

(/) - ()

أستاذ الإعلام المشارك، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية،

مصر

(/ /)

. مع تعدد أنماط الحياة وحركة توزيع المعلومات في المجتمع المعاصر وتنوع وسائل الاتصال وخاصة جهاز التلفزيون المحمول من قبل الأفراد ودخوله في صلب الدراسات الإعلامية المختلفة الحديثة أمراً يستدعي لفت الانتباه لهذه الوسيلة والتي أصبحت في حياة الكثير من أفراد الشعب.

مشكلة البحث: على الرغم من أهمية التلفزيون المحمول وباعتباره وسيط أو وسيلة غير مباشرة من وسائل الاتصال الشخصي إلا أنه لم يحظ بالاهتمام الكافي من قبل الباحثين، ونتيجة لذلك لم يسع الباحثين في الاتصال الشخصي أو الجماهيري لدراسة وفهم الدور الاتصالي للتلفون ووظيفته في ترويج المعلومات وتبادلها في المجتمع وهو أمر أصبح يصعب قبوله على الأقل نظراً للسمة التفاعلية للتلفون والانتشار الواسع له الذي طال معظم الفئات الاجتماعية في المجتمع. وبناء على ذلك تتمثل مشكلة البحث في التساؤلات التالية: ١- ما نظرة الأفراد للتلفون المحمول ومكانته في حياتهم؟ ٢- ما درجة تفضيل الأفراد للتلفون المحمول بالمقارنة بوسائل الاتصال البديلة؟ ٣- ما دوافع حياة الأفراد للتلفون المحمول؟ ٤- ما درجة اعتماد الأفراد في المجتمع على التلفون المحمول في الحصول على المعلومات وتبادلها؟ ٥- ما نوعية واتجاهات المعلومات التي تروّج عبر شبكته؟ ٦- ما علاقة القيم التي تحملها رسائل التلفون المحمول بالجوانب القيمية السائدة في المجتمع المصري؟

منهج البحث: منهج المسح الإعلامي - مدخل العلاقات الارتباطية. نتائج البحث: أظهرت النتائج مدى أهمية التلفون لدى عينة البحث، حيث أظهرت الغالبية أهميته. وأهمية عدم الاستغناء عنه. كما أظهرت الدراسة أن هناك علاقة تأثير وتأثر بين الرسائل التي يحملها التلفون المحمول والقيم السائدة في المجتمع المصري في الوقت الراهن.

ودعم المركز الاتصالي للفرد في شبكات الاتصال الشخصي (عبد الفتاح عبد النبي، ١٩٩٩). ومن المعروف أن الأفراد في البيئة الاجتماعية لا يعيشون في عزله ولكن في شبكة من العلاقات والتفاعلات الشخصية، وكل شخص بؤري أو محوري وتبعاً لمكانته وقدراته يرتبط بمجموعة من الأفراد المتجانسين ويشكلون معاً شبكة، وتتداخل شبكة بأخرى تبعاً للقرب الاتصالي، ودرجة التجانس والمعايير الثقافية... الخ. وكلما تزايد عدد الوصلات التي تربط بين المجموعات المختلفة في الشبكة أثر ذلك وبشدة ليس فقط على سرعة تدفق المعلومات وتقبلها ولكن توجيه وتحريف هذه المعلومات، وهنا يلعب التلفزيون دوراً أساسياً في توسيع وتعميق التداخل بين أعضاء الشبكة وغيرها من الشبكات الشخصية بما يسمح بتسهيل تدفق المعلومات وتوجيهها عبر النسق الاجتماعي وتأييد أو إعاقة للمعلومات التي تثيرها وسائل الاتصال الجماهيرية أو المنظمة.

ومن ثم يصبح دراسة وفهم الاستخدام الاتصالي لجهاز التلفزيون من قبل الأفراد، أمراً مهماً للوقوف على حركة توزيع المعلومات وتبادلها في المجتمع المعاصر مما يدخل في صلب الدراسات الإعلامية الحديثة التي اتجهت في جانبها الأكبر لدراسة الاتصال التفاعلي عن بعد مثل: التلفزيون، والبريد الإلكتروني، والانترنت، والفاكس، والكابل

تتعدد أنماط حركة توزيع المعلومات في المجتمع المعاصر، وتتفاوت بين النمط الموجه حيث تأخذ المعلومات طابعاً جماهيرياً أو جمعياً ويكون خلاله الأمر بيد المرسل والتغذية المرتدة محدودة أو نادرة، والنمط الحوارية إما عبر وسيط أو بدون مثل: الخطابات، والاتصال الشخصي، والبريد الإلكتروني والانترنت، أو التلفزيون المحمول.. الخ. والنمط الاستشاري، حيث يقوم الفرد بالبحث عن المعلومات في موضوع معين، وحفظ واسترجاع المعلومات مثل أجهزة الفيديو التسجيلي، والكابل، والأقمار الصناعية والنمط التسجيلي عبر الحاسوب، وأجهزة الاتصال والربط الإلكتروني عن بعد والستراتالات التلفزيونية، ودور النشر... الخ وخلال هذا النمط يصبح للمركز قدرة أكبر على التحكم في تدفق المعلومات بالمقارنة بقدرة الفرد (صلاح زين الدين، ٢٠٠٨).

وعلى الرغم من تكامل والتقاء أو تفصل الأنماط الأربعة لحركة انتشار وتبادل المعلومات في المجتمع، وتزايد قدرة الفرد المتلقي على اختيار المضامين الإعلامية وتوقيت تعرضه لها أو إنتاجها وتداولها، إلا أن للتلفون وأجهزة الربط التلفزيونية دور فاعل في دعم وتسهيل التقاء وتداخل أنماط توزيع المعلومات في المجتمع حيث يعد التلفزيون وشبكة الاتصال التلفزيونية من الوسائل الأساسية في طلب وتلقي المعلومات،

ليس نمط اتصالي من فرد إلى جماهير غفيرة على النحو الذي يهتمون بدراسته، ونتيجة لذلك لم يسع الباحثين في الاتصال الشخصي أو الجماهيري لدراسة وفهم الدور الاتصالي للتليفون المحمول ووظيفته في ترويج المعلومات وتبادلها في المجتمع وهو أمر أصبح يصعب قبوله على الأقل نظراً للسمة التفاعلية للتليفون والانتشار الواسع للتليفون المحمول الذي طال معظم الفئات الاجتماعية في المجتمع.

ويتحدد موضوع الدراسة الراهنة في الاتصال التليفوني وتحديد التليفون المحمول ومحاولة تتبع وفهم أدائه الاتصالي في بناء الاتصال وطبيعة ونوعية المعلومات التي يجري ترويجها وتبادلها من خلاله وعلاقة ذلك بالجوانب القيمية الراهنة في المجتمع المصري.

وتوجد عدة مبررات وراء اختيار هذا الموضوع للدراسة يمكن بلورة أهمها فيما يلي :

١- إقبال قطاعات واسعة من أفراد المجتمع المصري على حيازة التليفون المحمول لدرجة أن أنشطة تجارية عديدة أغلقت وتحولت المحلات لبيع التليفون المحمول وملحقاته وعلى الرغم من عدم دقة البيانات أو تفاوتها فإن أعداد خطوط التليفون المحمول وصل عام ٢٠٠٠ إلى ٦٥٤ ألف خط بعد أن كان (٤٠,٠٠٠) ألف خط عند دخول شبكة المحمول الأولي إلى مصر عام ١٩٩٦م. وزاد الرقم إلى (٤,٣) مليون خط عام ٢٠٠٢م، و(٦,٧) مليون خط عام ٢٠٠٤م (محمد

التليفزيوني والمناظرات... الخ، ويلفت الانتباه هنا التليفون المحمول كوسيلة من وسائل الاتصال التفاعلي ووظيفتها الإعلامية في نسق الاتصال وما تتركه هذه الوظيفة من تأثيرات على الحياة التفاعلية للمجتمع المصري.

مع عمومية وانتشار التليفون المحمول ومألوفيته في الحياة اليومية للأفراد وتزايد الوعي الحدسي بأهميته في المجتمع سواء على المستوى الاقتصادي والاجتماعي أو السياسي، فإن بواغث استخدام الأفراد لهذا النمط الاتصالي لا تزال غير واضحة أو معروفة إلى حد كبير وفي مقابل تزايد اهتمام الدراسات الإعلامية بدراسة دوافع استخدام الأفراد لوسائل الاتصال الجماهيري والإشاعات التي تحققها وسائله كالتليفزيون والراديو والصحف أو أدوارها في المناحي المختلفة نجد أن التليفون لم يحظ بالاهتمام الكافي على الرغم من أن التليفون وسيط أو وسيلة غير مباشرة من وسائل الاتصال الشخصي من قبل باحثي الاتصال الشخصي حيث جري التغاضي عن دراسة هذه الوسيلة نظراً لأن المحادثات التليفونية لديهم لا تمثل التفاعل المواجهي بالشكل المألوف الذي يسعون أساساً لدراسته (عبد الفتاح عبد النبي، ١٩٩٩).

كذلك لم يتجه باحثو الاتصال الجماهيري لدراسة التليفون المحمول مع أنه وسيط اتصالي، إلا أنه

للالتهافت إلى هذه الظاهرة ودراسة أثارها الاجتماعية والثقافية.

٢- إن استمرارية التعامل مع التليفون والنظر إليه باعتباره وسيلة خدمية مهمتها تبادل المعلومات والآراء من فرد إلى آخر وأنها معلومات خاصة نظرة تجاوزتها التقنيات والإمكانات التكنولوجية التي أصبح يوفرها جهاز التليفون المحمول، فهو لم يعد وسيلة اتصال حديثة يصعب الاستغناء عنها وحسب، وإنما صار جزءا من أسلوب ونمط الحياة واستطاع أن يفرض ثقافته في المجتمع على الأقل بفعل ما تحمله شاشته الصغيرة المضيئة من كلمات ورموز وأرقام ورسائل نصية SMS ومشاهد مرئية، وخدمات الأجهزة كخدمات التجوال الدولية (على هاشم، ١٩٩٩)، وهى الثقافة التي أصبحت أمرا واقعا يسيطر على عقول وقلوب الكثيرين خاصة الشباب بمستوياته المختلفة حتى وصل إلى أن يطلق عليها البعض "الإدمان الجديد" وما يحمله من مخاطر نفسية وصحية على أفراد المجتمع (شريف اللبان، ٢٠٠٨).

وقد باتت رسائل المحمول تحمل العديد من الأحداث السياسية والدينية أو الترفيهية والإعلانات ومواعيد المهام المختلفة، وتهاني المناسبات فضلا عن رسائل الحب والغزل، ومع الجيل الثالث للمحمول (3G) يوفر المحمول خدمات حديثة مثل تصفح الانترنت وتبادل المكالمات المصورة، وتحديد المواقع الجغرافية.. الخ، وإن كانت العوائق المادية والأمنية تحول

فتحى، ٢٠٠٨). وإلى (١٣,٧) مليون نهاية ٢٠٠٥م و(١٤,٠٥) مليون مشترك في نهاية ٢٠٠٦ وإلى (٢٧) مليون و (٧٨٧) ألف مشترك في شهر سبتمبر ٢٠٠٧م بكثافة تليفونية (١٧,٦٨٪) من إجمالي السكان ثم قفز قفزة مثيرة لافتة للنظر ووصل إلى (٣٧) مليون عميل طبقا لبيانات الهيئة القومية للاتصالات في عام ٢٠٠٨م (المصري اليوم، ٢٠٠٨). ووصل الحال إلى حيازة بعض الأفراد لأكثر من هاتف محمول، كما أن أفراد أسر عديدة كبيرها وصغيرها وفى مراحل تعليمية مختلفة ابتداء من المرحلة الابتدائية وحتى الجامعية إلا ويحوز الفرد فيهم تليفون محمول بمتوسط ثلاث أو أربع تليفونات للأسرة الواحدة، الأمر الذي يشير إلى درجة الإقبال المرتفع في المجتمع المصري على حيازة التليفون المحمول وهو الإقبال الذي امتد ليشمل الفئات والشرائح الاجتماعية العليا والمتوسطة وحتى الدنيا حيث يلاحظ المتابع أن مهن هامشية مثل البوابين والباعة الجائلين وحتى الشحاذون يستخدمون التليفون المحمول في تداول المعلومات، ولم يعد شراء جهاز تليفون محمول يشكل عائقا حيث وصل سعر شراء جهاز محمول صيني جديد وبالخط بمبلغ أقل من ٢٠٠ جنيه بخلاف أسعار سوق التليفونات المحمولة المستعملة والمسروقة، وهى معدلات حيازة تفوق معدلات حيازة أجهزة الاستقبال التليفزيوني والتي لم تتجاوز (٩,١) مليون جهاز طبقا لبيانات عام ٢٠٠٢م (محمد فتحي، ٢٠٠٨). الأمر الذي يشير إلى الضرورة العلمية

٤- إن منظومة القيم الرائجة في المجتمع المصري في المرحلة الحالية قد تعترتها بعض مظاهر يسودها الغبار وانعدام الرؤية وتتداخل فيها المعايير وذلك بفعل عوامل ومتغيرات اقتصادية وسياسية واجتماعية متسارعة وغير منضبطة فعلي المستوى الاقتصادي وبعد عدة حقب من الانفتاح الاقتصادي غير المرشد، وسيادة مفاهيم الخصخصة، والعرض والطلب وانسحاب الدولة التدريجي من العملية الإنتاجية، وإعطاء الفرصة كاملة للقطاع الخاص ليقود مسيرة التنمية وهو قطاع من نوع خاص لا هم له سوى الاستحواذ والربح السريع بوسائل مشروعة أو غير مشروعة والمتاجرة في الأقوات وصحة الأفراد والاتجاه لتصفية القطاع العام أو ما يروج له في الوقت الراهن من فكر جديد لإدارة الأصول المتبقية من القطاع العام "أى بيعه كاملاً" وهى كلها توجهات كانت وما زال لها انعكاساتها السلبية على الجوانب القيمية في المجتمع، حيث سادت قيم مثل: حيازة المال والتربح والشطارة والفهلوة... الخ، وتوارت قيم أخري مثل: الأخلاق والصدق، والأمانة والانتماء، وروح الجماعة، والمصلحة العامة، وعلى المستوى السياسي وفى مقابل الانفتاح الاقتصادي المتسارع ساد الانغلاق السياسي وجري تهميش الأحزاب السياسية والسيطرة على النقابات وعدم جدية الانتخابات وتخويف الصحف بملاحقة الكتاب المعارضين، وأصبحت وظيفة المجالس التشريعية والقوانين التي تصدرها موجهة وهزلية وهو

دون انتشار هذا النوع من الهواتف المحمولة حيث تشير البيانات إلى أن (٧٠٪) من مستخدمي المحمول في مصر لا يمتلكون القدرة المالية على استخدامها في مقابل (٢٠٪) يملكون جزئياً القدرة على استخدام تطبيقات الجيل الثالث و(١٠٪) فقط لديهم هذه القدرة (فودافون مصر، ٢٠٠٨).

