصال، كذلك قدرة الوسيلة على تلبية وفهم التوقعات المستقبلية بمعنى آخر أن تقدم من خلال الوسيلة ما يحتاجه المستخدم وما يتفق مع رغباته الشخصية ودوافعه .

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الطبيعة التفاعلية لوسائل الاتصال الحديثة- الهواتف الذكية - من خلال التعرف على الفائدة من استخدام الجمهور لهذه الأجهزة الاتصالية الحديثة، ونظرية ثراء الوسيلة طبقت على هذه الدراسة نظراً لما تفرضه هذه النظرية من افتراضات تخص التفاعلية وإتاحة رجوع صدى فوري لمستخدمى وسائل الاتصال الحديثة، حيث تعد هذه السمة التي تتمتع بها وسائل الإعلام الجديد - التفاعلية - هي محور هذه الدراسة مما يدل على توافق نظرية ثراء الوسيلة مع هذه الدراسة، وتعتبر نظرية ثراء الوسيلة Media Richness Theory الإطار الذى يمكن من خلاله تفسير تأثير السمات التقنية والاتصالية لوسائل الإعلام الرقمية وتكنولوجيا الاتصالات المتنقلة المتمثلة فى أجهزة الهواتف الذكية من خلال تحديد معايير ثرائية لتلك الوسائل تميزها عن غيرها من وسائل الاتصال الأخرى، ومدى تأثير تلك المزايا التي فرضتها وتفرضها بشكل يومي التطورات التكنولوجية التي تحدث فى عالم تكنولوجيا الاتصال .

ثامناً : التفاعلية والهواتف الذكية :

التفاعلية في الاتصال بشكل عام ليست سمة جديدة فهي موجودة في كل وسائل الاتصال ولكن بدرجات متفاوتة إلا أنها دخلت دائرة الضوء مع ظهور وسائل الاتصال الحديثة المستعينة بالحاسب الآلى، ومع ظهور شبكة الإنترنت وشبكة الويب انضمت إليها مفاهيم أخرى ظهرت أهميتها في بيئة الاتصال الفوري ومنها الوسائط المتعددة Multimedia وتقنية الهايبر ميديا Hypermedia والتقارب الإعلامى Convergence Media والرقمية Digitization وكانت التفاعلية هي المفهوم الذي غلب الاهتمام به وارتبط بكل هذه المفاهيم السابقة كمفاهيم أساسية عند التعرض لمختلف أشكال الاتصال الحديثة (هند محمد عبد المنعم بشندى ، ٢٠١٢ ، ص ٧١ - ٧٢) (Ixxiv)

إلا أنه على ضوء المفاهيم التي قدمها الباحثون للتفاعلية في الاتصال يمكننا أن نستخلص مجموعة من النقاط الأساسية التي أتفق عليها كثير من الباحثين، وهي كالآتي:

- ❖ التفاعلية اتصال تبادلي ذو اتجاهين من المرسل إلى المستقبل ومن المستقبل إلى المرسل، فهو اتصال قد يصعب فيه التمييز بين المرسل والمستقبل .
- ❖ التفاعلية قد تكون تزامنية أو غير تزامنية، فالردشة على سبيل المثال أداة تفاعلية تزامنية يشترط فيه وجود طرفي الاتصال - المرسل والمستقبل - في آن واحد، أما البريد الإلكتروني فهو أداة تفاعلية غير تزامنية لا يشترط فيها وجود طرفي الاتصال في آن واحد .
- ❖ الاستجابة هي جوهر الاتصال التفاعلي وبدونها لا يتم التفاعل .
- ❖ سيطرة المستقبل على العملية الاتصالية شرط من شروط التفاعلية، فالمستقبل يستطيع في ظل تكنولوجيا الاتصال التفاعلي تعديل أو تغيير شكل أو مضمون الرسالة الاتصالية الموجهة إليه من المرسل، كما أن المستقبل يمكنه اختيار الموضوع المناسب له من بين البدائل العديدة التي يتم عرضها عبر وسائل الاتصال التفاعلية ، بالإضافة إلى قدرته على تبادل الرسائل مع المرسل والتعرض للمحتوى الاتصالي في الوقت الذي يلائمه .
- ❖ من الضروري أن يكون المشاركون على وعى بأن الهدف من الاتصال هو التفاعل وليس الإقناع (حسنين شفيق ، ٢٠٠٩ ، ص ٣٢) (Ixxv) .

ومما سبق يتضح أن سمة التفاعلية تطلق على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال التأثير على أدوار الآخرين على أن يكون باستطاعتهم تبادلها وذلك حينما يستطيع الفرد أن يرسل ويستقبل في نفس الوقت .

وفي هذا الإطار حددت (Heeter) ستة أبعاد لمفهوم التفاعلية، ارتبط البعدين الأول والثاني بسهولة الاتصال الشخصي بين جمهور وسيلة الاتصال ومدى التجاوب بينهم؛ كما ارتبط بنمط التفاعلية بين الأفراد، بينما ارتبطت الأبعاد الأربعة الأخرى بنمط التفاعلية بين المستخدم والوسيلة، وهذه الأبعاد هي:

- ❖ مدى تعقد اختيار المعلومات وتعددتها من خلال الروابط الموجودة على الوسيلة .
- ❖ كم الجهود المطلوب لاستخدام الوسيلة من قبل المستخدم .
- ❖ مدى الاستجابة التي من خلالها يمكن للوسيلة الاستجابة للمستخدم .
- ❖ إمكانية الوسيلة في ضبط وتنظيم استخدامها من قبل المستخدم ومراقبتها .
- ❖ الدرجة التي يمكن للمستخدم من خلالها إضافة معلومات للنظام الاتصالي .
- ❖ الدرجة التي يمكن من خلالها أن يسهل النظام الاتصالي من الاتصال الشخصي، ويمكن

من خلاله تبادل الرسائل بين مستخدمي الوسيلة (M. Weinstein , 2004 , pp.176) (195 - (lxxvi)

وانطلقت بحوث الإعلام الجديد في دراسة تفاعلية وسائل الإتصال وتأثيرات ذلك في استخدامات الجمهور لها من منظور يقوم على دراسة تفاعلية وسيلة الإتصال كخاصية موجودة فيها من خلال آليات محددة، وأن هذا التوجه كان يتناسب إلى حد بعيد مع التوجه العام لبحوث الإنترنت والإعلام الجديد في مراحلها المبكرة التي اهتمت فيها باستكشاف الوسيلة وتقييمها، حيث اهتمت أيضاً بتحديد الخصائص والأبعاد الاتصالية المختلفة التي تقوم عليها تطبيقات الإعلام الجديد، ومدى تفعيل هذه الخصائص والإستفادة منها في ضوء التقنيات والملاح التكنولوجية التي تحقق هذه التفاعلية، وبناءاً يتحدد مستوى التفاعلية تبعاً لمدى توافر أو غياب آليات معينة، (51 - 40 , pp. Michael T. Elliott, Paul Surgi Speck, 2005) (lxxvii)، وتتناول الدراسة الهواتف الذكية كأكبر منصة لتطبيقات الإعلام الجديد .

فالهواتف الذكية Smart phone مصطلح يطلق على الهواتف التي أصبحت تعمل بنظام تشغيل ، فيمكن تشبيها بكمبيوتر صغير، حيث تمكنك من تصفح الإنترنت والبريد واستخدام التطبيقات بالإضافة إلى الخدمات الهاتفية المعتادة كالاتصال والرسائل القصيرة والكاميرا وغيرها، وهو عبارة عن هاتف ذكي تتوفر به مزايا ومواصفات وخصائص لا تتوفر في الهواتف العادية (, Dider Chincholle , Michael Bjorn, Birgitta Bergvall-Kåreborn, (2011 , pp. 36 - 56) (lxxviii)

وتعتمد تكنولوجيا الاتصال الحديثة على أساسين هاميين : الأساس الفكري النظري، والأساس التطبيقي الذي يصل إلى تكنولوجيا المعلومات ومرحلة التفاعلية، وقد أدى تطور تقنيات الاتصال وظهور الإنترنت التي تحولت إلى "منصة" لتطبيقات الإعلام الجديد إلى تذويب الفروق بين الاتصال الموجهي والاتصال الجماهيري بحيث لم تعد السمات المميزة لكل نوع حكرًا عليه، فالنمطية وتبادل الأدوار الاتصالية والمرونة لم تعد سمات خاصة بالاتصال الموجهي، كما لم تعد العمومية والاتصال عبر وسيلة جماهيرية سمات خاصة بالاتصال الجماهيري، ولقد غيرت التكنولوجيا الرقمية المفاهيم المتعلقة بالزمان والمكان وخلق أشكال جديدة من الأنشطة والتفاعلات وأنواع من العلاقات وأساليب التواصل مع الآخرين، وأن هذه الأشكال الجديدة من التفاعلات الاجتماعية التي أتاحتها تكنولوجيا الاتصال تدفعنا إلى إعادة النظر في مفهوم الهوية والمجتمع، لأنها ساعدت على تجاوز الحدود الثقافية والجغرافية وسمحت بالاتصالات بين الأفراد على نطاق واسع، والفرق الحقيقي بين الإنترنت وبين وسائل الإعلام الأخرى هو الدور الذي أعطى للأفراد فرصاً لتسهيل التواصل والدخول في علاقات متباينة (, Koen Aesaert, et.al (2015 , pp. 326 - 344) (lxxix)

