



تطبيقات الهواتف الذكية الدينية: دراسة تحليلية مقارنة

إعداد

هبة متولي أبو إسماعيل

Heba.metwaly44@gmail.com

أ.د/ بدوية محمد البسيوني

أستاذ تقنية المعلومات بكلية الآداب – جامعة طنطا

**المستخلص:**

تهدف هذه الدراسة إلى حصر تطبيقات الهواتف الذكية الدينية وتحليلها، حيث توصلت الباحثة إلى حصر وتحليل (١١٠) تطبيق، وأجريت لهم دراسة تحليلية من حيث ٦ توزيعات (سمات) ولكل سمه تحليلها وخصائصها وإمكانيتها التي تميزها، واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي، لتحليل ووصف جميع الجوانب التي تخص التطبيقات.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن المملكة العربية السعودية من أكثر الدول التي ساهمت في انشاء التطبيقات الدينية بواقع ٣٤ تطبيق بنسبة (٣٠.٩%) من التطبيقات الدينية محل الدراسة، بينما جاءت التطبيقات التي تدعم اللغة العربية فقط في المرتبة الأخيرة بنسبة (١٧.٣%) بواقع ١٩ تطبيق، وأن التطبيقات الدينية المجانية احتلت أعلى نسبة ومرتبة بواقع ١٠٨ تطبيق أي مثلت نسبة (٩٨.٢%) من إجمالي التطبيقات الدينية محل الدراسة.

الكلمات المفتاحية: تطبيقات الهواتف، التطبيقات الدينية، التطبيقات، متاجر التطبيقات، متجر جوجل تطبيقات بلاي، متجر تطبيقات أبل



التمهيد:

الهواتف الذكية من أكثر الأدوات التكنولوجية انتشاراً والتي تلعب دوراً حيوياً في حياتنا اليومية ومن أهم السمات المستخدمة لتصنيف الهواتف الذكية وتطبيقاتها نظم التشغيل التي تعمل بها هذه الأجهزة وتطبيقاتها، حيث يعتمدوا على شركات التكنولوجيا وإصدارتها مثل شركات أبل وجوجل.

بداية من عام ٢٠١٤ يوجد أكثر من ٢ بليون هاتف ذكي تم بيعها في جميع أنحاء العالم، فشركات أبل وجوجل تسيطر على ٧٠% من حجم السوق، وقد تكون هذه التطبيقات مجاناً أو بمقابل مادي من أجل تنزيل التطبيق على أجهزتهم.

فاليوم يوجد ملايين من التطبيقات التي يتم تنزيلها في الوقت الحالي وهذا يعمل على وجود منافسة قوية بين التطبيقات ومن ثم فالأمر يتطلب الكثير من البحث والتسويق لكي نتأكد من وجود طلب الحاجة إليه، لذلك فنحن بحاجة الى الكثير من الأدوات والاستراتيجيات التي من خلال استخدامها نقوم بتحليل هذه التطبيقات لمعرفة من منها ذو قيمة عن غيرها.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في تزايد عدد التطبيقات في متاجر التطبيقات بشكل ضخم، حيث وصل عدد التطبيقات إلى ٥ ملايين تطبيق في العديد من المجالات المختلفة، وعند البحث في متاجر التطبيقات عن التطبيق المطلوب يظهر العديد من التطبيقات في نتائج البحث، لذلك لابد من حصر وتحليل تطبيقات الهواتف الذكية الدينية وتوزيعها لمعرفة ما تحمله من إمكانيات تبرزها وتميزها.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحقيق هدف عام، وهو (حصر وتحليل تطبيقات الهواتف الذكية الدينية) الذي يتفرع منه مجموعة من الأهداف الفرعية وهي:

- حصر تطبيقات الهواتف الذكية الدينية.
- تحليل تطبيقات الهواتف الذكية الدينية.
- توزيع تطبيقات الهواتف الذكية الدينية، منها زمنياً، جغرافياً، لغوياً وذلك حسب الاتاحة والتوزيع الموضوعي.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