وفرضت السلطات الرسمية حظراً على خاصة تحديد المواقع الجغرافية مما دفع بشركة نوكيا لإلغائها، ويبدو أن هواتف الجيل الثالث موجهة لشريحة مختلفة من المستخدمين وبالذات رجال الأعمال الكبار وأياً كان الموقف من هواتف الجيل الثالث، فإن الاستخدامات الراهنة للتليفون المحمول وتطبيقاته الرائجة بين مستخدميه يفرض مشروعية علمية لدراسته والوقوف على تأثيراته على الجوانب القيمية في المجتمع.

٣- إن محاولة التنظير لعملية الاتصال وفهم تأثيرات هذه العملية لن يتم طالما بقي الأمر مقتصرًا على دراسات الاتصال الجماهيري أو حتى الشخصي على محدوديتها، وغيبية دراسة وفهم أدوار وسائل الاتصال التفاعلي أو الوسائل مزدوجة الاتجاه وفى مقدمتها التليفون المحمول حيث لا يستخدم فقط في دمج وتماصك أفراد المجتمع ولكن أيضا في تدفق المعلومات حيث يلبي احتياجات الفرد الأساسية من معلومات اتصالية وبطريقة لا تزيد أو تقل عن حاجته الخاصة بخلاف الحال مع أجهزة الإعلام الجماهيري الموجهة.

حياة الأفراد وحقيقة الدور الذي يلعبه في تلبية احتياجاتهم الاتصالية وكيفية توظيف هؤلاء الأفراد لهذه الوسيلة الاتصالية في حياتهم .

٣- تحديد درجة اعتماد الأفراد على التليفون المحمول ومدى تفضيلهم لاستخدام هذه الأداة الاتصالية بالمقارنة بالأدوات الأخرى البديلة .

٤- الكشف عن التأثيرات القيمية لرسائل التليفون المحمول المتبادلة من الأفراد.

٥- الوقوف على طبيعة المشكلات التي يعاني منها مستخدموا التليفون المحمول وتقديم التوصيات اللازمة لتطوير أداء هذه الخدمة من وجهة نظر مستخدميها.

وعلى ضوء موضوع البحث وأهدافه تتحدد التساؤلات الآتية:

- ما نظرة الأفراد للتليفون المحمول ومكانته في حياتهم؟

- ما درجة تفضيل الأفراد للتليفون المحمول بالمقارنة بوسائل الاتصال البديلة؟

- ما دوافع حيازة الأفراد للتليفون المحمول؟

- ما درجة اعتماد الأفراد في المجتمع على

التليفون المحمول في الحصول على المعلومات وتبادلها؟

- ما نوعية واتجاهات المعلومات التي تروّج عبر شبكته؟

- ما علاقة القيم التي تحملها رسائل

التليفون المحمول بالجوانب القيمية السائدة في

أمر يساهم في انتشار الشائعات وضعف المشاركة والانتماء أو الاغتراب بين قطاعات واسعة من أفراد المجتمع. وعلى المستوى الاجتماعي صار المجتمع يشهد حالة من السيولة الطبقيّة حيث صعّدت فئات رجال الأعمال على قمة البناء الهرمي للمجتمع وتمكّن الكبار منهم من تحقيق ثروات طائلة في الوقت الذي ضعف فيه مركز الفئات المتوسطة مع الارتفاعات المتتالية في الأسعار والخدمات وأصبحت الفئات الدنيا تعاني شظف العيش وتضييق أمامها سبل الحياة الأدمية، ووصلت نسبة هؤلاء الأفراد (٥١٪) من إجمالي السكان (كريمة كريم، ٢٠٠٨).

وفي ظل هذه الأوضاع التي تنعدم فيها الرؤية وتختلط الأمور والفهم الصحيح لحقائق الأشياء يشهد الوضع القيمي في المجتمع أزمة حقيقية يلاحظها بوضوح أى متابع مما يفرض التساؤل المشروع حول انعكاسات الدور الذي يلعبه التليفون المحمول كوسيلة إعلامية فيما يتعرض له النسق القيمي في المجتمع المصرى من تغيرات وفاعليته في ترويج المعلومات أفقياً بين أفراد المجتمع.

يهدف البحث الراهن إلى:

١- تحديد نوعية المعلومات المتداولة بين

الأفراد في المجتمع عبر التليفون المحمول.

٢- الوقوف على مكانة التليفون المحمول في

المجتمع المصري؟
استهلاكي للمبحوث وهو الفائض بين
نفقات المكالمات التليفونية ونفقات السفر
الفوري .

(ب) إن الفوائد التنموية من الاتصالات
التليفونية من المحتمل أن تظهر بصورة
أوضح عند نقطة انطلاق معينة .

(ج) عبر الجانب الأكبر من المبحوثين (٥٥٪)
عن عدم رضائهم عن الخدمة التليفونية
وبالتالي تراجع الاعتماد عليها بفعل كثرة
الأعطال ونفقات الصيانة العالية، وعدم
اكتمال بعض المكالمات وانقطاعها أو
سماعها بوضوح.

ومع أهمية الدراسة وتميزها إلا أنها تركز
اهتمامها على مناخ الخدمة التليفونية واهتمامها
بالجوانب الاقتصادية على حساب بقية المنافع فضلاً
على تمحورها حول التليفون الثابت أو المنزلي .

() -

سعي الباحثون لإجراء دراسة ميدانية للوقوف
على منافع الخدمة التليفونية في القرية المصرية ومحاولة
الوقوف على المنافع الاقتصادية تحديداً التي حققها
إدخال الخدمة للقطاع الريفي في المجتمع المصري وهي
بذلك تتفق في أغراضها مع دراسة كول، حيث تكونت
عينة الدراسة من (٢٠٠٠) قروي موزعين على (١٤٦)
قرية وقد سحبت هذه القرية من سبع محافظات
زراعية، وتركزت الدراسة أساساً على المسؤولين

- ما مشكلات خدمة التليفون المحمول
وتصورات الأفراد لمعالجتها؟

توجد بعض البحوث أو أوراق العمل التي
قدمت في مؤتمرات وندوات علمية أو ملخصات
لكتابات وتقارير وردت في دوريات علمية ووكالات
التنمية، لكن تبقي حقيقة ندرة البحوث الميدانية حول
وسيلة التليفون سواء أكان ثابتاً أو محمولاً ومع ذلك
عثرنا في إطار محاولة مسح التراث السابق على دراسات
حقلية يمكن أن تكون مفيدة في إطار البحث الراهن،
وفيما يلي عرض لهذه الدراسات :

- Kaul ()

سعت هذه الدراسة لبحث علاقة الاتصالات
الهاتفية بالتنمية الريفية بالهند، حيث طبقت الدراسة
على عينة من حائزي التليفون المنزلي وكذا من
مستخدمي التليفون العمومي والمسافات الطويلة في
بعض القرى الهندية، واستخدم في ذلك أدوات المقابلة
واستمارة البحث والملاحظة المباشرة، وقد توصلت
الدراسة إلى عدد من النتائج :

(أ) أشار الجانب الأكبر من المبحوثين (٩٠٪)
أن آخر مكالماتهم كانت ذات طبيعة ملحة
وكان البديل هو السفر الفوري لنقل
الرسائل الأمر الذي أحدث فائض

أساسها بناء تساؤلات الإشباع المكتسبة في شكل استمارة بحث طبقت على عينة موسعة بلغت (٥٠٠) مبحوثاً عام ١٩٩٢ وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان على رأسها أن إشباع التليفون المنزلي على المستوى الاجتماعي تحقق الإبقاء على الصلات، تجاوز المسافات، المراقبة والإشراف أو المتابعة، المحافظة على العلاقات، تلقي أو إعطاء النصيحة أو حل مشكلة، الاستمتاع بالحديث مع الآخرين، تخفيف التوتر والشعور بالصحة وبالإضافة إلى ذلك يفى الاتصال التليفوني بمتطلبات الأمن والطوارئ والحصول على معلومات عن الطقس والسلع الاستهلاكية وتخطيط المواعيد والنشاطات.

- ()

سعت هذه الدراسة للكشف عن هوية مستخدمي التليفون في القرية المصرية وتحديد مكانة هذه الوسيلة الاتصالية لدى القرويين ودوافعهم من وراء حيازتها أو اعتمادهم عليها في مجرى حياتهم اليومية بالإضافة لمعرفة نوعية المعلومات المتدفقة عبر شبكة التليفون واتجاه سريانها داخل القرية المصرية. واستخدم الباحث أدوات المقابلة الفردية والجماعية والملاحظة، وتحليل محتوى سجلات سنترال القرية بالإضافة إلى استمارة البحث، وقد سحبت عينة الدراسة من قريتين أحدهما بوجه قبلي والأخرى بوجه بحري بلغ حجمها (٢٠٠) مشترك وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من بينها.

والتجار الكبار في القرية محل البحث أكثر من المزارعين وبعيد عن قطاع الزراعة خصت قطاع مؤسسات الخدمات، القطاع التجاري، ملاك المعدات الرأسمالية، وكبار الملاك والمهنيين والحرفيين، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها:

١- الفوائد المالية المباشرة والمتوفرة من الاختلاف بين تكلفة مكالمة التليفون والأساليب البديلة للاتصال.

٢- المحافظة على الوقت .

٣- الفوائد المالية غير المباشرة الحاصلة من تلافي قيمة العقد بسبب استخدام التليفون في الطوارئ.

٤- تزايد فوائد التليفون لدى فئات المهنيين وكبار ملاك السلع الرأسمالية والتجار.

ومع أهمية هذه النتائج إلا أنها لا تختلف كثيراً عن دراسة (كول) في تركيزها على المنافع الاقتصادية دون بقية المنافع الأخرى.

- ()

سعت هذه الدراسة لتحديد الإشباع المكتسبة من التليفون المنزلي، حيث طبقت الدراسة على عينة مكونة من (٣٨٠) مبحوثاً جرى سحبهم من دليل تليفونات مدينة أوهايو بعد تكويد الدليل بطريقة الاحتمالات المتساوية وبعد الاتصالات التليفونية مع أفراد العينة جرى حصر عبارات الإشباع والتي بلغت (١٠٦٧) عبارة إشباع مكتسبة خضعت لتحليل المضمون حيث تم حصر (١٦) عبارة جرى على

John Dimmick, et al.

-

- صعود التليفون لمرتبة متقدمة نسبياً بين وسائل الاتصال الأخرى من حيث الأهمية لدى القرويين، وجاء التليفون في المرتبة الأولى ويأتي ذلك الكتاب والتليفون بمركز متنافس وفي المرتبة الثالثة جاء الراديو ثم شرائط التسجيل .

()

سعت هذه الدراسة إلى دراسة مستويات الإشباع في كل من البريد الإلكتروني والتليفون واستخدمت الدراسة المنهج المسحي بالتطبيق على عينة من مستخدمي التليفون والبريد الإلكتروني بأوهايو بلغت (٣٠٩) مفردة حيث قاموا بملء استمارة تتضمن أسئلة مفتوحة عن أسباب استخدامهم الـ E-Mail وتأثيره على عدد المكالمات التليفونية الطويلة وتوصلت الدراسة إلى أن ٤٨٪ من مفردات العينة ذكروا أن معدل استخدامهم للتليفون انخفض عند إدخال البريد الإلكتروني في منازلهم. بينما يحقق التليفون الإشباع المطلوب لنطاق واسع من الاحتياجات للمبحوثين، ويتفوق البريد الإلكتروني في إثارة توقعات الإشباع لدى مستخدميه. أي أن الوسيلتين تتنافسان على إرضاء المستخدم ولكن لا يمكن استبدال أحدهما بالآخر.

()

-

حول دوافع الاستخدام لدى مستخدمي خدمات الهاتف (النقال) في الأردن. حيث توصلت الباحثة لعدة نتائج منها :

- وجود دوافع نفسية لاستخدام المحمول منها: حب الظهور والتميز وتوفير الأمان والرغبة في التجديد والابتكار والاستقلالية وتجنب العزلة .

- دوافع اجتماعية : المحافظة على المكانة الاجتماعية وتحقيق القبول الاجتماعي .

- إن دخول الخدمة التليفونية إلى مجتمع القرية لم يؤثر كثيراً على حركة انتقال حائزة داخل القرية أو جلساتهم المشتركة، النساء كانت أكثر من الرجال في استخدام التليفون في محادثة الأصدقاء أو الأقرباء داخل القرية.

- أظهر البحث سيادة استخدام التليفون في الجوانب الاجتماعية بقرية البحث وانخفاض إلى حد كبير نسبة استخدام التليفون في الجوانب المادية/ الاقتصادية والتي لم تتجاوز (٣٣,٣٪) فقط من إجمالي المبحوثين واختفى تماماً أية إشارات لاستخدام التليفون في المجال الأمني كحالات السرقات أو الحريق أو الكوارث .

- يحقق التليفون عدداً من الإشباعات للقرويين منها الشعور بالمكانة والاطمئنان، الدردشة، وتبادل المشورة، وقضاء مصلحة، وتبليغ رسالة لشخص آخر ليس لديه تليفون، وقضاء واجب، أو شكوي وعتاب، معرفة صلاة الجمعة، والظروف العائلية، وتحديد موعد، إلى غيرها من الأغراض الاجتماعية.

الآخرين والتباهي بامتلاك أحدث موديلات المحمول وأغلاها ثمنا، وتجاوز بعض المحظورات الأسرية مثل: الدخول في علاقات عاطفية من وراء الأهل .

٣- عدم استخدام الغالبية المحمول إلا في الاطمئنان على أفراد الأسرة أو التسلية بالحديث مع الآخرين، والاتفاق على مواعيد وأماكن المقابلات ويندر إلى حدٍ كبيرٍ استخدامه في العمل أو التجارة أو تصفح الانترنت، وميل نسبة محدودة كذلك لمتابعة الأخبار أو الاستماع للإذاعات عبر التليفون المحمول.

- ()

حول التأثير الاقتصادي والاجتماعي الذي يلعبه الموبايل بعد أقل من عقد على دخول قارة أفريقيا. استخدمت الدراسة المنهج المسحي وبلغت عينة جنوب أفريقيا (٢٥٢) مفردة وعينة تنزانيا (٢٢٣) مفرد. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- إن مالكي الموبايل أكثر استخداما له لأغراض متعددة مقارنة بغير مالكيه .

- أتاحت الموبايل المشاركة في الشبكات الاجتماعية مثل الفرق الرياضية والفنية والمنظمات والأحزاب وساعد في تدعيم العلاقات الشخصية القوية والضعيفة.

- استخدام الجهاز بكثافة بالمجتمعين محل الدراسة في الاتصال بالأصدقاء والعائلة مما يشير إلى أنه أحيانا يحل محل الاتصال المباشر.

- ذكر أغلب المبحوثين أنهم عادة يتصلون

- دوافع مهنية : الاستجابة لمتطلبات العمل المباشر والحصول على صفقات عمل من خلال الاتصال المباشر والمستمر .

- دوافع وضعية : إدارة شئون الأسرة ومتطلبات الحياة والسيطرة على المواقف والحالات الطارئة.