ويرجع استخدام الهواتف الذكية بين فئة الشباب بشكل كبير إلى الفوائد النفسية والاجتماعية الناجمة عن استخدامه والمتمثلة في زيادة الاندماج والترابط الاجتماعي بين الأصدقاء والزملاء الذين يتأثرون ببعضهم بشكل أكبر، ويعد الهاتف الذكي في كثير من البلدان

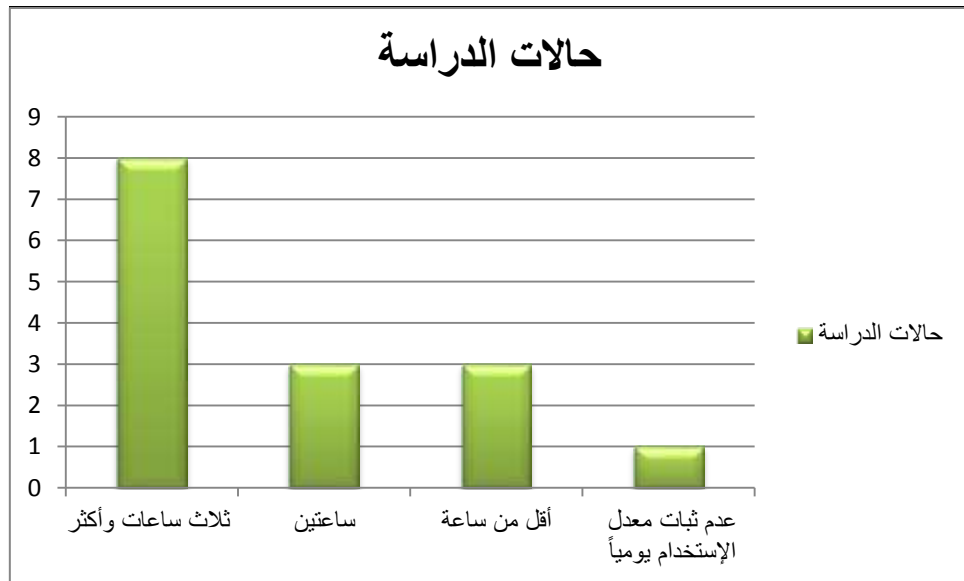
وسيلة للتفاعل والاختلاط بالآخرين، ويستخدمه الشباب لتعزيز شبكاتهم الاجتماعية، وأظهرت الدراسات أن التنقل والوصول الفوري من العوامل الأساسية لاستخدام الهواتف الذكية، ويستخدمه الشباب لأسباب أكثر تعقيداً حيث أن الهاتف الذكي لا يكتفي بتوفير الوصول اللحظي للمستخدمين ولكن يوفر أيضاً الشعور بالاستقلالية والسيطرة على حياتهم الشخصية بالشكل الذي يريدونه، فالأفراد أصبحوا متاحون طوال الوقت مما اعطى لكل مستخدم الشعور بالتوافر والتواجد الدائم (Shari P. Walsh, Katherine M. White, Ross M. Young , 2008 , p. (lxxx) 78)

تاسعاً : نتائج الدراسة :

مناقشة نتائج المدونات اليومية (Diaries) :

المحور الأول : معدل الساعات اليومية لاستخدام الهاتف الذكي :

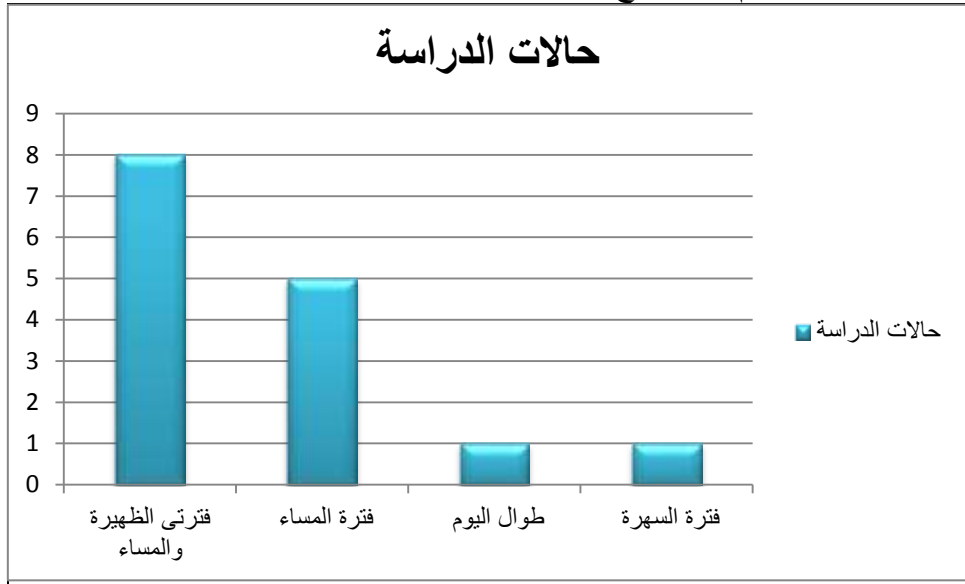
تبين من خلال رصد إجابات المبحوثين أن يوجد اتجاه كبير نحو كثافة عدد الساعات اليومية لاستخدام الهاتف الذكي، حيث بلغت عدد الحالات التي تقوم باستخدام الهاتف الذكي لمدة (٣ ساعات وأكثر) إلى ٨ حالات، بينما بلغ عدد مستخدمي الهاتف الذكي لمدة (ساعتين) إلى ٣ حالات، و٣ حالات لمدة (أقل من ساعة)، وأخيراً سجلت حالة واحدة عدم ثبات معدل الاستخدام يومياً لأنه يتوقف على حسب الحاجة لإستخدامها الهاتف الذكي يومياً، وهذه النتائج توضح اختلاف المبحوثين في عدد ساعات استخدام الهاتف على مدار اليوم وذلك بسبب اختلاف الحالة المهنية لديهم فمنهم طلاب جامعات ومنهم من يعمل حتى نوع الوظيفة اختلف من مبحوث لآخر ومنهم لا يعمل وبالتالي أدى ذلك إلى اختلاف عدد الساعات التي يقضيها كل مبحوث على هاتفه الذكي، وهذا ما توصلت إليه نتائج اليوميات التي أوضحت أن هناك علاقة بين طبيعة العمل ومعدل استخدام الهاتف الذكي يومياً .



شكل رقم (١) نتائج عدد ساعات استخدام المبحوثين للهاتف الذكى فى اليوم

المحور الثانى : توقيت استخدام الهاتف الذكى :

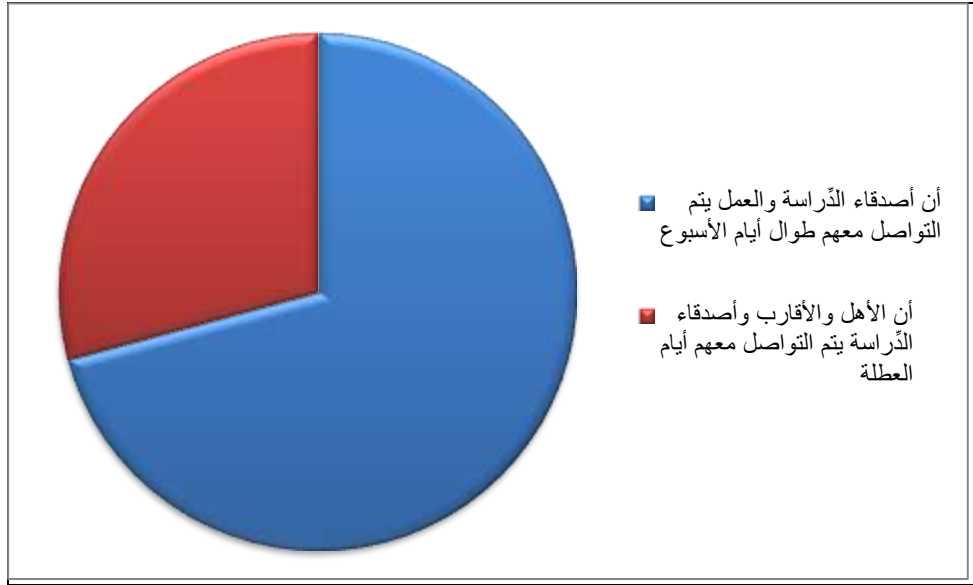
أظهرت إجابات المبحوثين إلى وجود تنوع فى فترات استخدامهم للهاتف النقال ما بين (الظهيرة ، المساء ، السهرة) بشكل متساوى، بينما يقل استخدامهم للهاتف الذكى فى فتره (الصباح) حيث يمكن اسناد هذا التنوع فى فترات التعرض إلى وجود علاقة بين طبيعة عمل المبحوثين وتوقيت استخدامهم للهاتف الذكى، حيث أفاد معظم المبحوثين من (الطلاب) أنهم يستخدموا الهواتف الذكية بشكل متنوع فى فترتى الظهيرة والمساء، بينما أفادت (ربات البيوت) أن اكثر وقت يناسب استخدامهم لهذه الهواتف هى فتره المساء للإنتهاء من أعمال المنزل، كما أوضح أحد المبحوثين ويعمل (مدير مبيعات) أنه يستخدم هاتفه الذكى طوال اليوم وذلك بسبب طبيعة عمله التى تتطلب منه متابعة الموظفين وسير العمل، كما أشار أحد المبحوثين ويعمل (محامى) إلى أن أكثر الأوقات استخداماً لهاتفه الذكى هى فترة السهرة نظراً لطبيعة عمله التى تتطلب الذهاب إلى المحاكم والمصالح الحكومية .