- ١- تعريف الهاتف الذكي ومتاجر التطبيقات جوجل بلاي وأبل؟
- ٢- ما السمات الزمنية المتوفرة للتطبيقات الدينية محل الدراسة؟
- ٣- ما السمات الجغرافية المتوفرة في التطبيقات الدينية محل الدراسة؟
- ٤- ما السمات اللغوية المتاحة في التطبيقات الدينية محل الدراسة؟

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في حصر وتحليل تطبيقات الهواتف الذكية الدينية المتاحة على شبكة الإنترنت وتجميع البيانات المتعلقة بها وتفسيرها.

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: دراسة تحليلية لتطبيقات الهواتف الذكية الدينية.

الحدود الزمنية: حصر تطبيقات الهواتف الذكية الدينية على متجر جوجل بلاي وأبل من عام ٢٠١٠ حتى ٢٠٢٣.



مراحل الدراسة:

مرت الدراسة بثلاث مراحل أساس وهما:

- ١- تجميع وحصر تطبيقات الهواتف الذكية الدينية المتاحة على شبكة الإنترنت.
- ٢- فحص تطبيقات الهواتف الذكية الدينية.
- ٣- تحليل تطبيقات الهواتف الذكية الدينية محل الدراسة.

المرحلة الأولى: تجميع وحصر تطبيقات الهواتف الذكية الدينية المتاحة على شبكة الإنترنت:

في هذه المرحلة تم تجميع تطبيقات الهواتف الذكية الدينية المتاحة في متجر تطبيقات جوجل بلاي وأبل منذ عام ٢٠١٠ حتى عام ٢٠٢٣، وكذلك من خلال البحث في متجر تطبيقات جوجل بلاي وأبل والبحث في محركات البحث، وذلك باستخدام المصطلحات الآتية: تطبيقات دينية، تطبيقات هواتف دينية، Islamic Applications والبحث داخل متاجر التطبيقات باستخدام كلمات مثل القرآن، الصلاة، عبادات، الدين الإسلامي...إلخ.

المرحلة الثانية: فحص تطبيقات الهواتف الذكية الدينية:

في هذه المرحلة تم فحص أكثر من ١٠٠ تطبيق ديني، حيث تم فتح كل تطبيق متاح في متجر تطبيقات جوجل بلاي وأبل والتأكد من صحته وجودته من عدمه، وأيضا إتاحته للتنزيل والاستخدام.

المرحلة الثالثة: تحليل تطبيقات الهواتف الذكية الدينية محل الدراسة:

في هذه المرحلة تم تحليل جميع تطبيقات الهواتف الذكية الدينية التي تم حصرها، حيث تم تحليل عدد ١١٠ تطبيق، ومن ثم تم توزيع هذه التطبيقات لغوياً وزمناً وجغرافياً وذلك حسب الإتاحة وحسب التوزيع الموضوعي.

الدراسات السابقة:

من خلال البحث في العديد من قواعد البيانات العالمية العربية منها والأجنبية بواسطة استخدام العديد من المصطلحات ذات الصلة بموضوع الدراسة وخلال البحث تم ايجاد العديد من المقالات والدراسات البحثية حول موضوع الدراسة.

ونعرض فيما يلي بعض من هذه الدراسات المتعلقة بموضوع البحث، ويمكن تقسيم هذه الدراسة الي قسمين: الأول/ الدراسات البحثية باللغة العربية، الثاني/ الدراسات البحثية باللغة الإنجليزية:

أولاً : الدراسات البحثية باللغة العربية :

دراسة (نجوى، ٢٠٢٠)