- ()

حول التأثيرات الاجتماعية لاستخدام التليفون المحمول بمصر. حيث سعت هذه الدراسة للتعرف على التأثيرات الاجتماعية الإيجابية والسلبية لاستخدام التليفون المحمول، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٤٣٨) مستخدما للتليفون المحمول بالقاهرة الكبرى من مختلف المستويات الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية وذلك باستخدام صحيفة الاستبيان، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

١- أن التليفون المحمول وسيلة تكنولوجية مستحدثة ألغت المسافات وحررت الإنسان من قيود المكان والزمان ويسرت الاتصال بالغير عن بعد وبالتالي ساهمت في إنجاز الكثير من الأعمال وتنظيم العلاقات الاجتماعية وممارسة الأمومة عن بُعد في المجتمع المصري، حيث أتاحت للأمهات العاملات من متابعة وتوجيه أبنائهم في البيت والمدرسة والنادي وكان ذلك بمثابة الجوانب الاجتماعية الإيجابية .

٢- أشارت إلى عدد من المظاهر السلبية للمحمول مثل استخدامه في الأماكن العامة وإزعاج

- تنوعت فوائد استخدام الموبايل بحيث جاء توفير الوقت والجهد في المرتبة الأولى، يليه سهولة الحركة، فالشعور بقدر من الأمان النفسي، فالتسلية، فالإحساس بالمكانة الاجتماعية لاستخدام أجهزة متطورة، فمتابعة أهم الأخبار والمعلومات، وأخيرا الاستغناء عن أجهزة أخرى كالمنبه والكاميرا والمفكرة.

- يستخدم أغلب المبحوثين الموبايل يوميا، يليهم من يستخدمونه حسب الظروف، ثم ٣ مرات أسبوعياً.

يتضح من العرض السابق للدراسات التي أجريت حول التليفون أنها اهتمت بدراسة الجوانب الاقتصادية (كول، وكمال المنوفي)، أو بالجوانب الاجتماعية على محدوديتها " (عبد الفتاح عبد النبي، منى سليمان، هند البداري)، وكانت الدراسة الكاملة التي اهتمت بدوافع وإشباع التليفون هي دراستي " دميك وزملاؤه" وإن كانتا قد تركتتا حول التليفون الثابت أو المنزلي بولاية أوهايو الأمريكية، هذا بالإضافة إلى التفاوت الاجتماعي والثقافي بين المجتمع الأمريكي والمجتمع المصري. ومع أن الدراسة الراهنة تتجه للوقوف على دوافع استخدامات الأفراد للتليفون المحمول وعلاقة ذلك بالجوانب القيمة الراجعة في المجتمع المصري، إلا أن الدراسة قد استفادت من البحوث السابقة على محدوديتها في تصميم أدوات البحث وفي ترشيد إجراءات العمل الميداني ودعم قدرة الباحثة على التحليل وتفسير النتائج.

بالمقربين أكثر من السفر لرؤيتهم وبغير المقربين (الأطباء رجال الأعمال، المسئولين بالحكومة) أكثر من زيارتهم.

() -

حول تأثير استخدام الجمهور المصري لوسائل الاتصال الالكترونية المستحدثة ومنها المحمول على علاقته بوسائل الإعلام المطبوعة وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على كثافة التعرض لكل وسيلة وعادات التعرض، ودوافعه، وأسباب تفضيل الجمهور لمضمون إعلامي والتوصل إلى العوامل المؤثرة على نجاح وسائل الاتصال الالكترونية المستحدثة والمطبوعة في جذب الجمهور للإقبال عليها، حيث طبقت الدراسة على عينة قوامها (٥٠٠) مفردة من محافظتي أسسيوط والقاهرة من مستخدمي قنوات الاتصال الحديثة والصحف. وقد توصلت الدراسة في مجال التليفون المحمول إلى عدة نتائج هي:

- أن معظم المبحوثين ينفقون ما بين ١٠٠ : ٣٠٠ شهريا على فاتورة التليفون المحمول.

- استخدامات التليفون المحمول، جاء على رأسها الاتصالات التليفونية، تبادل الرسائل، الاستماع للموسيقى والأغاني، استخدامه كمنبه ثم إنجاز الأعمال عن بعد، كمفكرة، التقاط الصور وتبادلها، التسلية والألعاب، وكالة حاسبة، إدارة شئون الأسرة، ثم الاستماع للراديو، والتسجيل بالكاميرا والفيديو، ثم الدخول على شبكة الانترنت، معرفة الأخبار، الدردشة على التوالي.

ونظرة المبحوثين للتليفون المحمول ودوافع حيازته ومكانة التليفون المحمول بين وسائل الاتصال البديلة، ومجالات استخدامه وأساليب توظيفه، ومدى الاعتماد عليه، ومشكلاته وأخيرا الحصول على عدد من الرسائل المرسله والمستقبله على تليفون المبحوث.

وقد جرى عرض الاستمارة بعد ذلك مصحوبة بتساؤلات البحث وأهدافه على عدد من المحكمين المتخصصين والخبراء. وطلب منهم إبداء ملاحظاتهم على تساؤلات كل بند من بنودها مع حذف أو إضافة ما يرونه بالإضافة إلى مراجعة لغة الاستمارة وخلق وفتح التساؤلات والرأى النهائي في مدى قدرة الاستمارة بصفة عامة على تحقيق أهداف البحث. ثم خضعت هذه الملاحظات للمراجعة والتقييم وساهم ذلك في ظهور الاستمارة في شكلها النهائي حيث تم اختبارها ميدانيا على عينة عشوائية قوامها (٢٠) مفردة من حائزي المحمول بمدينة الزقازيق محافظة الشرقية، ولم يلاحظ وجود أى مشكلات تذكر باستثناء التساؤل الخاص بنقل أو تسجيل بعض الرسائل وبالذات لدى الإناث وقد رأينا الإبقاء على هذا التساؤل بالاستمارة لمن يريد أن يزود الباحثة بنماذج من آخر هذه الرسائل خصوصا وأن المقابلات الفردية والجماعية الحرة سوف تتيح أيضا إمكانية الحصول على نوعيات مختلفة من هذه الرسائل. ثم تم إجراء اختبارات الصدق والثبات التي أظهرت درجة صدق وثبات عالية (٨٩٪) تؤكد فاعلية الأداة في الاستخدام لما وضعت من أجله.

- تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية التي تعني برصد وتحليل الطريقة التي يستخدم بها الأفراد التليفون المحمول ودوافعهم من وراء حيازته والمنافع المكتسبة من وراء هذه الحيازة ونوعية الرسائل المتبادلة بين الأفراد وما تحمله من معارف وقيم

ويستخدم البحث الحالى منهج المسح الإعلامى ومدخل العلاقات الارتباطية كما يستعين ببعض المقارنات للوقوف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين مسلك الجماعات المهنية المختلفة في التعامل مع التليفون المحمول، فضلا عن مدخل تحليل الأطر للكشف عن نوعية القيم التي تحملها رسائل المحمول.

- المقابلة الفردية والجماعية وإجراء المناقشات المفتوحة والحرة والحلقات النقاشية والتي من شأنها رفع بيانات متعمقة حول دوافع حيازة المحمول ومجالات استخدامه، وطبيعة المعلومات والرسائل المتداولة وتسجيل بعض هذه الرسائل للتعرف على محتواها القيمي.

- الملاحظة: وهي أداة منهجية تستخدم في توفير بيانات حول سلوك التعامل مع التليفون المحمول، ودرجة الاعتماد عليه.

- استمارة البحث: وتسعى لرفع بيانات مقننة تحتوي على عدة بنود تتعلق بالبيانات الأولية،

التساوي بين الذكور والإناث. ولتحديد مواقع مفردات العينة وبطريقة العينة العمدية الطبقة جرى سحب عينة الطلاب من الجامعة والمدارس الثانوية بالمدينة أما فئة الموظفين فتم سحبها من موظفي التربية والتعليم، ومجلس المدينة، ومديرية الشباب والرياضة، ومديرية الصحة، وفئة رجال الأعمال حيث جرى تحديد أسمائهم من جمعية رجال الأعمال والغرفة التجارية، وكبار التجار، وفئة الحرفيين تم سحبها من ورش الحدادة والنجارة والسمكرة والسباكة، وفئة المهنيين وشملت المحامي، الصيدلي، الطبيب والمهندس الحر والمحاسب الحر أما الفئة الأخيرة وهي فئة العمال فتم سحبها من عمال المطاحن ومصنع الزيوت والصابون، ومصنع الغزل والنسيج، والسعاه وتمت المقابلات مع أفراد العينة ممن يحوزون جهاز التليفون المحمول ممن تتراوح أعمارهم بين (١٥-٣٥) سنة باستثناء فئة رجال الأعمال وكبار التجار فقد انحصر التطبيق عند (٤٠) سنة. وتدرج هذه تحت أسماء المحكمين (أ.د/أمني عبد المقصود- أ.د/عبد الفتاح عبد النبي- أ.د/محمد ابراهيم عبد النبي- أ.د/محمد على شومان)

المرحلة العمرية تحت فئة الشباب الذين يشكلون الجزء المتضخم من الهرم السكاني في المجتمع المصري بالإضافة إلى أنها الفئة الأكثر تأثراً وتأثيراً بمجريات التغيير في المجتمع.

لم يعد هنالك فارق كبير بين المناطق الجغرافية المختلفة ريف وحضر أو شمال وجنوب في حيازة جهاز التليفون المحمول وعلى ضوء هذا الحجم المرتفع من الحيازة والإمكانات المتواضعة للباحثة باعتبارها تجري دراسة بمفردها وعلى نفقتها الخاصة تم تطبيق الدراسة على إحدى مدن الأقاليم، ووقع الاختيار على مدينة الزقازيق لا لتفرد يذكر سوى أنها الموطن الذي نشأت فيه الباحثة وعلى دراية كاملة بها بما يسهل من إمكانيات تطبيق الدراسة بطريقة أفضل وبلا مشكلات، وتعد مدينة الزقازيق عاصمة محافظة الشرقية ويبلغ عدد سكانها (٣٠٣ ألف) نسمة. وبها جامعة الزقازيق والعديد من الصناعات مثل الغزل والنسيج، والزيوت والصابون، والمطاحن والأعلاف وغيرها وتبعد عن القاهرة بمسافة ٨٥ كيلو متر شرقاً وترتبطها بالقاهرة ومدن القناة ووسط الدلتا وشمالها شبكة قوية من خطوط المواصلات مما ييسر حركة السكان.

وقد قامت الباحثة ولأغراض البحث وارتباطه بالجوانب القيمية بتقسيم المدينة إلى قطاعات مهنية، قطاع التعليم، قطاع الموظفين، قطاع رجال الأعمال، قطاع المهنيين، قطاع العمال، وفي نظرة أولية تم تحديد حجم العينة بـ (٣٠٠) مفردة وزعت بالتساوي على ستة قطاعات بمعدل (٥٠) مفردة لكل قطاع، وقد روعي داخل كل قطاع

يوضح الجدول رقم (٣) تقسيم أفراد العينة	
من حيث النوع.	يوضح الجدول رقم (١) طبيعة المهن التي يمتثلها المبحوثين.
. ()	. ()
ذكر	طالب
أنثى	موظف
المجموع	مهني
	حرفي
يوضح الجدول رقم (٤) المستويات التعليمية المختلفة للمبحوثين.	رجل أعمال - تاجر
. ()	عامل
يقرأ ويكتب	المجموع
مؤهل أقل من المتوسط	
مؤهل متوسط	
مؤهل جامعي (أو بالجامعة)	
مؤهل فوق الجامعي المجموع	يوضح الجدول رقم (٢) تحديد الفئات العمرية للمبحوثين. . ()
يطلق عليه أحيانا الموبايل أو الهاتف النقال أو الجوال أو الهاتف الخلوي وجميعها مترادفات ، ويقصد به الأداة التي تستخدم في إتمام الاتصال بين طرفين	- - - - -

- بينهما مسافة تطول أو تقصر ومن خلال شبكة اتصال لاسلكية تتيح إمكانية استخدامه في أي منطقة يتواجد بها الفرد وتغطيها هذه الشبكة ويوفر هذا الجهاز وبالذات الأجهزة الحديثة منه إمكانات اتصالية عالية كالتصوير والتسجيل والبلوتوث والراديو وتصفح مواقع الإنترنت وتبادل رسائل SMS، MMS، ورؤية المتحدث، وتحديد الموقع الجغرافي عبر الأقمار الصناعية وغيرها من الإمكانيات التي يصعب حصرها.
- الاتصال التفاعلي عن بعد مصطلح يطلق على العديد من الوسائل التي تتيح الربط بين نقطتين وعبر هذه الوسائل تتاح الفرصة كاملة لطرفي الاتصال للحوار المتعاقب ومن أمثلة ذلك البريد الإلكتروني والإنترنت، الفيس بوك، والفاكس، والتليفون بأنواعه المختلفة والتلجراف، والكابل التليفوني... الخ.
- يقصد بالتأثير أي تغيير يحدث لدى الأفراد في البيئة نتيجة للفعل الاتصالي مما يمكن ملاحظته وتتبعه، وعادة ما يتم التمييز بين ثلاثة مستويات من التأثير لعملية الاتصال، تأثيرات معرفية وتتعلق: بإضافة معلومات وحقائق وبيانات جديدة لمدرجات الأفراد في البيئة وتأثيرات نفسية: مثل إثارة تحذيرات، القلق، والتوتر... الخ. وأخيرا تأثيرات سلوكية، وتتعلق بالتأثير على تصرفات الأفراد في المناحي المختلفة.
- لكل مجتمع قيمه وتفضيلاته. وتشكل في كل مجتمع منظومة للقيم يتم ترتيبها في شكل سلم قيمى، وكل قيمة تشير إلى كل ما هو مرغوب وحسن ويحظى بالقبول والإقبال لدى الأفراد في حقبة زمنية معينة، وعلى ذلك لا تختفي القيمة أو تلغى ولكن تتبدل وتتعدل مواقعها على درجات السلم القيمى، فتصعد بعض القيم في حقبة زمنية معينة وتتصدر السلم القيمى وتهبط الأخرى إلى أدنى درجات هذا السلم. وعندما نتحدث عن مناخ قيمى نعني بذلك الأفكار والمعلومات الرائجة عبر رسائل الوسيلة الإعلامية، وتسعى عن عمد أو بدون لتحديد رؤى الأفراد وتفضيلاتهم فتعطي بالتكرار من شأن قيمة، وتهوى قيمة أخرى في المنظومة القيمية للمجتمع، وهي بذلك تدعم الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والسياسية السائدة.
- وتعرف القيمة إجرائيا في إطار هذه الدراسة على أنها "المعيار الذي يتم من خلاله تفضيل الفرد لتصرف معين بين البدائل المختلفة، أو قضية في مجرى الحياة اليومية للأفراد ويمكن أن تشير الكلمات والمعاني التي يجري ترديدها لنا إلى الفعل أو السلوك الذي يمارسه الفرد في مجرى الحياة اليومية".
- يتبنى البحث الحالي مدخل الاستخدام والإشباع في دراسة وتحليل فعاليات التليفون المحمول،

- أن الجمهور هو الذي يختار الوسيلة الإعلامية على ضوء احتياجاته الإعلامية.
- أن بإمكان الأفراد إخبارنا بأهدافهم واحتياجاتهم.