شكل رقم (٢) يوضح أثر ساعات استخدام المبحوثين الهاتف الذكى

المحور الثالث : الأشخاص الذى يتم تبادل الرسائل الاتصاليه معهم :

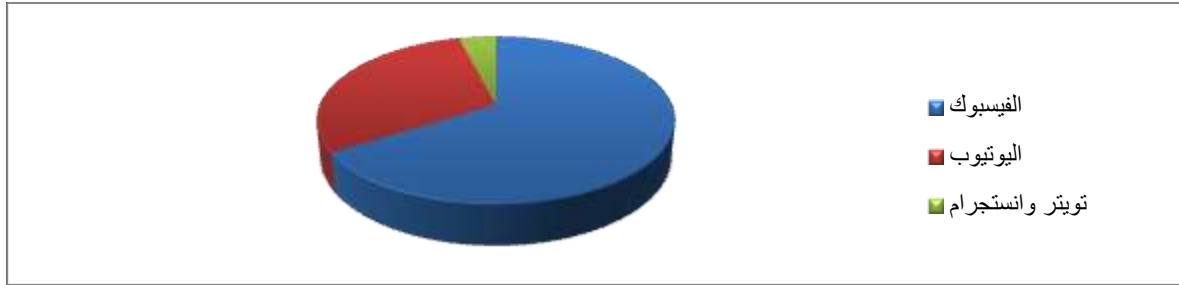
أوضحت معظم نتائج المبحوثين أن أصدقاء الدراسة والعمل هم أكثر الفئات التى يتم التواصل معهم من خلال الرسائل الاتصالية عبر الهاتف الذكى معظم أيام الأسبوع، باستثناء أيام العطلة التى يتم تخصيصها للأهل والأقارب وأصدقاء الدراسة، والجدير بالذكر أن أحد المبحوثين أشار إلى أنه يتم تبادل الرسائل الاتصالية مع أصدقاء (الفيس بوك) مما يشير لوجود نوع جديد من الأصدقاء لم يكن موجود فى العالم الواقعى ولكنه أصبح موجود فى العالم الافتراضى .



شكل رقم (٣) يوضح الأشخاص الذي يتم تبادل المبحوثين معهم الرسائل الاتصالية

المحور الرابع : مواقع التواصل الاجتماعي التي تم تسجيل الدخول إليها عبر الهاتف الذكي :

أفاد تحليل نتائج يوميات استخدام المبحوثين للهاتف الذكي أن (الفيسبوك) يعتبر من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً طوال أيام الأسبوع وذلك لسهولة التعامل من خلاله، يليه في الترتيب (اليوتيوب) وذلك بغرض البحث عن معلومة محددة، ثم جاء (تويتر وانستجرام) في المرتبة الأخيرة بنسبة بسيطة .



شكل رقم (٤) يوضح تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي الذي يستخدمها المبحوثين من خلال الهاتف الذكي

المحور الخامس : التطبيقات الاتصالية التي تم تسجيل الدخول لها عبر الهاتف الذكي :

بالنسبة لأكثر التطبيقات استخداماً من قبل المبحوثين جاء (Facebook messenger ، what'sapp) كأكثر تطبيقات يتم التواصل من خلالها لأنها دعت وسهلت التواصل لأنها متواجدة على الهاتف في أى وقت وأى مكان وتتيح التواصل الفوري والسريع، يليها تطبيق (Viber) خاصة في التواصل خارج البلاد لما يتميز به من السرعة ووضوح الصوت بحسب آراء المبحوثين، وأخيراً تطبيق (EMO) وهو تطبيق اتصالي يتم تثبيته على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية لإجراء المحادثات والرسائل المجانية بين المستخدمين .



شكل (٥) يوضح تطبيقات المحادثات الهاتفية والرسائل النصية التي قام بها المبحوثين من خلال الهاتف الذكي

المحور السادس : أساليب قضاء الوقت على الهاتف الذكي :

أفاد معظم المبحوثين أن (الردشة) من أكثر أساليب قضاء الوقت على هواتفهم الذكي خاصة الردشة مع الأصدقاء والأقارب، يليها تصفح المواقع المختلفة خاصة المواقع الإخبارية للحصول على المعلومات، ثم تحميل الصور والفيديوهات المختلفة .

المحور السابع : الأنشطة المتداولة من خلال الهاتف الذكي على مدار اليوم :

جاءت (قراءة ومتابعة الأخبار والأحداث الجارية) في مُقدِّمة الأنشطة التي يقوم بها الأفراد عند استخدامهم للهاتف الذكي ، ثم (البحث عن معلومات) ، يليها (إجراء مكالمات صوتية أو الفيديو) ثم (متابعة رسائل البريد الإلكتروني) وأخيراً (متابعة العمل) .

المحور الثامن : أكثر إمكانيات الهاتف الذكي استخداماً :

تبين من خلال تحليل نتائج اليوميات أن من أكثر الأنشطة التي يستخدمها المبحوثين هي (الرسائل النصية والصوتية) ثم (الألعاب)، يليهم (الكاميرا ، GBS) بنفس الدرجة، ثم (الموسيقى)، يليهم (إجراء المكالمات الصوتية)، وأخيراً ظهرت بعض الأنشطة بشكل طفيف مثل (كتابه المذكرات اليومية ، استخدام تطبيق الأوفيس ، الإستماع للراديو) .

المحور التاسع : شكل التفاعل مع المحتوى الاتصالي على تطبيقات الهاتف الذكي :

تنوعت أساليب التفاعل على المحتوى الاتصالي من قبل الجمهور ما بين (تسجيل الإعجاب أو إضافة تعليق) بشكل كبير، بينما يقل شكل (المشاركة) للموضوعات عن أساليب التفاعل السابقة .



شكل (٦) يوضح أشكال تفاعل المبحوثين على الهواتف الذكية

المحور العاشر : طبيعة الموضوعات التى يتم البحث عنها في الهاتف الذكى :

أشارت نتائج اليوميات إلى تنوع الموضوعات التى يهتم المبحوثون بها والتى تمثلت في (موضوعات تكنولوجية ، معلومات خاصة بالشباب والرياضة ، موضوعات خاصة بالموضة ، موضوعات خاصة بالدراسة والتكليفات الدراسية ، موضوعات في مجال الهندسة ، موضوعات في مجال الطب ، موضوعات في مجال السيارات ، موضوعات دينية ، موضوعات سياسية ، موضوعات ثقافية متنوعة ، موضوعات ترفيهية ، موضوعات خاصة بالمرأة والطفل) .

المحور الحادى عشر : الموضوعات والقضايا التى يتم مشاركتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي :

تبين من خلال فحص يوميات المبحوثين أن أكثر الموضوعات التى يتم مشاركتها هي (الموضوعات الدراسية ، الموضوعات الاجتماعية ، الموضوعات الترفيهية والكوميديية) .

المحور الثانى عشر : أوجه الإستفادة من التواصل مع الأصدقاء عبر الهاتف الذكى :

حيث أجمع معظم المبحوثين أن (يحقق لهم سهولة في التواصل مع أصدقائهم في أي وقت وتبادل الآراء ووجهات النظر)، يليها (إنجاز الوقت وتوفير الجهد في كثير من الأعمال اليومية)، ثم (متابعة آخر أخبار الأصدقاء والتفاعل معهم فيما يخص الحياة المهنية والشخصية)، يليها (التواصل الدائم مع الأصدقاء لأنه يوفر في الوقت والمال حيث أنه لا يحتاج رصيد مالي في الهاتف لكي يكون هناك تواصل مع الأصدقاء)، ثم (الإطمئنان علي الأسرة والأقارب خارج وداخل البلاد) .