وعلى ضوء ذلك قدمت أدبيات الاستخدام والإشباع طرق عديدة لتصنيف احتياجات وإشباع الجمهور التي قد تصنف إلى إشباع فورية ومؤجلة أو إشباع تعليمية أو معلوماتية أو خيالية وهروبية وهناك العديد من الاحتياجات التي يمكن أن تلبها الوسائل الإعلامية:

- احتياجات معرفية (اكتساب المعلومات، المعرفة - الفهم).
- احتياجات عاطفية (العاطفة، المتعة، السرور، الخبرة الجمالية).
- احتياجات الاندماج الشخصي (تدعيم المصادقية، الثقة، الاستقرار، المركز).
- احتياجات الاندماج الاجتماعي (تقوية العلاقات مع الأسرة، الأصدقاء، مع زملاء العمل... إلخ).
- احتياجات تخفيف التوتر (الهروب، اللهو، والتسلية).

وقد تعرض هذا المدخل البحثي لانتقادات حادة (عبد الفتاح عبد النبي، ١٩٩٠). حيث أوضح البعض أنه لا يعد أن يكون مجرد استراتيجية لجمع البيانات، وأن المفاهيم التي يقوم عليها تتسم

وينطلق هذا المدخل من تصور يرى أن الأفراد لديهم الوعي والقدرة على تحديد الفوائد والإشباع المكتسبة من استخدام الوسيلة الإعلامية، وهم الذين يقومون بتوظيفها بطريقتهم الخاصة وقد راج هذا المدخل مؤخرًا في الدراسات والبحوث الإعلامية وأصبح عنوانًا للعديد من الأبحاث التي انطلقت من هذا التصور، خصوصاً بعد ظهور وسائل الاتصال التفاعلي عن بعد وانتقال ميزان القوة الاتصالية من المصدر إلى المتلقي أو على الأقل تساوى هذه القوة على عكس ما كان سائداً من قبل.

وقد قام الباحثون أمثال: كاتز ويوملر وجرافيتش Katz, Bumler & Gurevitch, M. (١٩٧٤) بتلخيص العمل في مجال بحوث الاستخدام والإشباع وأشاروا إلى أن الدراسات التي تهتم بالبحث في الجذور الاجتماعية والنفسية للاحتياجات والتي على ضوءها تتولد التوقعات ووسائل الإعلام أو المصادر الأخرى التي تقود بدورها إلى أنماط مختلفة من التعرض للوسيلة الإعلامية أو الانخراط في نشاطات أخرى ينشأ عنها إشباع الاحتياجات، ونتائج أخرى ربما في بعضها أشياء غير مقصودة.

ويعكس هذا التصور عدة أفكار من أهمها:

- أن الجمهور في العملية الاتصالية نشط وليس سلبي.
- وجود أهداف يبتغيها مستخدم الوسيلة الإعلامية.

المستخدم وتجعل الجمهور أكثر إيجابية ونشاطا بالمقارنة بالحال مع وسائل الاتصال الجماهيري إذ إنها تقدم للفرد حرية أكبر لبدء وإنهاء الفعل الاتصالي، والتوقيت المناسب للحوار، كما يتوفر بصورة واضحة الهدف والدوافع لاستخدام الوسيلة وهي كلها جوانب تتبع منطقيا أفكار مدخل الاستخدام والإشباع.

وإذا كانت هذه الدراسة تبني مفاهيم مدخل الاستخدام والإشباع وبالذات دوافع حيازة التلفزيون المحمول وآليات استخدامه من قبل الأفراد ودرجة الاعتماد عليه في الواقع الفعلي، فإن ذلك يتم من خلال تصميم استمارة بحث تتضمن تساؤلات مفتوحة ومغلقة وبدائل لاختيارات المبحوث حول بواعث وأهداف استخدام التلفزيون المحمول، تلك البواعث التي يصعب على المبحوث الإبلاغ عنها. وتلعب الملاحظة المباشرة والمناقشات والحوارات الجماعية دورها في رفع بيانات كيفية لتدعيم بيانات نتائج المقابلات المقننة مع المبحوثين.

تشابه عملية الاتصال التليفوني مع الاتصال الشخصي في الإمكانية العالية على تحقيق القرب الشخصي والرقابة الشخصية وتناوب أدوار القائم بالاتصال وبدء الفعل الاتصالي وإنهائه، وفي الوقت ذاته يتباين الاتصال التليفوني عن الاتصال الشخصي على النحو الذي أشار له "السيكس ريد"

بالغموض، مثل مفهوم الاحتياجات والاهتمام، والدوافع، فالاحتياجات والاهتمامات متعددة ومتنوعة وهناك حاجات ملحة، وأخرى أقل إلحاحاً، فقد تكون لدى الفرد حاجة ملحة في فترة معينة ولا يليها المضمون المثار عبر أجهزة الإعلام، وليس من الضروري أن يرتبط تعرض الفرد للوسيلة الإعلامية نتيجة حاجة لديه فقد تخلق هذه الوسيلة الحاجة ذاتها، وقد تقف عقبات كثيرة مادية أو جسمانية أمام تلبية الوسيلة الإعلامية لحاجات الأفراد، كما يرى هذا المدخل. كما أن فكرة الجمهور النشط أو الواعي تعد فكرة مضللة وبالذات مع التلفزيون، فالتعرض لوسائل الاتصال الجماهيري ليس دائما مقصودا وهادفا بدرجة عالية، وإنما الغالب أن الأفراد يتعاملون مع بيئة الاتصال الجماهيري بصورة تلقائية أو روتينية بما تعنيه من مستوى منخفض من الانتباه أو الاهتمام.

وقد أفضى ما تقدم من أوجه نقد وقصور لمدخل الاستخدام والإشاعات إلى غموض وإرباك شديد عند توظيف البحث لهذا المدخل على أرض الواقع، ومع ذلك تظل هذه الانتقادات مرتبطة أساسا باستخدام وسائل الاتصال الجماهيري وعلى رأسها التلفزيون والراديو والسينما والصحف والكتب... الخ، ويبقى أن الأمر جد مختلف بالنسبة لدراسة الوسائل التفاعلية مثل التلفزيون، والبريد الإلكتروني والفاكس والكابل التليفزيوني والفيديو كونفرانس، والفيس بوك،... الخ، حيث توسع هذه الوسائل من اختيارات

المناطق الحضرية بالمقارنة بالمناطق الريفية وهكذا. ولذا يمكن وصف الوظائف العامة التي يحققها التليفون للأفراد في إطار التصنيفين التاليين (Keller, Suzanne, 1996).

(

وفي إطار الوظائف النفسية يعمل التليفون على :

- تحقيق الأمن والحماية الذاتية، حيث يستخدم في حالة الأزمات المنزلية أو الطوارئ والحوادث، والاطمئنان ومتابعة أفراد الأسرة وكذلك الاطمئنان على كبار السن ممن يقيمون بمفردهم .

- إزالة التوتر، والشعور بالوحدة أو العزلة حيث الحديث والدرشة مع الآخرين.

- الشعور بالقرب من الأسرة والأصدقاء والزملاء والمحافظة على العلاقة معهم .

- إعطاء النصائح والمساعدة في حل المشكلات .

- الإحساس العاطفي للفرد بالأهمية وبأنه موضع اهتمام الآخرين .

- الاستمتاع وتمضية وقت الفراغ.

(

يحقق التليفون للفرد التواصل مع الأصدقاء والأسرة والمحافظة على هذه الصلات، والحديث

Reid,A.(١٩٧٩) في تجاوز المسافة، ونقل المعلومات السمعية، وليس الانفعالات والانطباعات والرسائل المرئية. وإن كانت التقنيات الحديثة للتليفون المحمول تسير في اتجاه تلافي التمييز الأخير حيث أصبح من السهولة بمكان نقل الصور والرسائل المرئية من خلاله، كما يتميز الاتصال التليفوني عن الاتصال الجماهيري بالسرعة العالية على تحقيق التغذية المرتدة، وبدرجة اكتمال هذه التغذية وبالقرب الشخصي في الوقت الذي يتشابه فيه مع عملية الاتصال الجماهيري في البعد الجغرافي والقدرة على تجاوز المسافات وتغطية مساحات شاسعة، والإمكانية المحدودة على تحقيق الضبط المتساوي للسلوك الاتصالي للآخرين بفعل المجهولية والبعد الجغرافي.

وأيا كان الأمر، فإنه يمكن تصور أن يقوم التليفون بعدة وظائف :

:

تتباين وظائف التليفون على المستوى الفردي بتباين الفئات الاجتماعية المختلفة: التجار والحرفيين والموظفين والمهنيين والعمال حيث يلبي التليفون لكل فئة احتياجات اتصالية معينة، كما أن الجماعات الاجتماعية الغنية ذات الدخل المرتفع تقبل على حيازة التليفون بكثافة بالمقارنة بالجماعات ذات الدخل المحدود، كما يتباين استخدام الفرد للتليفون بحالة الطقس وفصول السنة، كذلك تتزايد حاجة الأفراد للتليفون باختلاف المناطق الجغرافية فهي أعلي في

والحوار مع الآخرين بالمناطق البعيدة، والوفاء بالاحتياجات الاجتماعية مثل: تلقي وإعطاء النصائح، عقد الاتفاقيات، المعاملات، طلب السلع... الخ. بالإضافة إلى تسهيل الحصول على الخدمات مثل المواقيت والمواعيد أو الحجوزات والاستشارات الطبية أو النفسية أو القانونية وغيرها، وأخيراً تحقيق الرقابة أو الإشراف من بعد على تصرفات وأعمال الآخرين (هند أحمد، ٢٠٠٧).

تساعد الاتصالات الهاتفية في تكوين الصداقات وإنشاء الجماعات الطبيعية العفوية، كما يساعد التليفون في تعزيز الصلات والارتباطات بين الجماعات العرقية أو الدينية أو المنظمات والهيئات المهنية القائمة حيث يستخدم التليفون هنا لترتيب الاجتماعات والندوات والمحاضرات وتبادل المعلومات وغيرها من الأعمال التي تعزز الصلات بين الجماعات الاجتماعية المختلفة، كذلك يساعد التليفون أيضاً على دعم جهود الإنقاذ للجماعات الاجتماعية في حالة الأزمات مثل: الحريق والفيضانات والزلازل والغارات الجوية، حيث يقوم التليفون هنا بتوظيف المعلومات وتنسيقها بما يفضي إلى بث الطمأنينة وإزالة القلق والتوتر والتزاحم في مثل هذه المواقف.

وفضلاً عن ذلك تتيح الاتصالات الهاتفية للفئات الاجتماعية غير القادرة بفعل الأمية والعادات الاجتماعية أو تعذر الانتقال، تلقي وتبادل المعلومات.

- وظائف أمنية، مثل الربط بين المناطق الجغرافية المختلفة، ودعم قدرة السلطات المركزية والأجهزة الأمنية على تحقيق السيطرة والانضباط ومواجهة الأزمات ومتابعة كافة قطاعات الدولة وصياغة الثقافة القومية والمعايير المشتركة، ودمج الجماعات والثقافات الفرعية في الكيان الأكبر.

- وظائف اقتصادية، حيث تقدم الاتصالات الهاتفية فوائد عدة تساعد على دعم النشاط الاقتصادي في البلاد منها أن زيادة تدفق المعلومات ربما يعمل على تحسين الكفاءة الإنتاجية، كما قد تقدم الاتصالات الهاتفية تكلفة أقل نسبياً في ترويج المعلومات المطلوبة لقطاعات الإنتاج والمستهلكين، كما تساعد أيضاً على تحسين عمليات التسويق وتصريف المنتجات والسلع، وتعزيز حركة السياحة وتطويرها وتحسين كفاءة النقل والتقليل من الاحتياج للسفر وجعل المجتمع أكثر ارتباطاً وتنظيماً ومشاركة بفعل سهولة وسرعة توزيع المعلومات، هذا فضلاً عن أن الاتصالات الهاتفية قد تقوم بدور مهم

فضلا عن حث وتشجيع المبحوثين للإفصاح عن رسائل المحمول المتبادلة معهم بغية تحليلها قيماً وهو الهدف الرئيسي للبحث. ويأخذ عرض البيانات هنا منحاً كفيماً مع إمكانية التدخل في بعض الأحيان كميماً عندما يتطلب الأمر ذلك ويصبح للكم مغذى ودلالة نرى من المفيد إبرازها لدعم التحليل الكيفي.

تفصح البيانات الميدانية أن الجانب الأكبر من المبحوثين بنسبة (٣٣٪) يحوزون التليفون المحمول منذ عام إلى أقل من عامين، وأقل من عام (١٧٪) ومنذ عامين إلى أقل من ثلاثة أعوام (١٣٪) وخمسة أعوام فأكثر (١٤, ٦٧٪) و(١٢٪) و(١٠٪) على الترتيب ثلاث أعوام وأربع أعوام، وهي بيانات تشير إلى الطفرة الشديدة التي حدثت مؤخراً في معدلات حيازة التليفون المحمول وإلى الإقبال الشديد بين أفراد المجتمع المصري على حمله، على الرغم من الأزمة الاقتصادية الحادة التي برزت تداعياتها عالمياً ومحلياً، ولا ينبغي التعلل هنا بانخفاض أسعار المحمول كجهاز بحيث أصبحت فئات عديدة قادرة على شرائه ولكن أيضاً نفقات تشغيله واستخدامه التي لا تقل في أقل التقديرات عن (٥٠) جنية شهرياً طبقاً للحوار مع المبحوثين في هذا الجانب، ومع ذلك فقد تبين بوضوح من المناقشات الحرة والحلقات النقاشية أن الغالبية العظمى من المبحوثين بنسبة (٦٦, ٦٧٪) كان ثمن شراء المحمول لديهم يقل عن

في ترويج الشائعات أو الفضائح أو الأخبار السيئة أو الحد منها، وترسيخ بعض العادات والقيم الاجتماعية السلبية وهكذا.

وبصرف النظر عن هذه الأدوار والمهام أو الفوائد الممكنة للتليفون، سواء على المستوى الفردي أو الجماعة أو المجتمع فإن هذه الأدوار ترتبط في نوعيتها وكفاءتها بصورة مباشرة بالظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية السائدة في المجتمع أو المنطقة الجغرافية، وفي ذات الوقت تؤثر هذه الأدوار وسريان المعلومات عبر التليفون على هذه الظروف وطبيعة المناخ السائد في المجتمع.

نحاول في هذا الجانب عرض وتحليل البيانات التي تم رفعها من منطقة البحث سواء عبر المقابلات المقننة مع المبحوثين أعضاء عينة البحث أو الحوارات المفتوحة والحررة معهم حول رؤيتهم للتليفون المحمول ومجالات استخدامه وتوظيفه وطبيعة رسائل المحمول التي يتداولونها بينهم، وكانت هذه الحوارات عادة ما تتم بعد ملء استمارة البحث الميدانية أو عبر الدخول في حلقات نقاشية لمجموعة (٥-١٠) من المبحوثين في مواقع تواجدهم (الجامعة) للطلبة والإدارة الحكومية (للموظفين) عنابر العمل بالشركات (للعامل) مبنى جمعية رجال الأعمال. وكان الهدف منها رفع بيانات كيفية عبر المناقشة والملاحظة الذاتية للباحثة، وكذا سد العجز الذي قد يعتري بعض تساؤلات استمارة البحث

والمغرية وعروضها المتفاوتة وبفعل المنافسة مع موبينيل، وأخيرا شركة الاتصالات ربما بفعل دخولها من وقت حديث نسبيا إلى سوق المحمول.

وكان من المفيد أن يتجه الحوار مع الباحثين للتعرف على طبيعة الإمكانيات التي يوفرها المحمول لديهم، ويكشف الجدول رقم (٥) عن طبيعة هذه الإمكانيات.

(.)

.

ويتضح من بيانات الجدول رقم (٥) أن غالبية الباحثين بنسبة (٦٢,٣٣٪) يتيح المحمول لديهم التصوير بكاميرا أو بكاميراتين وهو أمر يشير في جانب أو ربما بفعل التفاخر إلى الحرص والرغبة العارمة على حيازة التليفون المحمول الأحدث والذي يتيح إمكانيات كبيرة خاصة في مجال التقاط الصور وتخزينها أو نقلها في حين لم تتجاوز نسبة من يحملون تليفون عادي بدون كاميرا (٣٧,٦٧٪) من إجمالي الأفراد عينة البحث، الأمر الذي يشير إلى تراجع إمكانيات المحمول لديهم

(٥٠٠) جنية، وأقل من (١٠٠) جنية من سوق المستعمل (١٣٪) ولم تتجاوز نسبة الشراء لأقل من (١٠٠٠) جنية و(١٠٠٠) فأكثر من (١٣,٣٣٪) و(٨,٦٧٪) على الترتيب لكل منهما مما يشير إلى محاولة التأقلم بين الأزمة الاقتصادية ومحدودية الدخل والرغبة العارمة لحيازة التليفون والتفاخر به.

وبرغم المؤشرات المذكورة آنفا اتجه الحوار مع الباحثين للتعرف على نوعية الاشتراك في الخدمة، حيث أقرت الغالبية العظمى من الباحثين بنسبة لاقتة للنظر (٩١,٦٧٪) إن ذلك يتم من خلال كارت مدفوع مقدما وذلك لإمكانية التحكم وعدم الإفراط في الاستخدام وما يجره ذلك من تكاليف لا يتحملها المستخدم في حين لم تتجاوز نسبة من يشترك عبر فاتورة شهرية (خط بيزنس) (٨,٣٣٪) معظمهم من رجال الأعمال والمهنيين.

وجاءت "شركة موبينيل" على رأس قائمة شركات المحمول الثلاث العاملة في مصر وذلك يتفق مع دراسة "دينا الهواري" حول أسباب شراء أجهزة الموبايل وعلاقتها بالعوامل الديموجرافية للمبوحوثين وتأثيره على الناس التي أظهرت أن موبينيل تأتي في الصدارة، وذلك بفارق كبير، بفعل ما تقدمه الشركة من هدايا "هدايا خطوط للناجحين في الثانوية العامة" وعروض الأسعار والدقائق والرسائل المجانية وكذلك الأجهزة، بالإضافة إلى الدعاية الضخمة لها ويلى ذلك شركة فودافون بفعل عروض الأجهزة التي تعلن عنها،

والاكتفاء فقط بإجراء المكالمات أو تلقي وإرسال الرسائل (SMS). وقد أقرت الغالبية العظمى من الباحثين أهمية التليفون المحمول ويكشف الجدول رقم (٦) عن هذه الحقيقة.

(.)

المرتفعة التي يحظى بها التليفون المحمول لديهم، وتعدد هذه الأهمية بين "قضاء المصالح والاطمئنان على الأسرة والأحباب، وتوفير نفقات السفر والانتقال، وسهولة الحمل، والاندماج مع الآخرين، والوصول إليهم في أي مكان، والانتفاع به وقت الطوارئ وبين إرسال الرسائل والحصول على معلومات، فضلا عن تصوير اللحظات الحلوة والاحتفاظ بها، وشغل الوقت في الألعاب والتسلية بالأغاني والكليات".

اتجه البحث في هذا الجانب للوقوف على مركز التليفون المحمول بالمقارنة مع وسائل الاتصال الأخرى، وجرى طرح التساؤل أي الوسائل تفضل بالترتيب التليفزيون، الراديو، الصحف، التليفون المحمول، التليفون العادي (الأرضي) المقابلة المباشرة ويكشف الجدول رقم (٧) عن ترتيب تفضيل الباحثين لهذه الوسائل .

فقد أكد (٦٩,٣٤) من أعضاء عينة البحث أن المحمول مهم في حين لم تتجاوز نسبة من أكد عدم أهميته أو أوقات مهم وأخرى غير مهم (٧,٣٣%) و(٢٣,٣٣%) على الترتيب لكل منهما مما يؤكد المكانة

(.) (.)

٣٠٠	٩	١٢	٣٣	٧٢	٩٣	٨١	تليفزيون
٣٠٠	-	١٨	٣٣	٥٤	٧٢	١٢٣	تليفون محمول
٣٠٠	٢٤	٣٠	٣٦	٧٨	٧٥	٥٧	تليفون أرضي
٣٠٠	٤٨	٥١	١١٧	٤٢	٢٤	١٨	راديو
٣٠٠	١٢٠	٩٠	٤٢	٢٤	١٢	١٢	صحف
٣٠٠	٦٦	٨١	٢١	٢٤	٣٣	٧٥	مقابلة مباشرة

طرحنا على المبحوثين التساؤل التالي. لو كان عندك عطل في التلفزيون وعطل في المحمول تفضل تصليح أيهما الأول؟ ويكشف الجدول رقم (٨) استجابات المبحوثين على هذا التساؤل؟

(.)

.

أفضل تصليح المحمول أولاً	١٥٥	٥١,٦٧%
أفضل تصليح التلفزيون أولاً	٨٢	٢٧,٣٣%
الاثنان يصلحان معاً	٦٣	٢٠%
المجموع	٣٠٠	١٠٠%

وتشير بيانات الجدول رقم (٨) إلى أن غالبية المبحوثين بنسبة (٥١,٦٧) تبادر على الفور بتصليح التلفزيون المحمول الأمر الذي يدعم البيانات السابقة والتي تشير إلى الأهمية والمكانة العالية التي أصبح يحتلها المحمول في حياة الأفراد، وحتى بالمقارنة بالتلفزيون في حين لم تتجاوز نسبة المبادرة بإصلاح التلفزيون (٢٧,٣٣%) والاثنين معاً في آن واحد (٢٠%) من إجمالي المبحوثين أعضاء عينة البحث . وفي جانب آخر وقياساً على وظيفة التسلية تعدل الوضع حيث رأى غالبية المبحوثين بنسبة (٦٥%) أنه في حالة وجود وقت للتسلية يفضل مشاهدة

فإذا اعتبرنا أن المركز الأول والثاني معاً يعبران عن درجة تفضيل عالية، وأن الترتيب الخامس والسادس يعكسان أدنى درجات التفضيل، فإننا نجد أن التلفزيون المحمول قد حظي بالمركز الأول، يليه التلفزيون في المركز الثاني، ثم الاتصال المباشر في المركز الثالث، والتلفزيون الأرضي في المركز الرابع، ثم الصحف في المركز الخامس، وأخيراً الراديو في المركز السادس، مما يشير إلى المركز المتقدم للتلفزيون المحمول من بين وسائل الاتصال الأخرى. ويؤكد الرغبة العارمة على حيازته واستخدامه في الحصول على المعلومات، وقضاء المصالح، والتسلية، فضلاً عن التفاخر، واكتساب المكانة الاجتماعية.

وقد دعمت هذه البيانات الحلقات النقاشية والحوارات المفتوحة مع المبحوثين والتي أظهرت أن هناك وسيلتين يصعب الاستغناء عنها على الإطلاق التلفزيون المحمول والتلفزيون الأرضي.

ومع ذلك فإن هناك نسبة تصل إلى (٧٧,٣٤%) قد أكدوا على عدم إمكانية الاستغناء عن التلفزيون، وتراجعت إلى حد كبير معدلات عدم الاستغناء عن الوسائل الأخرى مثل المقابلات المباشرة أو الراديو، والصحف، والكمبيوتر على الترتيب، وهي كلها مؤشرات تشير إلى المكانة العالية التي يحتلها التلفزيون المحمول والتلفزيون كوسائل اتصال لدى أفراد المجتمع . وفي محاولة من جانب الباحثة لتعميق البحث في هذا الجانب وقياس مركز المحمول بالمقارنة بالتلفزيون

التليفزيون ولم تتجاوز نسبة من أشار إلى إمكانية الدردشة في التليفون أو التسلية به (٢١,٦٧٪) واتجه آخرون بنسب لم تتجاوز (٧٪) و(٦,٣٣٪) على الترتيب إلى قراءة الجرائد أو الاستماع للإذاعة أو تفضيل قراءة القرآن أو المذاكرة للأبناء وزيارة الأقارب أو الاسترخاء مع النفس ، وهي كلها بيانات نستنتج منها أن صورة التليفون المحمول لا تميل ناحية أنه وسيلة للترفيه والتسلية وشغل وقت الفراغ بقدر ما هو للتفاخر ومسايرة العصر وتبادل الرسائل والمعلومات مع الآخرين ، في حين أن التليفزيون يظل النظر إليه باعتباره وسيلة للتسلية والترفيه.

وكان لافتاً للنظر في الحوارات الحرة والمناقشات المفتوحة مع المبحوثين عن إمكانية الاستغناء عن وسائل اتصالية يأتي على رأسها الفيديو وشرائط التسجيل والراديو والانترنت ولم يظهر المحمول ولا التليفزيون أو التليفون الأرضي في هذا السياق.

وبصورة محددة ومباشرة جرى طرح التساؤل التالي: "تقدر تستغني عن التليفون المحمول؟" ويكشف الجدول رقم (٩) استجابات المبحوثين على هذا التساؤل.

ومرة أخرى عبرت الغالبية العظمى من المبحوثين بنسبة (٨٧,٣٣٪) عن عدم قدرتها على الاستغناء عن التليفون المحمول وهو ما يدعم البيانات السابق عرضها ، في حين لم تتجاوز نسبة القدرة على الاستغناء عنه (١٢,٦٧٪) من إجمالي المبحوثين .

(.)

.)

يستطيع الاستغناء عنه	٣٨	١٢,٦٧٪
لا يستطيع الاستغناء عنه	٢٦٢	٨٧,٣٣٪
المجموع	٣٠٠	١٠٠٪

وحول أسباب عدم الاستغناء دارت الحوارات التي أفرزت عن العديد من الاستجابات منها: "يجعلني قريب من عملي وأهلي وأصدقائي طول الوقت، ومهم جدا في حياتي، عصب شغلي، نحصل من خلاله على المعلومات وإحنا قاعدين في مكانا، لما بنسأه بحس إنني ضايح مني شيء، لمواكبة العصر، الواحد ما ييقاش دقه قديمة"، إلى غيرها من الاستجابات التي تؤكد حظوة التليفون المحمول في نفوس الأفراد في المجتمع، فإذا انتقلنا إلى مبررات الاستغناء عن المحمول، فقد جاء ذلك بفعل سببين رئيسيين هما: ضيق ذات اليد مالياً لشراء الجهاز أو تكاليف شحن الرصيد ووجود التليفون الأرضي، ويفيد هنا أن نعرض لعدد من الاستجابات: "اللى عاوزني يتصل بيا على الأرضي، لتوافر كل وسائل الاتصال عندنا، مصاريف شحنة كثيرة والواحد ساعات ما يقدرش يتحكم في المكالمات، قلته أحسن، مالوش أهمية قصوى" إلى غيرها من الاستجابات التي

الأول، ثم قضاء مصلحة، وتبادل المعلومات، وأخيراً التسلية بمعدل لم يتجاوز (٤,٦٦٪) من إجمالي أهداف الاتصال.

وقد تلاحظ أن الجانب الأكبر من المبحوثين بنسبة (٧٨,٣٤٪) يقومون بتخزين (٢٠٠) نمرة تليفون في ذاكرة تليفونهم، و(٣٠٠) نمرة بنسبة (٢١,٦٦) واتجهت نسبة لم تتجاوز (١٠٪) للملئى الذاكرة بأرقام تليفونات الآخرين حسب سعة الذاكرة، وهو أمر يشير إلى محدودية شبكات التليفون المحمول للفرد بما لا يتجاوز في المتوسط العام (٢٥٠) نمرة لكل فرد واستخدامه كمفكرة لحفظ الأرقام والأسماء.

وتشير البيانات أن الجانب الأكبر من المبحوثين يستخدم المحمول في الاتصال والتحدث مع الآخرين ويكشف الجدول رقم (١٠) عن هذه الحقيقة:

() .

رنات (مسدات)	٩٣	٣١٪
إرسال رسائل	٣٦	١٢٪
الاتصال المحلي	١٦٢	٥٤٪
الاتصال الدولي	٩	٣٪
المجموع	٣٠٠	١٠٠٪

وتشير بيانات الجدول إلى أن غالبية المبحوثين بنسبة (٥٤٪) تستخدم المحمول في إجراء الاتصالات

لا تنفي الرغبة في الحيازة للتليفون المحمول وإنما العجز عن تلبية هذه الرغبة.

اتجه البحث في هذا المحور للوقوف على مجالات استخدام التليفون المحمول وهو مدخل لا يتيح فيما بعد فهم وتفسير علاقة المحمول بالجوانب القيمية، وهو ما سعى إليه في هذه الدراسة، وتشير البيانات الميدانية أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٧٣,٣٪) يتلقون اتصالاً على تليفونهم المحمول أقل من خمس مرات في اليوم الواحد، وتدنى إلى حد كبير معدلات الاتصال بهم لأقل من عشر مرات إلى (١٣,٣٣٪) وأقل من ١٥، ومن ٢٥ مرة فأكثر بنسبة (٤٪، ٤,٣٣٪، ٥٪) على الترتيب لكل منهما، وهو أمر يشير إلى الانخفاض النسبي في معدلات اتصال الأفراد بعضهم البعض باستخدام التليفون المحمول في مجرى الحياة اليومية، ونعني بالاتصال هنا المكالمات التي يجريها الأفراد معاً أو التي يستخدم فيها الرنين فقط، أو إرسال الرسائل لخفض تكلفة المكالمات.

ومع ذلك، فإن أكثر المتصلين وبأى شكل (مكالمات، رنين، رسائل) غالبيتهم من احد أفراد الأسرة او العائلة، ويولي ذلك الزملاء والأصدقاء ثم صاحب الحاجة أو المصلحة، وأخيراً الأحبة والعاشقين، وعلى حد تعبير بعض المبحوثين "الجو بتاعي" وكان الهدف من الاتصال الاطمئنان في المقام

المستفيضة أو الدردشة وتكشف البيانات الميدانية والحوارات مع المبحوثين أن متوسط إنفاق الفرد العادي على جهاز المحمول في الشهر يصل إلى خمسين جنيهاً.