المحور الثالث عشر : أوجه الإستفادة من استخدام الهاتف الذكى بشكل عام :

أوضحت نتائج اليوميات إلى وجود عدة جوانب للإستفادة من الهواتف الذكية بشكل عام تمثلت في : (تحقيق قدر كبير من المعرفة عن أى شئ وفي أى وقت تريده)، (معرفة المزيد من المعلومات والأخبار والمتابعة اللحظية لما يحدث في العالم)، (بناء علاقات اجتماعية جديدة)، (التواصل السريع مع الآخرين في الوقت الذي تريده)، (ترتيب مواعيد العمل عن طريق استخدام المذكرات اليومية)، (الإستفادة في مجال الدراسة الجامعية من خلال معرفة الأمتحانات والتكليفات وكل ما يتعلق بأمور الدراسة وفقاً لإجابات المبحوثين أثناء إجراء الدراسة الكيفية من خلال اليوميات حيث أشار أغلب المبحوثين أنهم يستخدمون الخدمات التفاعلية الموجودة عبر الهاتف الذكى بشكل كبير من رموز وأشكال وصور، وبنفس النسبة أنه وسيلة توفر الجهد في الحصول على المعلومات بشكل موجز حيث يعتبر الهاتف الذكى من أسرع الوسائل في الحصول على المعلومات ولا تتطلب أى مجهود من قبل المستخدم .

المحور الرابع عشر : أنماط استخدام الهاتف الذكى بشكل يومى :

تنوعت مجالات استخدام الهاتف الذكى يومياً من بين العديد من الأنشطة المختلفة والتي اتضحت كما يلي : (تصفح علي موقع الفيسبوك ، الدردشة مع الأصدقاء وتبادل الصور وملفات الفيديو بين بعضهم البعض عبر تطبيق الواتس أب ، تفقد الأخبار العامة والقضايا المطروحة في وقتها الحالي و متابعة الأحداث اليومية ، تصفح المواقع العلمية لمواكبة التقدم العلمي السريع ، الرد على رسائل البريد الإلكتروني ، التواصل مع الأصدقاء عبر التطبيقات الاتصالية المختلفة ،

تحميل ومشاهدة بعض مقاطع الفيديو المختلفة ، تصفح المواقع التوظيفية ، تحميل الكتب من المواقع الإلكترونية (PDF) ، تصفح المواقع الشخصية للفنانين ، الرد على المكالمات) .
وتفسر الباحثة تلك النتائج في ضوء أن الاستخدامات الجديدة للهواتف الذكية بدأت تغطي على الاستخدامات التقليدية حيث أن الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي وتصفح الإنترنت والتواصل مع الآخرين عبر برامج المحادثات وهي تحمل بداخلها إجراء مكالمات صوتية ومرئية وذلك لسهولة التواصل عبرها وفي نفس الوقت تكلفة مادية أقل حيث يمكن للمستخدم أن يعبر عن طريق المحادثات بكافة الطرق بالرموز والأشكال والصور، وأن إمكانيات الهاتف الذكي التقليدية كإرسال الرسائل النصية واستخدام تطبيقات الخرائط والبوصلة والفاموس وغيرها لم تحظى باهتمام المبحوثين في حين أن جميع التطبيقات الحديثة الخاصة بالاتصال بالإنترنت حظيت باهتمام كبير من جانب المبحوثين وهذا دليل على أهمية التواصل والتفاعل الذي أفرزه استخدام الإنترنت على الهاتف الذكي .

عاشراً : توصيات الدراسة :

- ❖ يزداد عدد الهواتف الذكية التي يتم استخدامها، كما يزداد بدوره عدد مواقع الويب التي تنتج محتويات اتصالية وتفاعلية للعمل على الهواتف الذكية، فتوصى الباحثة بإنشاء مواقع ويب محسنة تدعم تطبيقات الهواتف الذكية، والتي تتيح فرص أفضل للأداء الجيد من خلال هذه الأجهزة الذكية .
- ❖ القيام بمجموعة من الدراسات علي مثل هذه العينة وهي فئة الشباب باعتبارها فئة متميزة تحتاج لمزيد من الاهتمام، ولثراء المحتوى الميداني الخاص بهذه الفئة .
- ❖ دراسة الهواتف الذكية من منظور نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام، نظراً لأن الهواتف الذكية أصبحت وسيلة إعلامية في المقام الأول وتحتوي علي خصائص وسمات الوسيلة الإعلامية، فتوصي الباحثة بدراستها من منظور إلي أي مدى يعتمد مستخدمي الهواتف الذكية عليها كوسيلة إعلامية ؟
- ❖ تصميم برامج متخصصة تتناول قضايا الشباب ومشكلاتهم، وتوجيههم بكيفية التعامل مع الوسائل التكنولوجية الحديثة .
- ❖ تفعيل دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية وتعزيز دورها في حماية الشباب من الآثار السلبية للوسائل التكنولوجية الحديثة وبشكل خاص الأجهزة الذكية .

مستخلص الدراسة :

تهدف الدراسة إلى معرفة أنماط التفاعلية التي يقوم بها الشباب المصري على الهواتف الذكية، محاولة للتعرف على أهمية وأنماط ومجالات التعرض للتكنولوجيا النقالة، معرفة طبيعة السياقات الاجتماعية - النشاط والمكان والتوقيت - لاستخدام الهواتف الذكية، التعرف على ترتيب وتفضيلات المستخدمين للوسائل الاتصالية الحديثة ومدى اعتمادهم على الهواتف الذكية في الحياة اليومية، وكما استعانت الدراسة بنظرية ثراء الوسيلة Media Richness Theory .
وتعتمد الدراسة على المنهج الكيفي حيث يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب المصري الذي يستخدم الهواتف الذكية والتي تتراوح أعمارهم بين ١٨ عاماً و٣٥ عاماً من مختلف المستويات (التعليمية ، الاقتصادية ، الاجتماعية ، الثقافية)، وكما اعتمدت الدراسة على عينة عبارة عن (١٥) فرد من الشباب المصري الذي يستخدم الهواتف الذكية لتسجيل يومياتهم لمدة (٧) أيام .

أما عن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فهي أنه يوجد اتجاه كبير نحو كثافة عدد الساعات اليومية لاستخدام الهاتف الذكي، ووجود تنوع في فترات استخدام المبحوثين للهاتف

النقال ما بين (الظهيرة ، المساء ، السهرة) بشكل متساوى، وأن أصدقاء الدّراسة والعمل هم أكثر الفئات التى يتم التّواصل معهم من خلال الرسائل الاتصاليه عبر الهاتف الذكي معظم أيام الأسبوع، وأن (الفيسبوك) يعتبر من أكثر مواقع التّواصل الاجتماعي استخداماً طوال أيام الأسبوع، وأن أكثر التطبيقات استخداماً من قبل المبحوثين جاء (Facebook messenger ، what 's app).

الكلمات الدالة : (التفاعلية ، الهواتف الذكية ، أنماط التفاعلية ، دراسة كيفية).

Abstract :

The aims of study is to Learn the interactive patterns of Egyptian youth on smart phones , Try to identify the importance, patterns and areas of exposure to mobile technology , Know the nature of social contexts - activity, location and timing - to use smart phones , Identify the order and preferences of users of modern communication methods and their dependence on smart phones in daily life . The study also used the Media Richness Theory .

This study is based on a qualitative . The study society is composed of young people who use smart phones between 18 and 35 years of age from different stages (educational, economic, social and cultural) . The study also relied on a sample of (15) Egyptian young people who use smart phones to record their diaries for (7) days .

The main findings of the study is there is a large trend towards the intensity of the number of hours per day for the use of the smart phone, And there is a diversity in periods of mobile phone use between (noon, evening, evening) equally, And that the friends of study and work are the most categories to communicate with them through communications via smart phone most days of the week, And Facebook is considered one of the most popular social networking sites on a weekday basis, And the most popular applications used by respondents are (Facebook messenger , what 's app) .

Key words : (Interactive , smart phones , interactive patterns , a qualitative Study)

مراجع الدراسة :

¹⁾ Ben Haobin Ye, et.al, (2017) Website interactivity and brand development of online travel agencies in China : The moderating role of age, **Journal of Business Research**, Available at : <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.09.046>

¹⁾ Janice Penni (2017) The future of online social networks (OSN) : A measurement analysis using social media tools and application, **Telematics and Informatics**, Volume 34, Issue 5, pp. 498 – 517 .

¹⁾ Chu-Bing Zhang, et.al (2017) How WeChat can retain users: Roles of network externalities, social interaction ties, and perceived values in building continuance intention, **Computers in Human Behavior**, Volume 69, pp. 284-293 .