وقد عبرت الغالبية العظمى من المبحوثين بنسبة (٨٠٪) عن تعودهم على إرسال الرسائل أو تلقيها عبر التليفون المحمول لديهم الأمر الذي يشير إلى أهمية الالتفات إلى تحليل الرسائل المتبادلة وليس إجراء المكالمات فقط عبر هذه الوسيلة الاتصالية، في حين مال (٦٠) مبحوثاً إلى عدم استخدامهم هذه الخاصة معظمهم من فئة العمال والحرفيين، ويفيد هنا أن نعرض لبعض الاستجابات التي وردت على لسان المبحوثين: "بكسل اكتب رسائل، أنا يادوبك بفك الخط، لأنني عندما أتحدث في التليفون بتتقضي الحاجة بسرعة عن الرسالة لأن الرسالة قد لا تعطي المعني المطلوب توصيله للآخر"، إلى غيرها من الاستجابات التي تشير إلى العجز عن كتابة الرسالة أو لأهمية الموضوع والرغبة في الحوار لتحقيق الغاية، وكانت جماعة الأصدقاء والزملاء هي الأكثر إرسالاً واستقبالاً للرسائل يليها الأقارب والأهل، ثم الأحباب من الجنسين في حين لم تتجاوز نسبة إرسال رسائل لقضاء مصالح عن (٦,٢٥٪) من إجمالي المبحوثين أفراد عينة البحث.

وكانت أكثر المناسبات التي يتم فيها إرسال وتلقي الرسائل هي الأعياد الدينية والمناسبات الاجتماعية بنسبة (٦٧,٧٥)، ويلاحظ أن نسبة تبادل

والتحدث مع الآخرين وهو أمر طبيعي ومنطقي إذا كان الهدف الاطمئنان وقضاء المصالح وتبادل المعلومات على النحو الذي عرضنا له آنفاً، ثم الرنات (مسدات) بنسبة (٣١٪) بغية لفت الانتباه والتذكير من ناحية، ومن ناحية أخرى لخفض تكلفة الاتصال وإجراء المكالمات والمحافظة على الرصيد، ثم إرسال الرسائل للهدف الأخير ذاته. ولم تتجاوز نسبة استخدام التليفون المحمول في إجراء المكالمات الدولية مع الأصدقاء والأقرباء في الخارج أو لقضاء مصلحة (٣٪) وربما بسبب ارتفاع أسعار المكالمات الدولية.

وتفصح الحوارات الحرة، والحلقات النقاشية مع المبحوثين عن عدم استخدام التليفون المحمول إلا عند الحاجة الملحة وفي أي وقت ليلاً أو نهاراً وإن كان الميل إلى الاتصال ليلاً هو الغالب ربما بفعل الانخفاض النسبي لسعر التكلفة، وهي كلها بيانات تؤكد على أن الأزمة الاقتصادية الخانقة التي يعاني منها غالبية أفراد المجتمع المصري تلقي بظلالها على استخدامات التليفون المحمول وتحد من فاعليته وطاقته القصوى بفعل ارتفاع تكلفة تشغيله بالنسبة للعديد من حائزيه وبطريقة تتجاوز إمكانياتهم المادية، وباستثناء رجال الأعمال والمهنيين وجماعة الحرفيين الذين يستخدمونه في الغالب لقضاء الأعمال والمصالح، فإن جانباً غير قليل يستخدم التليفون المحمول في إرسال الرسائل الرنات والتصوير أو الاستماع للأغاني والكليبات، ويندر إلى حد كبير استخدام المحمول في الحديث

في هذا المجال، ويولي ذلك وبفارق كبير استخدام المحمول في مجال العمل بنسبة (٢٤,٣٣٪) متفقا مع دراسة منى كامل سليمان (٢٠٠٣) حول التأثيرات الاجتماعية لاستخدام التليفون المحمول بمصر، ثم الترفية والتسلية بنسبة (١٥,٦٧٪) ودارت التسلية هنا حول التصوير، أو سماع الراديو والأغاز ومشاهدة الكليبات أو إرسال واستقبال الرسائل والنعيمات وأداء الألعاب الموجودة على التليفون المحمول، وأخيرا كل المجالات بنسبة (١٨٪) ويلاحظ عدم استخدام المحمول في المجالين الصحي والأمني الأمر، الذي يشير إلى انعدام أو ندرة استخدام المحمول بهما.

فإذا عدنا للبحث عن نوعية الرسائل محل اهتمامنا والتي يفضل المبحوث تحميلها وإرسالها جاءت الرسائل الدينية على رأس القائمة بنسبة (٢٥٪)، ثم رسائل الحب والغزل بنسبة (٢٠٪)، ثم المجاملات بنسبة (١٧,٣٣٪) والنكت والمقالب والفكاهات (١٦,٦٧٪) وإرشادات ونصائح بنسبة (١,٦٦٪) فقط. وأخيرا كل ذلك بنسبة (٦,٦٧٪) وأخرى بنسبة (١٠٪) ودارت حول عدم تفضيل تبادل الرسائل أو العجز عن كتابتها وهي كلها بيانات تشير إلى طبيعة المناخ الذي تثيره هذه الوسيلة الاتصالية "تدين، حب، مجاملات، نكت ومقالب" وكلها تحمل قيما من المفيد تحليلها والكشف عنها، ومرة أخرى يلاحظ محدودية الرسائل السياسية والتي لم تتجاوز نسبة (٢,٦٧٪) من إجمالي تفضيلات تحميل وإرسال

الرسائل ذات الطابع السياسي أو الاقتصادي على المحمول لدى جماعة المبحوثين لا تتجاوز (٣٪)، الأمر الذي يشير إلى محدودية استخدام رسائل المحمول في هذا المجال، وظلت نسبة تصل إلى (٢١,٣٣٪) تردد أنها تتلقى وترسل الرسائل في كل الأوقات والمناسبات أو إنها لا ترسل ولا تستقبل رسائل لعدم معرفة الكتابة. وحول مجالات استخدام التليفون المحمول يأتي مجال العلاقات الاجتماعية على رأس هذه المجالات ويكشف الجدول رقم (١١) هذه الحقيقة.

()

الترفيه	٤٧	١٥,٦٧٪
العلاقات الاجتماعية	١٢٠	٤٠٪
المجال الطبي والصحي	-	-
مجال العمل	٧٣	٢٤,٣٣٪
المجال السياسي	٦	٢٪
كل هذه المجالات	٥٤	١٨٪
المجموع	٣٠٠	١٠٠٪

وتفصح بيانات الجدول رقم (١١) أن المحمول يستخدم على نطاق كبير نسبيا في مجال العلاقات الاجتماعية (٤٠٪) من إجمالي المبحوثين، الأمر الذي يشير إلى دور هذه الوسيلة في تحقيق وظيفة الترابط أو التماسك الاجتماعي في المجتمع، ولعلها رغبة المبحوث في الظهور أمامنا بمظهر الوعي بأهمية التليفون المحمول

() .

أكلمه في المحمول	٩٦	٣٢٪
أذهب إليه شخصياً	١٩٥	٦٥٪
أخرى	٩	٣٪
المجموع	٣٠٠	١٠٠٪

وتكشف بيانات الجدول أن الجانب الأكبر من الباحثين يفضل الذهاب شخصياً لمقابلة القريب أو الصديق أو الزميل ربما بسبب أنه موضوع خاص أو سري يتطلب الكتمان، أو أن الشخص المطلوب في مكان قريب من المبحوث أو في البلد ذاتها، أو لعلها الرغبة في عدم استهلاك رصيد المحمول، وفضل (٣٢٪) التحدث في المحمول وبالذات إذا كان الشخص المطلوب موجود في مكان بعيد حيث قد يتساوى الأمر بين نفقات الانتقال ونفقات الحديث عبر المحمول أو يزيد عليه بكثير، ومالت نسبة لم تتجاوز (٣٪) إلى ترديد استجابات دارت حول "حسب أهمية الموضوع الشخصي".

ومرة أخرى ولمعاودة التثبت بين الاتصال الشخصي والحديث في المحمول وبعيدا عن الموضوع الخاص أو السرية المطلوبة، طرحنا على الباحثين

الرسائل عبر المحمول، وربما يأتي ذلك إما بفعل الانعزال السياسي، والابتعاد عنها، أو لعله الخوف من الأمن بعد أحداث إضراب ٦ إبريل والقبض على بعض النشطاء من الداعين إلى الإضراب، والرقابة الصارمة التي أصبح يفرضها رجال الأمن على رسائل المحمول والإنترنت وتعاون شركات الاتصالات معهم في هذا المجال.

وفي محاولة من جانب الباحثة لمعاودة التأكد من أهمية التليفون المحمول لدى الباحثين، قياساً على مدى شعورهم عند عطل التليفون المحمول لديهم، أفصحت المناقشات والحوارات الحرة عن ميل الغالبية (٥٣٪) للذهاب على الفور إلى محلات التصليح لإصلاحه، وأبدى (٢٤٪) من إجمالي الباحثين عن شعورهم بالضيق الشديد الأمر الذي يشير إلى الأهمية البالغة التي أصبح يتمتع بها التليفون المحمول لدى الأفراد والاعتقاد عليه كوسيلة يصعب الاستغناء عنها، في حين لم تتجاوز نسبة من أبدى عدم أهمية "ولا حاجة عادي" أصلحه بعدين (٢٣, ٦٩٪) من إجمالي الباحثين.

ومع ذلك ومهما كانت درجة أهمية التليفون المحمول فإنه عندما يكون هناك موضوع خاص بين المبحوث وأحد زملائه أو أقربائه فإنه يفضل الذهاب إليه والتحدث معه شخصياً ويكشف الجدول رقم (١٢) هذه الحقيقة.

- رأسها الجوانب المادية المرتبطة باستخدامه ومنها:
- ١- نفاذ الرصيد، تلف البطارية، تذبذب سعر الدقيقة، نفاذ شحن البطارية، وقت الاحتياج إليه، كثرة النقود التي تصرف على شحن الرصيد.
 - ٢- قيام الشخص المستهدف من الاتصال بغلق جهازه.
 - ٣- يجعل الفرد يعاني من الصداع من كثرة الاتصالات فضلا عن الضرر الإشعاعي الذي تسببه محطات تقوية شبكة المحمول.
 - ٤- القلق الذي يصيب الأسرة من عدم تمكنهم من الاتصال بأحد أفرادها لغلقه الجهاز أو لعدم تغطية الشبكة في منطقة تواجهه.
 - ٥- كثرة المعاكسات واقتحام الخصوصية.
 - ٦- إرسال رنات في أوقات متأخرة من الليل مما يسبب القلق.
 - ٧- انشغال الشبكة بكثافة في أوقات الذروة وفي المناسبات والأعياد مما يعيق عملية الاتصال.
 - ٨- سهولة سرقة وزيادة عدد سرقاته في كل مكان.
 - ٩- الرنين المستمر أثناء التواجد في أماكن العبادة أو المقابلات الشخصية العامة أو خلال العمل واستخدامه أثناء قيادة السيارات مما يسبب الإزعاج والعديد من المشكلات والحوادث.
 - ١٠- الرسائل الفاضحة التي تصل من أشخاص مجهولين.

السؤال الآتي: "لو فاضلي شوية وحسيت أنك عاوز تتكلم مع أحد المعارف تفضل إيه تتصل به بالمحمول أو تبعت له رسالة ولا تروح وتقعده معاه" وهنا عاد الاتصال بالمحمول ليأخذ مكان الصدارة بنسبة (٤٣٪) طالما أن الموضوع شوية وقت فراغ والرغبة فقط في محادثة الآخرين، وذلك بخلاف الموضوع الخاص. ومع ذلك فضلت نسبة لا يستهان بها (٣٢٪) الذهاب إليه ومحادثته واتجه (١٦٪) من المبحوثين لتفضيل إرسال رسالة له أو ترديد استجابة مثل: "ليس عندي وقت فراغ، أو حسب مكان تواجده"، وذلك بنسبة (٩٪) من إجمالي المبحوثين أفراد عينة البحث.

ولا يختلف الأمر كثيرا في حالة الرغبة في السؤال عن أسعار السلع أو واقعة معينة، حيث ظل تفضيل إجراء الاستعلام عبر المقابلة الشخصية هو الغالب ربما بفعل الرغبة في التمييز بين أسعار مختلف السلع في المحلات المختلفة، والبحث عن الأرخص والأجود أو الوقوف شخصياً على دقائق الواقعة وجوانبها المختلفة بالمقارنة باستخدام التليفون المحمول، والرغبة العارمة لدى مختلف قطاعات المجتمع المصري لحيازته اللهم إلا النعرة الزائدة وإثبات الذات والتفاخر أو "الفشخرة" وتقليد الغير وهي كلها جوانب مظهرية تدفع في اتجاه التوظيف السيئ للمحمول ودعم قيمة التثبيث والنزعة الاستهلاكية الرائجة لدى المجتمع المصري في المرحلة الراهنة.

وإذا انتقلنا إلى مشكلات استخدام التليفون المحمول، فإننا نجد العديد من المشكلات يأتي على

وما تحمله من دلالات فقد اتجه البحث في هذا المحور لتحقيق الهدف الرئيسي للدراسة وهو الخاص بالتأثيرات القيمة للرسائل المتبادلة بين الأفراد عبر أجهزة المحمول على الجوانب القيمة السائدة في المجتمع المصري، وفي هذا السياق جرى طرح السؤال المفتوح في نهاية استمارة البحث الميدانية: رجاء كتابة أهم رسائل استقبلتها أو أرسلتها من تليفونك المحمول خلال الفترة الماضية؟

وكان المبحوث يراجع الرسائل المخزنة على جهازه المحمول ويدونها في المكان الفارغ في الاستمارة، أو يعطي الباحثة المحمول لتراجع وتدون هذه الرسائل، وقد استغرق ذلك جهداً ووقتها طويلاً وقد رفض (٤٠) مبحوثاً بنسبة (١٣,٣٣٪) من إجمالي عينة البحث الاستجابة لهذا التساؤل حيث اعتبروها مسألة خاصة ومع ذلك فقد تمكنت الباحثة من تجميع (٦٢) رسالة متفاوتة في عدد أحرفها وكلماتها ومضمونها وإمكانيات التليفون المحمول وذلك بعد استبعاد العديد من الرسائل المكررة من حيث المضمون وقد جرى إخضاع هذه الرسائل للتحليل الكيفي الذي يركز على الأطر التالية:

- استقاء المعنى أو المغزى الظاهر أو الباطن الذي يحمله مضمون الرسالة .
- مدى تكرار المعنى في نصوص الرسائل وما يحمله من دلالات قيمة.
- تقديم نماذج لما تحمله النصوص من دلالة قيمة معينة .

ومع سقوط الشبكة أو عطلها أو كثافة تشغيلها أو عدم تغطيتها في بعض المناطق وبالذات النائية، ونفاذ شحن البطارية أو الرصيد وكثرة النفقات المادية التي تستقطع من ميزانية الأسرة الضعيفة أصلاً، بالإضافة إلى الحرج والقلق والرسائل الفاضحة والصداع...إلخ، فإن ذلك لم يحد من الميل للرغبة في حيازة المحمول وهو أمر مثير ومجرب يصعب تفسيره وفهمه.

ربما يأتي معالجة هذه المشكلات في تصورات المبحوثين أنفسهم من خلال "التوعية والتربية في وسائل الإعلام والمؤسسات التعليمية لترشيد استخدام التليفون المحمول في المفيد والنافع وعند الضرورة، واستيراد أجهزة نظيفة ذات جودة عالية وليست درجة ثلاثة، وأن تكون المنافسة بين شركات المحمول شريفة بل وأمينه بينها وبين العملاء، وأن تنشط مباحث التموين والهيئات الرقابية وتتابع بكثافة الرقابة على البطاريات المزيفة الموجود في السوق وكذا تنشط مباحث الاتصالات في التصدي لمعاكسات المحمول وهوأة إرسال الرسائل والصور الفاضحة، فضلاً عن إعداد مهندسين متخصصين في صيانة المحمول وأعطال الشبكات" إلى غيرها من الحلول التي تشير إلى الصعوبات والمشكلات التي يعاني منها استخدام المحمول في المجتمع المصري.

بصرف النظر عن نتائج المحاور السابق عرضها

ومتقلش لحد، حبيبي عايزله شيشه ومنين أجيله شيشه جيتله حتة حشيشه حبسوني وحبسوه، أرحمني يامفتري، يوم دمع وحزن ويوم فرح وهشتكه، يا ملقح جوا في قلبي وأنا قلبي مش متين من حبك جالي سكر، أديني أنسولين، لو في عمري يوم أتمني أعيشه جنبك ولو باقي لي كلمة أتمني أقول بحبك ولو خلاص هموت أتمني أموت في حضنك"، وهذا جزء قليل من كثير ناهيك عن الصور الجنسية البشعة التي يشعر الباحث بالخبث من عرضها لفتيات عاريات وأخريات يارسن الجنس بل ومنقبات يبرزن مناطق حساسة من أجسادهن وهو ما يشير إلى انحطاط أخلاقي رهيب لدى بعض الفئات وعبر أجهزة المحمول.

:

تميل الرسائل في هذا الجانب إلى الأدعية والأحاديث الشريفة والآيات القرآنية والمواعظ الدينية الموجهة للآخر وللأحباب أيضاً، ومن نماذج هذه الرسائل "ليطمئن قلبك فرزقك لن يأخذه غيرك، وأعلم أن ما عند الله لا ينال إلا بطاعته، قال الله تعالى "أنا عند حسن ظن عبدي بي، فليظن بي ما شاء فلا تقنطي من رحمة الله واسأليه من فضله" طهر الله قلبك وأزاح الله همك، وغفر الله ذنبك، اللهم إن كنت حفظت قرآنك إلى يوم الدين فاحفظ قارئ هذه الرسالة يارب العالمين، ودي أشوفك بس فين؟! تحت ظل الرحمن يوم القيامة، تبسم فإن هناك من يحبك "يعتني بك" يحميك ..يسمعك ..يراك ..هو الله"، ومن المؤكد أن

- علاقة القيم التي جرى تحديدها في نصوص الرسائل بالمناخ القيمي العام في المجتمع المصري (الخلفية المرجعية).

ولا يسعى التحليل إلى تعيين وتحديد القيمة فقط بقدر ما يعني أيضاً يبحث الهدف من القيمة، لما لذلك من علاقة بالجوانب القيمية القيمي محل الاهتمام، ولتوضيح هذه النقطة الأخيرة، فإن التعاون قيمة إيجابية مرغوبة ولكن الهدف من التعاون قد يختلف. فقد يكون التعاون على البر والتقوى ومساعدة الآخرين أو يكون تعاون على السرقة والعدوان وإرهاب الآخرين وهكذا.

وفي إطار الرسائل التي أشرنا إليها من قبل وتدور حول الرسائل الدينية ورسائل الحب، والتهاني والأعياد والنكات والشائعات، فضلاً عن الرسائل الخدمية وذات الدلالة السياسية والاقتصادية يمكن هنا عرض جانب من مضامين هذه الرسائل.

:

يتم تبادل هذه الرسائل عبر التليفون المحمول بصورة قد تخدش الحياء أحياناً لما تحتويه من عبارات غير لائقة وموجهة جنسياً وتخرج عاطفة الحب من السمو الروحي والأخلاقي.

ويفيد أن نعرض لنماذج من هذه الرسائل :

"الحب دح دح والهجر كخ كخ، بحبك حب البطة للبطوط وحب السمكة للقرموط، تقلان عليه ليه في حد جنبك متأكد؟ انزل تحت، انتبه خد بوسه

هذه النزعة الدينية تتواكب مع الميل الطبيعي للتدين الذي يسود قطاع عريض من المجتمع المصري ، ربما كرد فعل مضاد لسيادة مناخ الانحلال الخلقي والجنسي السابق الإشارة إليه أو كتعبير عن اختلال القيم والمعايير والازدواجية الواضحة في المناخ الثقافي الراهن في المجتمع المصري أو لعلها انعكاس لحالة الاغتراب والهروب من الواقع المختل وانعدام العدالة والتضييق على حرية التعبير الذي يتم من خلاله المطالبة بالتغيير :

يعمل التليفون المحمول عبر هذه النوعية من الرسائل إلى تعزيز قيم التواصل والتماسك الاجتماعي عبر دعم العلاقات وشبكات الاتصال الشخصي في المجتمع ، وقد نلاحظ أن هذه النوعية من الرسائل عادة ما تدور بين أفراد العائلة الواحدة أو بين الأصدقاء والزملاء ، الأمر الذي يساهم في تحقيق الألفة والترابط الاجتماعي ، ومن نماذج هذه الرسائل " عيد سعيد وعمر مديد ولبس جديد وصحة حديد وبوسة حبيبي الوحيد ، مبروك النجاح ، ألف مبروك مراتك خلفت ولد ، زوجي كل سنة وأنت طيب النهاردة عيد زواجنا ، كل سنة وأنت طيب ياروح قلبي وباعمرى يا حبي الأول والأخير بجنبك " ، وهكذا يتم تبادل هذه الرسائل في الأعياد والمناسبات كأعياد الميلاد والزواج والنجاح ، وهي كلها أمور تدفع في اتجاه التضامن الاجتماعي وتعزيز الترابط العائلي والأسري وتماسك المجتمع .

تتوافر هذه الرسائل عبر دعاية شركات المحمول عن خدماتها المتنوعة كتخفيض في أسعار الدقيقة والسدقات المجانية والخدمات المتنوعة التي تقدمها شركات المحمول والدعاية للعديد من الشركات كالمطاعم ، والفنادق ، والسلع الغذائية وغيرها من المصالح والأغراض التجارية ، بالإضافة للرسائل المجانية " كلمني شكراً" حولي رصيد". وفى إطار النزعة الاستهلاكية الرائجة وشيوع القيم المادية وصدارتها لمنظومة القيم الاجتماعية في المجتمع المصري يشكل جهاز المحمول في حد ذاته كجهاز قيمة استهلاكية تتمثل في ميل الأفراد لاستبدال التليفون المحمول لديهم بالجهاز الأحدث والتي تتنافس وتتسابق الشركات المنتجة لإدخاله للسوق في فترات وجيزة نظراً للتقدم الهائل في التقنيات التكنولوجية وتكنولوجيا والابتكار في إمكانات الأجهزة وهكذا ، فإذا كان جهاز المحمول الحديث متوسط سعره (٣٠٠٠) جنية فإنه بعد شهور قليلة من استعماله يتدهور سعره كجهاز قديم ومستعمل نظراً لهستيريا المحمول في المجتمع وامتلاك الأحدث من قبيل التفاخر وإضفاء المكانة الاجتماعية المتميزة حتى على مستوى الطبقات الفقيرة في المجتمع ، فإذا تجاوزنا جهاز المحمول إلى عمليات استخدامه ومع انتشار أعطاله وسعر خدمات الصيانة ، فإننا نلمس الإنفاق البذخي في مقابل مردود اقتصادي محدود ، وقد أشرنا من قبل في هذه الدراسة إلى أن متوسط الإنفاق

للوضع السياسي العام في الداخل والخارج ولرجال الشرطة والأمن فالبعض يحمل على جهازه المحمول مشاهد لإعدام صدام حسين ومحاکمته وأخر يصور نحر رهينة غربية بيد مقاومين في العراق، وضرب مواطن على قفاه بحركة متتابعة احترافية وإليه، وفي أحد أقسام الشرطة تعذيب أحد المحتجزين في قسم شرطة على يد أحد الضباط فيما عرف بقضية "عماد الكبير" تظاهرة أمام سلم إحدى النقابات المهنية حيث تنهك أعراض المتظاهرات على يد مجموعة من بلطجية النظام، في زنزانة بأحد الأقسام تظهر الفتيات وهن يتعرضن لضرب قاسي بكرياج وهن يصرخن بفزع رهيب، وبعضهن يتسلق الجدار هرباً من الجلد العشوائي العنيف والمتلاحق فيتعثرن في ملابسهن فتبدو أجسادهن متاحة للنظر ولصعقات الكرياج في آن واحد، وكلها مشاهد تثير الغضب والحقد على السلطات وحادثة إلقاء الحذاء على بوش في نهاية فترة ولايته وهو في العراق إلى غيرها من مشاهد الفيديو التي رصدناها بكثافة على أجهزة المحمول، أما النكات فكثيرة ومن نماذجها واحد مسكته الشرطة مع واحدة في سيارة قالوا أثبت أنها زوجتك قال أبوسها قدامكم، اثنين مساطيل ماشيين في الشارع قابلتهم مديعة قالت للأول مصر بتمثل لك إيه قال لها أمي وقالت للتاني وأنت قال لها ما حبش أتكلم على أم واحد صاحبي، واحد صعيدى اشترى آله حاسبة وشال منها الصفر علشان ما يتصلش دولي، وهكذا تتوالي النكت على

الشهري لمستخدم المحمول يصل إلى ٥٠ جنيهاً، وهو مبلغ يفوق إمكانات قطاع واسع من حائزي المحمول في مصر ويفسر أسباب انتشار الرنات (مسدات) في المحمول للاطمئنان بدلاً من الحديث وإجراء المكالمات من خلاله، هذا بالإضافة إلى الاشتراك في المسابقات الوهمية عبر المحمول وتحميل الرنات والأغاني وما تسببه من نفقات مالية، على أن الإنفاق البذخي والنزعة الاستهلاكية التي يدعمها جهاز المحمول يؤثر على قيمة أخرى وهي قيمة الادخار، وهي قيمة إيجابية ومرغوبة، حيث يساعد تعاضم المدخرات في المجتمع إلى استثمارها في المشروعات المختلفة بما تتيحه من فرص عمل جديدة الأمر الذي يخفف من مشكلة البطالة وبالذات أمام الشباب وقد دأبت وزارة الاتصالات على الإعلان عن حجم مدخرات الأفراد بمكاتب البريد وهو الوعاء الادخاري الذي كان يفضلته محدوداً في الدخل ثم تراجع مؤخراً عن هذا الإعلان بفعل تراجع هذه المدخرات (جريدة الدستور، ٢٠٠٧).

وتحت عنوان "سفه الفقراء" كتبت جريدة أخبار اليوم أن (٧٥٠) مليون جنيه تنفق على رسائل (SMS) في المجتمع المصري من بينهم أفراد يعيشون في المناطق العشوائية الفقيرة (أخبار اليوم، ٢٠٠٨).

:

تميل الرسائل في هذا الجانب وعبر النكات وما تحمله من إسقاط سياسي والصور ومشاهد الفيديو إلى الإيحاء بما تمتلئ به نفوس الأفراد من مشاعر الغضب

الشباب وهم الشريحة العريضة في المجتمع، اتجهت رسائل المحمول لدعم الاغتراب، وعدم الانتماء، والهروب من الواقع، وانعدام الرغبة في التصدي، وكرهية السلطات والاستعداد للعمل ضدها فعلياً أو معنوياً.

لقد ساعد المحمول على تدعيم شبكات الاتصال الشخصي وتداول المعلومات وتدفعها في المجتمع، ونستطيع أن نفهم الآن لماذا المناخ العام في مصر مشبع بالشائعات والنكات والتدين والانحراف الأخلاقي والصور الإباحية عبر رسائل المحمول والتكالب على حيازة المال بأي وسيلة وأسلوب انتشار الفساد المالي والأخلاقي وهو مناخ قد يغذيه واقع متأزم بشدة: سياسياً واقتصادياً واجتماعياً، وجاء التليفون المحمول كوسيلة اتصال تأثر استخدامها بهذه الجوانب بهذا المناخ وساعدت بدورها في تدعيمه وليس تغييره.

يمكن بلورة نتائج العمل الميداني للدراسة فيما يلي:

- تزايد إقبال المصريين على حيازة التليفون المحمول خلال السنوات القليلة الماضية بحيث أن (١٠٪) فقط من إجمالي العينة المبحوثة هي التي تجاوزت مدة حيازتها للمحمول ٥ سنوات في الوقت الذي مر على (٣٣٪) منهم عام أو أقل ووصل الأمر إلى الإقبال الشديد في كافة الفئات مؤخراً على حيازة المحمول رغم

السلطة والصعاب والمساويل والحشاشين وكلها لها دلالتها السياسية والاجتماعية وهي جميعها تعبر عن واقع مجتمعي مضطرب، ومن المعروف أن النكتة هي تراث وآلية يومية للتعامل مع الواقع والتصالح معه دون مواجهة حقيقية، ومع ذلك فقد ساهمت مثل هذه الرسائل في رواج عبارات ومفاهيم ونمط معيشي جديد أصبح لا غني عنه وبالذات كلما تزايدت قسوة الواقع وضراوته، وقد حدث كما أشرنا من قبل وبعد أن قام شباب ٦ إبريل بالدعوة للإضراب العام من خلال Face Book وتداول الدعوة على نطاق كبير من خلال إرسال (SMS) أن اتجهت أجهزة الأمن وبالتعاون مع شركات المحمول بتتبع مروجي الشائعات السياسية عبر الهواتف المحمولة والانترنت، وهو ما أفضى نسبياً للحد من استخدام المحمول في الجانب السياسي.

واللافت للنظر، إن العديد من رسائل المحمول بكافة أشكالها وأنواعها مكررة ومتداولة بين الأفراد فحامل الجهاز تصله الرسالة فيقوم بدوره بتخزينها وفي مناسبة بعينها يقوم باستدعائها وإرسالها لآخر، وهكذا تصبح الرسائل بما تحمله من قيم واتجاهات أحد معالم الجوانب القيمية في المجتمع إلى أن تظهر رسائل جديدة تحمل ذات القيم وإن كانت بلغة وسجع جديد فتلغي القديمة وتتداول الرسائل الجديدة، وبصفة عامة كلما اشتدت حدة الأزمة الاقتصادية، وضائق سبل العيش لدى الغالبية العظمى من الأفراد في المجتمع، وضائق فرص العمل، وتضخم عدد العاطلين، وبالذات من

الوسائل التي يمكن الاستغناء عنها مقارنة بالمحمول والتلفزيون والاتصال الشخصي.