- ^١ آية أحمد محمد عبد الجواد عياد (٢٠١٧) الاتصال التفاعلي في المؤسسات الحكومية في مصر من خلال شبكة الإنترنت : دراسة حالة علي موقع الحكومة الإلكترونية المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- ^١ حاتم علي حيدر مقبل (٢٠١٥) استخدام تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة في المنظمات العاملة في اليمن، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- ^١ حنان صلاح عبد العليم جوهر (٢٠١٢) التفاعلية في برامج الرأى بالقنوات الفضائية المصرية وعلاقتها بأداء القائم بالاتصال من وجهة نظر النخبة "دراسة تطبيقية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة أسيوط .
- ^١ ياسمين محمد إبراهيم السيد (٢٠١١) الاتصال التفاعلي من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها برأس المال الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- ^١ عيبر محمد حمدى (٢٠١١) تأثير طرق العرض في إدراك وتذكر المضمون الإخبارى : دراسة تجريبية مقارنة بين التلفزيون والوسائط المتعددة عبر الإنترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- ^١ Liang Zeng, Gavriel Salvendy, Min Zhang (2009) Factor structure of web site creativity, **Computers in Human Behavior**, Vol. 25, Issue 2, pp. 568 – 577 .
- ^١ حلمى محمود أحمد محسن (٢٠٠٨) قياس تفاعلية المواقع التلفزيونية الإخبارية على الإنترنت ... بالتطبيق على موقعى الجزيرة و CNN، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد التاسع والعشرون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- ^١ عبد الجواد سعيد محمد ربيع (٢٠٠٨) المدونات كأداة اتصال تفاعلى في المشاركة السياسية " دراسة تحليلية لأطروحات خطاب التعديلات الدستورية في مصر، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، المجلد التاسع، العدد الأول، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ٢٤٥ - ٢٩٣ .
- ^١ Anthony Tyrone Payne (2008) Management and Media Choice, **M.A**, University of South Alabama, USA, Available at : <http://proquest.umi.com> .
- ^١ Indeok Song (2008) Interactivity And Political Attitude formation : The Elaboration Like Lihood Model of Interactive media, **PHD**, Department of telecommunications, Indian university, Available at : <http://proquest.umi.com> .
- ^١ مها عبد المجيد صلاح (٢٠٠٧) المتغيرات المؤثرة على التفاعلية في النشر الصحفي على شبكة الإنترنت " دراسة تحليلية وشبه تجريبية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- ^١ Tanja Oblak (2005) Lack Of Interactivity and Hypertextuality IN Online Media, **GAZETTE**, Vol. 67, No. 1, pp. 87 – 106 .
- ^١ عبد الرحمن الشامى (٢٠٠٥) دور شبكة الإنترنت في بتحقيق ديمقراطية الاتصال وتفاعليته : دراسة تحليلية لعينة من المنتديات العربية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد الرابع والعشرون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ٢٨١ – ٣٢٣ .
- ^١ نجوى عبد السلام فهمى (٢٠٠١) التفاعلية في المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت "دراسة تحليلية"، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، المجلد الثانى، العدد الرابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- ^١ Eun Hwa Jung, et.al (2017) Social networking in the aging context: Why older adults use or avoid Facebook, **Telematics and Informatics**, Vol. 34, Issue 7, pp. 1071 – 1080 .
- ^١ Margherita Paganina, Giovanni Malacarne (2017) Experiential Engagement and Active vs. Passive Behavior in Mobile Location-based Social Networks : The Moderating Role of Privacy, **Journal of Interactive Marketing**, Vol. 37, pp. 133 – 148 .
- ^١ Joe Phuaa, Seunga Venus Jin, Jihoon (Jay) Kim (2017) Gratifications of using Facebook, Twitter, Instagram, or Snapchat to follow brands : The moderating effect of social comparison, trust, tie strength, and network homophily on brand identification, brand engagement, brand commitment, and membership intention, **Telematics and Informatics**, Vol. 34, Issue 1, pp. 412 – 424 .
- ^١ محمود محمد أحمد محمد (٢٠١٧) الاتصال التفاعلي لدى مستخدمي صفحات القنوات الإخبارية بمواقع الشبكات الاجتماعية والإشباع المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا .

- ^١ منار منير محمود محمد (٢٠١٥) التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية العربية والأجنبية ومدى إدراك الجمهور المصري لها، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة والنشر، كلية الإعلام، جامعة الأزهر .
- ^١ أسماء مسعد محمد عبد المجيد (٢٠١٥) الاتصال التفاعلي لدي مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام وفنون الاتصال، جامعة ٦ أكتوبر .
- ^١ رضا ابراهيم محمد (٢٠١٥) التأثير الاجتماعي لوسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكالات المنهجية، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية .
- ^١ مروه وائل عمر عبد السميع غالي (٢٠١٣) تأثير الاتصال التفاعلي للبرامج الاجتماعية لمحطات راديو الإنترنت علي معالجة القضايا الاجتماعية للشباب المصري : دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة .
- ^١ سهير صالح إبراهيم (٢٠١٠) استخدام مواقع الإنترنت التفاعلية وعلاقته بدعم ثقافة الحوار لدى الشباب المصري، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد العاشر، العدد الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- ^١ Deborah S. Chung, Seungahn Nah (2009) The effects of interactive news presentation on perceived user satisfaction of online community newspapers, **Journal of computer-mediated communication**, Vol. 14, Issue 4, pp. 855 – 874 .
- ^١ سماح عبد الرازق الشهاوي (٢٠٠٩) علاقة التفاعلية باستخدام الشباب للمواقع الموجهة لهم على شبكة الإنترنت : دراسة ميدانية على الجمهور والقائم بالاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- ^١ Su-Houn Liu, Hsiu-Li Liao, Jean A Pratt (2009) Impact of media richness and flow on e-learning technology acceptance, **Computers & Education**, Vol. 52, issue 3, pp. 599 – 607 .
- ^١ Hsin Hsin Chang, I. Chen Wang (2008) An investigation of user communication behavior in computer mediated environments, **Computers in Human Behavior**, Vol .24, Issue 5, pp. 2336 - 2356 .
- ^١ Manal Boushra (2008) Influence of web site feature – Based Interactivity on users Attitudes And Online Behavior, **PHD**, college of health and human development, The Pennsylvania state university .
- ^١ John C. Tedesco (2007) Examining Internet Interactivity Effects on Young Adult Political Information Efficacy, **American Behavioral Scientist**, Vol. 50, No.90, pp. 1183 – 1194 .
- ^١ Mark Tremayne (2005) Lessons Learned from Experiments with Interactivity on the web, **Journal of Interactive Advertising**, Vol. 5, Issue 2, Available at : <https://doi.org/10.1080/15252019.2005.10722100>
- ^١ Alberto Beuchot, Mark Bullen (2005) Interaction and Interpersonality in online Discussion forums, **Distance Education**, Vol. 26, No. 1, pp. 67 – 87 .
- ^١ Dongyoung Sohn, Byung-Kwan Lee (2005) Dimensions of interactivity : Differential effects of social psychological factors, **Journal of Computer-Mediated Communication**, Vol. 10, Issue 3, Article 6, Available at : <http://jeme.indian.edu/vol10/issue3/sohn.htm>
- ^١ Sara H. Hsieh, Timmy H. Tseng (2017) Playfulness in mobile instant messaging : Examining the influence of emoticons and text messaging on social interaction, **Computers in Human Behavior**, Vol. 69, pp. 405 – 414 .
- ^١ Laura Jane Bry, et.al (2017) Consumer Smartphone Apps Marketed for Child and Adolescent Anxiety : A Systematic Review and Content Analysis, **Behavior Therapy**, Available at : <https://doi.org/10.1016/j.beth.2017.07.008>
- ^١ Marta Blazquez Cano, et.al (2017) The influence of image interactivity upon user engagement when using mobile touch screens, **Computers in Human Behavior**, Vol. 77, pp. 406 – 412 .
- ^١ Wee-Kheng Tan, et.al (2017) Smartphone application personality and its relationship to personalities of smartphone users and social capital accrued through

use of smartphone social applications, **Telematics and Informatics**, Vol. 35, Issue 1, pp. 255 – 266 .

¹⁾ wenhuan Wang (2017) Smartphones as Social Actors? Social dispositional factors in assessing anthropomorphism, **Computers in Human Behavior**, Vol. 68, pp. 334 – 344 .

¹⁾ Michael A.Horning (2017) Interacting with news: Exploring the effects of modality and perceived responsiveness and control on news source credibility and enjoyment among second screen viewers, **Computers in Human Behavior**, Vol. 73, pp. 273 – 283 .

¹⁾ Iris Reyshav, Dezhi Wu (2016) The Interplay Between Cognitive Task Complexity and User Interaction in Mobile Collaborative Training, **Computers in Human Behavior**, Vol. 62, pp. 333 – 345 .

¹⁾ Ooi Keng - Boon, Tan Garry Wei - Han (2016) Mobile Technology Acceptance Model: An Investigation Using Mobile Users to Explore Smartphone Credit Card, **Expert Systems with Applications**, Vol. 59, pp. 33 – 46 .

¹⁾ Tuğba Koç, Aykut Hamit Turan, Algin Okursoy (2016) Acceptance and Usage of a Mobile Information System in Higher Education : An Empirical Study with Structural Equation modeling, **The International Journal of Management Education**, Vol. 14, Issue 3, pp. 286 – 300 .

¹⁾ Naincie Pindeh, Norbayah Mohd Suki, Norazah Mohd Suki, (2016) User Acceptance on Mobile Apps as an Effective Medium to Learn Kadazandusun Language, **Procedia Economics and Finance**, Vol. 37, pp. 372 – 378 .

¹⁾ Bobby T. Nguyen, Barbara S. Chaparro (2016) Apple iPad Usage Trends by Students and Non-Students, **Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting**, Vol. 56, Issue 1, pp. 1511 – 1515 .

¹⁾ Wei Wang, Qian Zhang (2016) Privacy Preservation for Context Sensing on Smartphone, **IEEE**, Vol. 24, No. 6, pp. 3235 – 3247 .

¹⁾ Mark Matthews, et.al (2016) Development and Evaluation of a Smartphone-Based Measure of Social Rhythms for Bipolar Disorder, **SAGE Journal**, Vol. 23, Issue 4, pp. 472 – 483 .

¹⁾ Alan H.S. Chan, Ke Chen, Qi Ma (2016) Personal and other factors affecting acceptance of smartphone technology by older Chinese adults, **Applied Ergonomics**, Vol. 54, pp. 62 – 71 .

¹⁾ Runhua Xu, et.al (2016) Understanding the impact of personality traits on mobile app adoption e Insights from a large-scale field study, **Computers in Human Behavior**, Vol. 62, pp. 244 - 256 .

¹⁾ Hye-Young Yoon (2016) User Acceptance of Mobile Library Applications in Academic Libraries: An Application of the Technology Acceptance Model, **The Journal of Academic Librarianship**, Vol. 42, Issue 6, pp. 687 – 693 .

¹⁾ Shuchih Ernest Chang, Wei-Cheng Shen, Anne Yenching Liu (2016) Why mobile users trust smartphone social networking services? A PLS-SEM approach, **Journal of Business Research**, Vol. 69, Issue 16, pp. 4890 – 4895 .

¹⁾ Ricardo de Sena Abrahão, Stella Naomi Moriguchi, Darly Fernando Andrade (2016) Intention of adoption of mobile payment : An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), **RAI Revista de Administração e Inovação**, Vol. 13, Issue 3, pp. 221 – 230 .

¹⁾ Qun Zhao, Chun-Der Chen, Jin-Long Wang (2016) The effects of psychological ownership and TAM on social media loyalty : An integrated model, **Telematics and Informatics**, Vol. 33, Issue 4, pp. 959 – 972 .

¹⁾ Dong - Hee Shin (2015) Effects of The Customer Experience on Satisfaction with Smartphone : Assessing Smart Satisfaction Index Between Partial least Squares, **Telecommunications Policy**, Vol. 39, Issue 8, pp. 627 – 641 .

¹⁾ Jiyeon Hwang, et.al (2014) Understanding Users' Continuance Intention to Ward Smartphone Augmented Reality Applications, **Information Development**, Vol. 32, No. 2, pp. 161 – 174 .

¹⁾ Joanne Gikas, Michael M. Grant (2013) Mobile computing devices in higher education: Student perspectives on learning with cellphones, **Internet and Higher Education**, Vol. 19, pp. 18 – 26 .

¹⁾ Ran Wei, et.al., (2013) Predicting mobile news use among college students : The role of press freedom in four Asian cities, **New Media & Society**, Vol. 16, No. 4, pp. 637 – 654 .

¹⁾ Young Kim, Dan Kim, Kathy Wachter (2012) Smartphones : User Engagement Motivations Effect on their Value, Satisfaction, and Future Engagement Intention, **PHD**, University of North Texas United States .

¹⁾ Chad C. Tossell (2012) An Empirical Analysis Of Internet Use On Smartphones : Characterizing Visit Patterns and User Differences, **PHD**, Rice University .

¹⁾ Hun Choi, Ki-Mun Kim, Yoo-Jung Choi (2011) The Understanding of Building Trust Model on Smartphone Application Focusing on Users' Motivation, **Spring Link**, Vol. 120, pp. 13 – 20 .

¹⁾ Liu xun, Zhang Ying (2011) A Little World in My Hand —The Use of Smartphones Among Low Income Minority Women, **Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication**, Available at :

http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/5/2/1/0/3/p521036_index.html

¹⁾ Ying Wang, Shaojing Sun, Gwen Hullman (2010) Communicating in the Multichannel Age: Interpersonal Communication Motivation, Interaction Involvement, and Channel Affinity, **Journal of Media and Communication Studies**, Vol. 3, No. 1, pp. 7 – 15 .

¹⁾ Shintaro Okazaki, Jaime Romero (2010) Online media rivalry : A latent class model for mobile and PC internet users, **Online Information Review**, Vol. 34, Issue 1, pp.98 – 114 .

¹⁾ Ran We (2008) Motivations for using the mobile phone for mass communications and entertainment, **Journalism and Mass Communications**, Vol. 25, Issue 1, pp. 36 – 46 .

¹⁾ Marina Kobayashi, Joseph Iloreta (2013) Diary Studies : A Method for Games User Research “In the Wild”, **Extended Proceedings of the Conference on Computer Human Interaction New York**, New York, USA .

¹⁾ Serena Hillman, et.al (2014) User Challenges and Successes with Mobile Payment Services in North America, **Proceedings of the 16th international conference on Human-computer interaction with mobile devices & services**, Available at : <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=2628389> .

¹⁾ Serena Hillman, et.al (2012) Soft Trust and mCommerce Shopping Behaviours, **Conference on Human- Computer Interaction with Mobile Devices & Services**, Available at : <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=2371574.2371593> .

¹⁾ معين صالح يحيى الميتمى (٢٠٠٩) تفضيلات مستخدمي الإنترنت لتصميم المواقع الإخبارية العربية : دراسة تحليلية وميدانية على المواقع الموجهة للجمهور العربى، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ٣٤ .

- ¹⁾ Cable DM, Yu Ky (2006) Managing Job Seekers' Organizational Image Beliefs : The Role of Media Richness and Media Credibility, **Journal of Applied Psychology**, Vol. 91, No. 4, pp. 828 – 840 .
- ¹⁾ Linda Klebe Treviño, Jane Webster, Eric W. Stein (1997) Making Connections: Complementary Influences on Communication Media Choices, Attitudes, and Use, **Organization Science**, Vol. 11, Issue 2, pp. 163 – 182 .
- ¹⁾ Morgan M. Shepherd, WM Benjamin Martz Jr (2006) Media Richness Theory and the Distance Education Environment, **Journal of Computer Information Systems**, Vol. 47, No. 1, pp. 114 – 122 .
- ¹⁾ صلاح عبد الحميد محمد (٢٠١١) الإعلام الجديد، مؤسسة طبية للنشر والتوزيع، القاهرة .
- ¹⁾ هند محمد عبد المنعم بشندى (٢٠١٢) تعليقات مستخدمى المواقع الإلكترونية الخيرية إزاء الشئون العامة في مصر : دراسة تحليلية للخطاب واتجاهاته، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ٧١ – ٧٢ .
- ¹⁾ حسنين شفيق (٢٠٠٩) الإعلام التفاعلي ثورة تكنولوجية جديدة في نظم الحاسبات والاتصالات، دار فكر وفن للطباعة والنشر، القاهرة، ص ٣٢ .
- ¹⁾ M. Weinstein (2004) **Political activity and youth in Britain**, London, pp.176 – 195 .
- ¹⁾ Michael T. Elliott, Paul Surgi Speck (2005) Factors that affect attitude toward a retail web site, **Journal of Marketing Theory and Practice**, Vol. 13, Issue 1, pp. 40 – 51 .
- ¹⁾ Birgitta Bergvall-Kåreborn, Michael Bjorn, Dider Chincholle (2011) Motivational profiles of toolkit users – iPhone and Android developers, **International Journal of Technology Marketing**, Vol. 6, Issue 1, pp. 36 – 56 .
- ¹⁾ Koen Aesaert, et.al (2015) Primary school pupils' ICT competences: Extensive model and scale development, **Computers & Education**, Vol. 81, pp. 326 – 344.
- ¹⁾ Shari P. Walsh, Katherine M. White, Ross M. Young (2008) Over Connected ? AQualitative Exploration of the Relationship Between Australian Youth the their Mobile Phones, **Journals of Adolescence**, Vol. 31, No. 1, p. 78 .

ⁱ⁾ Ben Haobin Ye, et.al, (2017) Website interactivity and brand development of online travel agencies in China : The moderating role of age, **Journal of Business Research**, Available at : <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.09.046>

ⁱⁱ⁾ Janice Penni (2017) The future of online social networks (OSN) : A measurement analysis using social media tools and application, **Telematics and Informatics**, Volume 34, Issue 5, pp. 498 – 517 .

ⁱⁱⁱ⁾ Chu-Bing Zhang, et.al (2017) How WeChat can retain users: Roles of network externalities, social interaction ties, and perceived values in building continuance intention, **Computers in Human Behavior**, Volume 69, pp. 284-293 .