- في مقابل النظرة الترفيهية الغالبة لدى الأفراد عن التلفزيون نجد النظرة العملية إلى التلفزيون المحمول باعتباره وسيلة تستخدم في اكتساب المعلومات واكتساب المكانة الاجتماعية، وقضاء المصالح وتوفير الأمن والاطمئنان فضلا عن التسلية وإرسال الرسائل والاستماع إلى الأغاني والرنات، والفيديو كليب.. إلخ، الأمر الذي يدفع الأفراد إلى حيازة المحمول ويدعم من مكانته لديهم بالمقارنة بوسائل الاتصال الأخرى.

- أظهرت البيانات أن أكثر المجالات استخداماً للتلفزيون المحمول هو مجال العلاقات الاجتماعية بنسبة (٤٠٪) يليه مجال العمل (٣٤,٣٣٪) والتسلية (١٠,٦٧٪) وتلاشى إلى حد كبير نسبة استخدامه في المجال الطبي والصحي أو السياسي، كما أظهر البحث أن قطاعاً كبيراً من الأفراد عينة البحث (٣٣٪) تميل إلى استخدام المحمول في إرسال الرسائل أو الرنات بدلا من الاتصال والمحادثة (٥٤٪) ربما بفعل ضغوط الأزمة الاقتصادية وانخفاض الدخل والتي تدفع الأفراد إلى الاكتفاء في استخدام المحمول بلفت الانتباه أو التذكير وخفض تكلفة الاتصال والمحافظة على الرصيد وتأجيل الاتصال إلى الليل ربما للهدف ذاته.

- أظهرت الدراسة أن الرسائل الدينية، تأتي على رأس قائمة الرسائل المتداولة بين الأفراد على

الأزمة الاقتصادية الخائفة التي يعاني منها غالبية المصريين.

- تشير البيانات إلى أن (٦٧,٦٦٪) من أفراد العينة يقل سعر شراء المحمول لديهم عن (٥٠٠) جنية وتقلص إلى حد كبير معدلات شرائه لأكثر من (١٠٠٠) جنية حيث لم يتجاوز ذلك نسبة (٨٪) من إجمالي العينة، ومع ذلك فقد بلغ المتوسط الشهري للإنفاق على المحمول لدى الفرد (٥٠) جنيهاً وهي بيانات تشير إلى محاولة التأقلم مع الأزمة الاقتصادية والرغبة العارمة لحيازة المحمول والتفاخر به.

- ترى الغالبية العظمى من المبحوثين أن التلفزيون المحمول مهم بنسبة (٦٩,٣٤٪) وغير مهم بنسبة (٧,٣٣٪) فقط مما يشير إلى مكانة التلفزيون المحمول لدى المبحوثين حيث تتراوح أهميته بين قضاء المصالح، والاطمئنان على الأهل، والأصدقاء، وتوفير نفقات السفر والانتقال، وسهولة الحمل والاستعانة به وقت الطوارئ".

- تظهر البيانات أن ترتيب وتفضيلات المبحوثين لوسائل الاتصال المختلفة أن التلفزيون يأتي على رأس القائمة، يليه التلفزيون، رغم عدم إمكانية الاستغناء عنه أيضاً، ثم الاتصال المباشر في المركز الثالث، والتلفزيون الأرضي وأيضاً يصعب الاستغناء عنه في المركز الرابع، ثم الصحف في المركز الخامس وأخيراً الراديو، واللافت للنظر هنا أن الكمبيوتر وشبكة الإنترنت جاء في ذيل الترتيب وكانا من

الجوانب التالية :

(

يتم تبادل هذه الرسائل بطريقة قد تخدش الحياء العام، وقد تدفع البعض في اتجاه الانحلال الخلقي، بالإضافة إلى انتشار بعض الظواهر الغريبة عن المجتمع مثل: الزواج العرفي بأشكاله المختلفة وزواج المسيار.. الخ، بعيداً عن الزواج الرسمي المتعارف عليه، وأشارت الدراسة إلى العديد من الصور الجنسية الفاضحة والبشعة التي تحويها العديد من هذه الرسائل.

(

يميل مستخدمو هذه الرسائل إلى استخدام بعض الآيات القرآنية، والأحاديث الشريفة، والأدعية والمواعظ الدينية الموجهة للآخر، وخلصت الدراسة إلى أن هذه النزعة الدينية تتواكب بل وتدعم قيم التدين التي تسود قطاع عريض من المجتمع المصري المتدين بطبيعته بالرغم من سيادة بعض مظاهر الانفلات الأخلاقي والديني الغريبة عن المجتمع المصري.

(

يعمل المحمول عبر هذه النوعية من الرسائل على تعزيز قيم التواصل والتماسك الاجتماعي، ودعم العلاقات وشبكات الاتصال الشخصي في المجتمع وكلها تدفع في اتجاه التضامن الاجتماعي وتعزيز الترابط الأسري وتماسك المجتمع.

(

تتوافر هذه الرسائل عبر خدمات شركات

التليفون المحمول، ثم رسائل الحب والغرام، ثم المجاملات، والنكات والمقالب والفكاهات، والإرشادات والنصائح، وأخيراً عدم قدرة البعض على كتابة الرسائل بفعل الأمية أو عدم القدرة على استخدام خاصية الكتابة على الترتيب لكل منها.

- يوجد عدد من المشكلات في استخدام التليفون المحمول منها، نفاذ الرصيد، تلف البطارية المستمر، تباين سعر الدقيقة، وكثرة نفقات الاستخدام، غلق الجهاز، عطل الشبكة، كثرة المعاكسات، والرسائل الفاضحة، إرسال رنات في أوقات متأخرة من الليل، عدم تغطية الشبكة لبعض المناطق وانشغالها بكثافة في بعض المناسبات، وسهولة سرقة، وزيادة عدد هذه السرقات بشكل لافت للنظر، الرنين أثناء الصلاة أو القيام بالعمل وقيادة السيارة.. الخ. وتأتي معالجة هذه المشكلات في تصور المبحوثين في تصور المبحوثين من خلال التوعية واستيراد أجهزة عالية الجودة وأن تكون المنافسة شريفة بين شركات المحمول، والرقابة المشددة على سوق المحمول، ومستلزماته، وتفعيل رقابة شرطة الاتصالات على شكاوى المواطنين من المعاكسات، والرسائل الفاضحة، وإعداد مهندسين، وفنيين متخصصين في إصلاح أعطال الأجهزة والشبكات.

- أظهرت الدراسة أن هناك علاقة تأثير وتأثر

بين الرسائل التي يحملها التليفون المحمول والقيم الراجحة في المجتمع المصري في الوقت الراهن، ظهرت في

القبض على مروجي الشائعات والدعاوى السياسية ومتابعتهم مما قلص إلى حد كبير من استخدام المحمول في هذا المجال.

- خلصت الدراسة إلى أنه كلما اشتدت حدة الأزمة الاقتصادية وضائق سبل العيش لدى الغالبية من أفراد المجتمع وضائق فرص العمل، وتضخمت أعداد العاطلين، وبالذات من الشباب اتجهت رسائل المحمول لدعم الاغتراب، وعدم الانتماء، والهروب من الواقع وانعدام الرغبة في التصدي وكرهية السلطات والاستعداد للعمل ضدها.

ولسنا في مجال التوصيات أو الدعوة للتوعية بالطريقة المثلى لاستخدام المحمول، ولكننا بصدد الحاجة لمعالجة المشكلات الهيكلية في الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية وعند النجاح في حل كل هذه المشكلات يمكن للمحمول وتلقائيا أن يمارس دوره ووظائفه بطريقة مثلي في المجتمع المصري.

:

: تأثير استخدام الجمهور المصري

لوسائل الاتصال الالكترونية المستحدثة على علاقته بوسائل الإعلام المطبوعة: دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠٠٧.

المحمول للإعلان عن تخفيض في أسعار الدقائق أو الدقائق المجانية أو أداء المصالح والأغراض التجارية، هذا بالإضافة إلى خدمة "كملني شكرا" حولي رصيد" وفي إطار النزعة الاستهلاكية الرائجة، وشيوع القيم المادية واحتلالها السلم القيمي في المجتمع المصري، يشكل جهاز المحمول في حد ذاته قيمة استهلاكية تتمثل في ميل الأفراد إلى حيازة المحمول واستبداله من وقت للآخر والحصول على الأحدث والأعلى ثمنا رغبة في التفاخر، وإضفاء المكانة الاجتماعية المتميزة، ومع سرعة الأعطال وارتفاع ثمن الصيانة تلمس الإنفاق البذخي في مقابل مردود اقتصادي محدود.

على أن الإنفاق البذخي والنزعة الاستهلاكية هذه والتي يدعمها التليفون المحمول تؤثر على قيمة أخري وهي قيمة الادخار كقيمة إيجابية ومرغوبة وتفصح البيانات أن حجم مدخرات الأفراد بمكاتب البريد على سبيل المثال قد تراجع، وتحت عنوان سفه الفقراء كتبت جريدة أخبار اليوم أن (٧٥٠) مليون جنيه ينفقها الأفراد على رسائل (SMS) بينهم أفراد يعيشون في المناطق العشوائية.

:

(

تحمل الرسائل في هذا الجانب النكات والصور والكليبات التي تشير إلى مشاعر الغضب من الوضع السياسي العام ولرجال الشرطة والأمن وممارساتهم الشاذة مع المواطنين وخلال المظاهرات، ونتيجة لتعاون شركات المحمول مع أجهزة الأمن، تمكنت الأخيرة من

- :
Coule Diane. " Over View " In Africa : The Impact of Mobile telephone , moving the debate forward the Vodafone policy series , No . 2 , March 2005 pp.63-64 . online at : www.Vodafone.com
- Dicken Son G.R.** Telecommunication in developing countries the relation to the Economic development. (Papers presentation telecom 77, Atlanta , GA, 1997).
- Dimmick John** , Susan Kilne , Laura staford, " The Gratifications Niches of personal E- mail and the telephone competition, Displacement , and complement airly (communication research , Vol, No.2, April 2000) .
- Dimmick,J.W. and Others** . The Gratifications of the House – Hold Telephone . paper submitted at the International Communication Association Conference , Washington D.C May ,1993m p.3 .
- Dina . Tayseer El Hawary** . " Gistory and Imapct of Mobile Telephony on Egypt . a – Thesis for master of arts (Cairo American University Journalism and mass communication department fall 2000 – 2001) .
- Katz E. , J. G. Bumler , and M.Gurevitch** . Utilization of Mass Communication by the Individual . In J.G Bumler and E.Katz (edz) the uses of mass communication current perspectives on Gratification research , Beverly Hills cal , sag, 1974 , pp . 16-32 .
- Kaul , SN.,** .India Rural Telephone , Network , New Delhi : Economic study call , posts and Telegraphs Boards , Ministry of communication of media , 1981 .
- Keller Suzanne** .the Telephone in New (and old) Communicates in . J. de Sola Pool (Ed) the Social Impact of the Telephone , op.cit.pp.2810296.
- Lesser , B. , and L.Osberg** , The Socio – Economic, development Benefit of telephone communication, Geneva : International Tele – communication Union , 1981.
- Reid A.**Comparing telephone with face to face contact In Ide sola pool (ed) The Social impact of Telephone combridge Mass : Mit press , 1979 .
- Soliman Mona Kamel** . " Social Impact of Mobile Telephone In Egypt" .Thesis for master of arts (Cairo : American University 2003) .
- .تكنولوجيا الاتصال المخاطر
 والتحديات والتأثيرات الاجتماعية القاهرة،
 سلسلة العلوم والتكنولوجيا، الهيئة العامة
 للكتاب، مكتبة الأسرة، ٢٠٠٨، ص ٤٢.
 الإعلام الكوني وتكنولوجيا
 المستقبل، ط ١، الأردن، دار المستقبل للنشر
 والتوزيع ٢٠٠١.
 تكنولوجيا المعلومات والتنمية
 الطريق إلى مجتمع المعرفة، القاهرة، سلسلة
 العلوم والتكنولوجيا، الهيئة العامة للكتاب،
 مكتبة الأسرة، ٢٠٠٨.
 القرويون والهاتف: دراسة في
 الاتصال التفاعلي عن بعد، القاهرة، العربي
 للنشر والتوزيع، ١٩٩٧، ص ٣.
 تكنولوجيا الاتصال والثقافة،
 القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ١٩٩٠،
 ص ١١.
 مجتمع المعلومات بين النظرية
 والتطبيق، سلسلة العلوم الاجتماعية،
 القاهرة، الهيئة العامة للكتاب، مكتبة الأسرة،
 ٢٠٠٨، ص ١٧٤.
 ثورة الأقمار " تليفونات مصر والعبور
 للقرن ٢١"، ط ١، القاهرة، دار التحرير،
 ١٩٩٩.

- جريدة أخبار اليوم ٢٠٠٨/١١/٨ م .
- جريدة الدستور في ١٧/١٠/٢٠٠٨. نقلاً
عن تصريح رئيس شركة فودافون مصر.
- جريدة الدستور ٢٣/٨/٢٠٠٨، قانون
إدارة الأصول لشركات المحمول.
- جريدة الدستور، العدد ٢١٣،
٢٠٠٧/١٢/٢ م .
- جريدة المصري اليوم العدد ١٦١٨
١٧/١١/٢٠٠٨م. نقلاً عن الهيئة القومية للاتصالات.

Messages Related to Mobile Phones in the Values of Egyptian Society

Hanna Sayed Mohamed Ali

Professor of Information Co-Faculty of Specific Education, Menoufia University, Egypt

(Received 22/8/1431H; accepted for publication 23/1/1432H.)

Abstract. With multiple patterns of life and the movement of the distribution of information in contemporary society and the diversity of means of communication and especially your mobile phone by individuals and entry into various new media studies is required to draw attention to this method, which became in possession of a lot of people.

Research problem: Notwithstanding the importance of mobile phones, as a mediator or an indirect way a means of personal contact but did not receive sufficient attention by researchers, with the result that did not seek researchers in personal contact or public to study and understand role of communication of the telephone and function in the promotion and exchange of information in society, which is become difficult to accept at least in view of the feature interactive telephone and widespread, which has long-most social groups in society.

Accordingly, the problem is to search in the following questions:

- 1 - What people look for mobile phone and place in their lives?
- 2 - What is the degree of preference of individuals to mobile phone compared to alternative means of communication?
- 3 - What motivated individuals possessing a mobile phone?
- 4 - What is the degree of dependency of individuals in the community on the mobile phone access to information and exchange?
- 5 - What is the quality of information and trends that promote cross-network?
- 6 - what is the relationship values that carry mobile phone messages aspects of values prevailing in the Egyptian society?

Research Methodology: Survey method in the media - the entrance of relational ties.

Search Results: The results showed the importance of the telephone to the research sample, which showed the majority of its importance. And the importance of not indispensable. The study also showed that there is an impact and vulnerability between the messages carried by mobile phone and values prevailing in the Egyptian society at the moment.