^{iv)} آية أحمد محمد عبد الجواد عياد (٢٠١٧) الاتصال التفاعلي في المؤسسات الحكومية في مصر من خلال شبكة الإنترنت : دراسة حالة علي موقع الحكومة الإلكترونية المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .

^{v)} حاتم علي حيدر مقبل (٢٠١٥) استخدام تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة في المنظمات العاملة في اليمن، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .

^{vi)} حنان صلاح عبد العليم جوهر (٢٠١٢) التفاعلية في برامج الرأى بالقنوات الفضائية المصرية وعلاقتها بأداء القائم بالاتصال من وجهة نظر النخبة "دراسة تطبيقية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة أسيوط .

- vii) ياسمين محمد إبراهيم السيد (٢٠١١) الاتصال التفاعلي من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها برأس المال الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- viii) عبير محمد حمدى (٢٠١١) تأثير طرق العرض في إدراك وتذكر المضمون الإخباري : دراسة تجريبية مقارنة بين التلفزيون والوسائط المتعددة عبر الإنترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- ix) Liang Zeng, Gavriel Salvendy, Min Zhang (2009) Factor structure of web site creativity, **Computers in Human Behavior**, Vol. 25, Issue 2, pp. 568 – 577 .
- x) حلمى محمود أحمد محسن (٢٠٠٨) قياس تفاعلية المواقع التلفزيونية الإخبارية على الإنترنت ... بالتطبيق على موقعى الجزيرة و CNN، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد التاسع والعشرون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- xi) عبد الجواد سعيد محمد ربيع (٢٠٠٨) المدونات كأداة اتصال تفاعلي في المشاركة السياسية " دراسة تحليلية لأطروحات خطاب التعديلات الدستورية في مصر، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد التاسع، العدد الأول، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ٢٤٥ - ٢٩٣ .
- xii) Anthony Tyrone Payne (2008) Management and Media Choice, **M.A**, University of South Alabama, USA, Available at : [http:// proquest.umi.com](http://proquest.umi.com) .
- xiii) Indeok Song (2008) Interactivity And Political Attitude formation : The Elaboration Like Lihood Model of Interactive media, **PHD**, Department of telecommunications, Indian university, Available at : <http://proquest.umi.com> .
- xiv) مها عبد المجيد صلاح (٢٠٠٧) المتغيرات المؤثرة على التفاعلية في النشر الصحفي على شبكة الإنترنت " دراسة تحليلية وشبه تجريبية "، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- xv) Tanja Oblak (2005) Lack Of Interactivity and Hypertextuality IN Online Media, **GAZETTE**, Vol. 67, No. 1, pp. 87 – 106 .
- xvi) عبد الرحمن الشامى (٢٠٠٥) دور شبكة الإنترنت في تحقيق ديموقراطية الاتصال وتفاعليته : دراسة تحليلية لعينة من المنتديات العربية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد الرابع والعشرون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ٢٨١ – ٣٢٣ .
- xvii) نجوى عبد السلام فهمى (٢٠٠١) التفاعلية في المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت "دراسة تحليلية"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد الثاني، العدد الرابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- xviii) Eun Hwa Jung, et.al (2017) Social networking in the aging context: Why older adults use or avoid Facebook, **Telematics and Informatics**, Vol. 34, Issue 7, pp. 1071 – 1080 .
- xix) Margherita Paganina, Giovanni Malacarne (2017) Experiential Engagement and Active vs. Passive Behavior in Mobile Location-based Social Networks : The Moderating Role of Privacy, **Journal of Interactive Marketing**, Vol. 37, pp. 133 – 148 .
- xx) Joe Phuaa, Seunga Venus Jin, Jihoon (Jay) Kim (2017) Gratifications of using Facebook, Twitter, Instagram, or Snapchat to follow brands : The moderating effect of social comparison, trust, tie strength, and network homophily on brand identification, brand engagement, brand commitment, and membership intention, **Telematics and Informatics**, Vol. 34, Issue 1, pp. 412 – 424 .
- xxi) محمود محمد أحمد محمد (٢٠١٧) الاتصال التفاعلي لدى مستخدمي صفحات القنوات الإخبارية بمواقع الشبكات الاجتماعية والإشباع المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا .
- xxii) منار منير محمود محمد (٢٠١٥) التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية العربية والأجنبية ومدى إدراك الجمهور المصري لها، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة والنشر، كلية الإعلام، جامعة الأزهر .
- xxiii) أسماء مسعد محمد عبد المجيد (٢٠١٥) الاتصال التفاعلي لدى مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام وفنون الاتصال، جامعة ٦ أكتوبر .
- xxiv) رضا إبراهيم محمد (٢٠١٥) التأثير الاجتماعي لوسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات والإشكالات المنهجية، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية .

- ^{xxv}) مروه وائل عمر عبد السميع غالي (٢٠١٣) تأثير الاتصال التفاعلي للبرامج الاجتماعية لمحطات راديو الإنترنت علي معالجة القضايا الاجتماعية للشباب المصري : دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة .
- ^{xxvi}) سهير صالح إبراهيم (٢٠١٠) استخدام مواقع الإنترنت التفاعلية وعلاقته بدعم ثقافة الحوار لدى الشباب المصري، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد العاشر، العدد الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- ^{xxvii}) Deborah S. Chung, Seungahn Nah (2009) The effects of interactive news presentation on perceived user satisfaction of online community newspapers, **Journal of computer-mediated communication**, Vol. 14, Issue 4, pp. 855 – 874 .
- ^{xxviii}) سماح عبد الرازق الشهاوى (٢٠٠٩) علاقة التفاعلية باستخدام الشباب للمواقع الموجهة لهم على شبكة الإنترنت : دراسة ميدانية على الجمهور والقائم بالاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- ^{xxix}) Su-Houn Liu, Hsiu-Li Liao, Jean A Pratt (2009) Impact of media richness and flow on e-learning technology acceptance, **Computers & Education**, Vol. 52, issue 3, pp. 599 – 607 .
- ^{xxx}) Hsin Hsin Chang, I. Chen Wang (2008) An investigation of user communication behavior in computer mediated environments, **Computers in Human Behavior**, Vol .24, Issue 5, pp. 2336 - 2356 .
- ^{xxxi}) Manal Boushra (2008) Influence of web site feature – Based Interactivity on users Attitudes And Online Behavior, **PHD**, college of health and human development, The Pennsylvania state university .
- ^{xxxii}) John C. Tedesco (2007) Examining Internet Interactivity Effects on Young Adult Political Information Efficacy, **American Behavioral Scientist**, Vol. 50, No.90, pp. 1183 – 1194 .
- ^{xxxiii}) Mark Tremayne (2005) Lessons Learned from Experiments with Interactivity on the web, **Journal of Interactive Advertising**, Vol. 5, Issue 2, Available at : <https://doi.org/10.1080/15252019.2005.10722100>
- ^{xxxiv}) Alberto Beuchot, Mark Bullen (2005) Interaction and Interpersonality in online Discussion forums, **Distance Education**, Vol. 26, No. 1, pp. 67 – 87 .
- ^{xxxv}) Dongyoung Sohn, Byung-Kwan Lee (2005) Dimensions of interactivity : Differential effects of social psychological factors, **Journal of Computer-Mediated Communication**, Vol. 10, Issue 3, Article 6, Available at : <http://jeme.indian.edu/vol10/issue3/sohn.htm>
- ^{xxxvi}) Sara H. Hsieh, Timmy H. Tseng (2017) Playfulness in mobile instant messaging : Examining the influence of emoticons and text messaging on social interaction, **Computers in Human Behavior**, Vol. 69, pp. 405 – 414 .
- ^{xxxvii}) Laura Jane Bry, et.al (2017) Consumer Smartphone Apps Marketed for Child and Adolescent Anxiety : A Systematic Review and Content Analysis, **Behavior Therapy**, Available at : <https://doi.org/10.1016/j.beth.2017.07.008>
- ^{xxxviii}) Marta Blazquez Cano, et.al (2017) The influence of image interactivity upon user engagement when using mobile touch screens, **Computers in Human Behavior**, Vol. 77, pp. 406 – 412 .
- ^{xxxix}) Wee-Kheng Tan, et.al (2017) Smartphone application personality and its relationship to personalities of smartphone users and social capital accrued through use of smartphone social applications, **Telematics and Informatics**, Vol. 35, Issue 1, pp. 255 – 266 .
- ^{xl}) wenhuan Wang (2017) Smartphones as Social Actors? Social dispositional factors in assessing anthropomorphism, **Computers in Human Behavior**, Vol. 68, pp. 334 – 344 .

- ^{xli}) Michael A.Horning (2017) Interacting with news: Exploring the effects of modality and perceived responsiveness and control on news source credibility and enjoyment among second screen viewers, **Computers in Human Behavior**, Vol. 73, pp. 273 – 283 .
- ^{xlii}) Iris Reyhav, Dezhi Wu (2016) The Interplay Between Cognitive Task Complexity and User Interaction in Mobile Collaborative Training, **Computers in Human Behavior**, Vol. 62, pp. 333 – 345 .
- ^{xliii}) Ooi Keng - Boon, Tan Garry Wei - Han (2016) Mobile Technology Acceptance Model: An Investigation Using Mobile Users to Explore Smartphone Credit Card, **Expert Systems with Applications**, Vol. 59, pp. 33 – 46 .
- ^{xliiv}) Tuğba Koç, Aykut Hamit Turan, Algin Okursoy (2016) Acceptance and Usage of a Mobile Information System in Higher Education : An Empirical Study with Structural Equation modeling, **The International Journal of Management Education**, Vol. 14, Issue 3, pp. 286 – 300 .
- ^{xliv}) Naincie Pindeh, Norbayah Mohd Suki, Norazah Mohd Suki, (2016) User Acceptance on Mobile Apps as an Effective Medium to Learn Kadazandusun Language, **Procedia Economics and Finance**, Vol. 37, pp. 372 – 378 .
- ^{xlvi}) Bobby T. Nguyen, Barbara S. Chaparro (2016) Apple iPad Usage Trends by Students and Non-Students, **Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting**, Vol. 56, Issue 1, pp, 1511 – 1515 .
- ^{xlvii}) Wei Wang, Qian Zhang (2016) Privacy Preservation for Context Sensing on Smartphone, **IEEE**, Vol. 24, No. 6, pp. 3235 – 3247 .
- ^{xlviii}) Mark Matthews, et.al (2016) Development and Evaluation of a Smartphone-Based Measure of Social Rhythms for Bipolar Disorder, **SAGE Journal**, Vol. 23, Issue 4, pp. 472 – 483 .
- ^{xlix}) Alan H.S. Chan, Ke Chen, Qi Ma (2016) Personal and other factors affecting acceptance of smartphone technology by older Chinese adults, **Applied Ergonomics**, Vol. 54, pp. 62 – 71 .
- ^l) Runhua Xu, et.al (2016) Understanding the impact of personality traits on mobile app adoption e Insights from a large-scale field study, **Computers in Human Behavior**, Vol. 62, pp. 244 - 256 .
- ^{li}) Hye-Young Yoon (2016) User Acceptance of Mobile Library Applications in Academic Libraries: An Application of the Technology Acceptance Model, **The Journal of Academic Librarianship**, Vol. 42, Issue 6, pp. 687 – 693 .
- ^{lii}) Shuchih Ernest Chang, Wei-Cheng Shen, Anne Yenching Liu (2016) Why mobile users trust smartphone social networking services? A PLS-SEM approach, **Journal of Business Research**, Vol. 69, Issue 16, pp. 4890 – 4895 .
- ^{liii}) Ricardo de Sena Abrahão, Stella Naomi Moriguchi, Darly Fernando Andrade (2016) Intention of adoption of mobile payment : An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), **RAI Revista de Administração e Inovação**, Vol. 13, Issue 3, pp. 221 – 230 .
- ^{liv}) Qun Zhao, Chun-Der Chen, Jin-Long Wang (2016) The effects of psychological ownership and TAM on social media loyalty : An integrated model, **Telematics and Informatics**, Vol. 33, Issue 4, pp. 959 – 972 .
- ^{lv}) Dong - Hee Shin (2015) Effects of The Customer Experience on Satisfaction with Smartphone : Assessing Smart Satisfaction Index Between Partial least Squares, **Telecommunications Policy**, Vol. 39, Issue 8, pp. 627 – 641 .

- lvi) Jiyeon Hwang, et.al (2014) Understanding Users' Continuance Intention to Ward Smartphone Augmented Reality Applications, **Information Development**, Vol. 32, No. 2, pp. 161 – 174 .
- lvii) Joanne Gikas, Michael M. Grant (2013) Mobile computing devices in higher education: Student perspectives on learning with cellphones, **Internet and Higher Education**, Vol. 19, pp. 18 – 26 .
- lviii) Ran Wei, et.al., (2013) Predicting mobile news use among college students : The role of press freedom in four Asian cities, **New Media & Society**, Vol. 16, No. 4, pp. 637 – 654 .
- lix) Young Kim, Dan Kim, Kathy Wachter (2012) Smartphones : User Engagement Motivations Effect on their Value, Satisfaction, and Future Engagement Intention, **PHD**, University of North Texas United States .
- lx) Chad C. Tossell (2012) An Empirical Analysis Of Internet Use On Smartphones : Characterizing Visit Patterns and User Differences, **PHD**, Rice University .
- lxi) Hun Choi, Ki-Mun Kim, Yoo-Jung Choi (2011) The Understanding of Building Trust Model on Smartphone Application Focusing on Users' Motivation, **Spring Link**, Vol. 120, pp. 13 – 20 .
- lxii) Liu xun, Zhang Ying (2011) A Little World in My Hand —The Use of Smartphones Among Low Income Minority Women, **Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication**, Available at : http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/5/2/1/0/3/p521036_index.html
- lxiii) Ying Wang, Shaojing Sun, Gwen Hullman (2010) Communicating in the Multichannel Age: Interpersonal Communication Motivation, Interaction Involvement, and Channel Affinity, **Journal of Media and Communication Studies**, Vol. 3, No. 1, pp. 7 – 15 .
- lxiv) Shintaro Okazaki, Jaime Romero (2010) Online media rivalry : A latent class model for mobile and PC internet users, **Online Information Review**, Vol. 34, Issue 1, pp.98 – 114 .
- lxv) Ran We (2008) Motivations for using the mobile phone for mass communications and entertainment, **Journalism and Mass Communications**, Vol. 25, Issue 1, pp. 36 – 46 .
- lxvi) Marina Kobayashi, Joseph Iloreta (2013) Diary Studies : A Method for Games User Research “In the Wild”, **Extended Proceedings of the Conference on Computer Human Interaction New York**, New York, USA .
- lxvii) Serena Hillman, et.al (2014) User Challenges and Successes with Mobile Payment Services in North America, **Proceedings of the 16th international conference on Human-computer interaction with mobile devices & services**, Available at : <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=2628389> .
- lxviii) Serena Hillman, et.al (2012) Soft Trust and mCommerce Shopping Behaviours, **Conference on Human- Computer Interaction with Mobile Devices & Services**, Available at : <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=2371574.2371593> .
- lxix) معين صالح يحيى المينى (٢٠٠٩) تفضيلات مستخدمي الإنترنت لتصميم المواقع الإخبارية العربية : دراسة تحليلية وميدانية على المواقع الموجهة للجمهور العربي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ٣٤ .
- lxx) Cable DM, Yu Ky (2006) Managing Job Seekers' Organizational Image Beliefs : The Role of Media Richness and Media Credibility, **Journal of Applied Psychology**, Vol. 91, No. 4, pp. 828 – 840 .

- ^{lxxi}) Linda Klebe Treviño, Jane Webster, Eric W. Stein (1997) Making Connections: Complementary Influences on Communication Media Choices, Attitudes, and Use, **Organization Science**, Vol. 11, Issue 2, pp. 163 – 182 .
- ^{lxxii}) Morgan M. Shepherd, WM Benjamin Martz Jr (2006) Media Richness Theory and the Distance Education Environment, **Journal of Computer Information Systems**, Vol. 47, No. 1, pp. 114 – 122 .
- ^{lxxiii}) صلاح عبد الحميد محمد (٢٠١١) الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة .
- ^{lxxiv}) هند محمد عبد المنعم بشندى (٢٠١٢) تعليقات مستخدمى المواقع الإلكترونية الخيرية إزاء الشئون العامة فى مصر : دراسة تحليلية للخطاب واتجاهاته، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ٧١ – ٧٢ .
- ^{lxxv}) حسنين شفيق (٢٠٠٩) الإعلام التفاعلي ثورة تكنولوجية جديدة فى نظم الحاسبات والاتصالات، دار فكر وفن للطباعة والنشر، القاهرة، ص ٣٢ .
- ^{lxxvi}) M. Weinstein (2004) **Political activity and youth in Britain**, London, pp.176 – 195 .
- ^{lxxvii}) Michael T. Elliott, Paul Surgi Speck (2005) Factors that affect attitude toward a retail web site, **Journal of Marketing Theory and Practice**, Vol. 13, Issue 1, pp. 40 – 51 .
- ^{lxxviii}) Birgitta Bergvall-Kåreborn, Michael Bjorn, Dider Chincholle (2011) Motivational profiles of toolkit users – iPhone and Android developers, **International Journal of Technology Marketing**, Vol. 6, Issue 1, pp. 36 – 56 .
- ^{lxxix}) Koen Aesaert, et.al (2015) Primary school pupils' ICT competences: Extensive model and scale development, **Computers & Education**, Vol. 81, pp. 326 – 344.
- ^{lxxx}) Shari P. Walsh, Katherine M. White, Ross M. Young (2008) Over Connected ? AQualitative Exploration of the Relationship Between Australion Youth the their Mobile Phones, **Journals of Adolescence**, Vol. 31, No. 1, p. 78 .