في هذه الدراسة البحثية تم إلقاء الضوء على مفهوم تطبيقات الهواتف المحمولة في مجال المكتبات ومدى الاستفادة منها في مكتبات جامعة طنطا عن طريق التعرف على فئات التطبيقات وكيفية الحصول عليها وأيضا اللغة المتوفرة بها تلك التطبيقات والمعوقات التي تعرقل التوسع في استخدامها، حيث تم حصر تطبيقات الهواتف الذكية في مجال المكتبات والتعرف على مدى انتشارها ودراسة خصائصها وطرق الحصول عليها من خلال متاجر (google play, App store) وتم التوصل إلى عدة نتائج من أبرزها : ان عدد تطبيقات الهواتف الذكية الخاصة بالمكتبات بشكل عام بلغ (١.٢٢٩) تطبيق، وعدد التطبيقات على المتجر للمكتبات الشخصية (١١٠) تطبيق، أما عدد التطبيقات المتاحة لمصادر المعلومات (١١٢) تطبيق، وعدد التطبيقات المتاحة للمكتبات الإلكترونية (١٧٣) تطبيق فهي من أكثر التطبيقات محل الدراسة استخداماً كما تم اجراء استطلاع اخر علي هذه الدراسة لمعرفة الآراء الخاصة حول استغلال هذه التطبيقات واسفرت النتائج من قبل السادة القائمين علي مكتبات جامعة طنطا، والسادة أعضاء هيئة التدريس بكلية الآداب بجامعة طنطا.



دراسة (أحمد، ٢٠١٨)

هدفت هذه الدراسة إلى مسح المتاجر الإلكترونية (google play, App store) لرصد وحصر ما بها من تطبيقات مخصصة للإدارة المكتبات ومصادر المعلومات الشخصية، والتعرف على إمكاناتها الفنية والوظيفية مستخدمة في ذلك قائمة المراجعة العلمية في تجميع وحصر بيانات التطبيقات وما اشتملت عليه من إمكانات فنية ووظيفية. كما أسفرت أيضاً على عدة نتائج علمية من بينها توافر (٣٨) تطبيقاً للأجهزة الذكية تقوم بعمليات ومهام إدارة المكتبات ومصادر المعلومات الشخصية، وانتهت الدراسة إلى وجود مؤشرات إيجابية لمدي رضاء مستخدميها عما اشتملته من إمكانات فنية ووظيفية محققة لرغباتهم واحتياجاتهم الحالية منها.

دراسة (بدوية، ٢٠١٦)

تناولت الدراسة فحص وتحليل (١١٢) برنامجاً من برمجيات الكلمات المفتاحية وتبسيط الضوء على أنواعها وخصائصها وإمكاناتها، فتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في تجميع برمجيات الكلمات المفتاحية المتاحة على الإنترنت وأيضاً تحديد أساليب الإفادة منها من قبل مدير الموقع، فتبين من خلال هذه الدراسة وجود أربع فئات من برمجيات الكلمات المفتاحية وأظهرت عن أشهر وأكثر البرمجيات انتشاراً على شبكة الإنترنت وهي برمجيات اقتراح الكلمات المفتاحية، حيث قدمت الدراسة العديد من التوصيات التي تساعد بشكل كبير في تحديد كيفية الاستفادة من برمجيات الكلمات المفتاحية في دعم وتحسين ترتيب مواقع الإنترنت لدى محركات البحث.

ثانياً الدراسات الإنجليزية:

دراسة (Mari، ٢٠٢١)

أوضحت الدراسة أهمية تحسين المحتوى الخاص بمحركات البحث وتوضيح أوجه التشابه والاختلافات بين تهيئة المواقع الإلكترونية (SEO) وتهيئة متاجر التطبيقات (ASO) لمتاجر تطبيقات App store وGoogle play، تم تبسيط الضوء على مجموعة من الإجراءات اللازمة لتحقيق مرتبة عالية من التنزيلات في متاجر التطبيقات المذكورة من قبل، وأيضاً الظهور عبر الإنترنت خارج متاجر التطبيقات، فيعمل تهيئة متاجر التطبيقات (ASO) على ذلك. ويعزز ظهور التطبيقات في نتائج البحث الأولي وذلك من خلال العديد من العوامل التي تزيد من إجراءات الترتيب الأساسية للتطبيقات في كل من متاجر التطبيقات Google play وApp store.

دراسة (Strzelecki، ٢٠٢٠)

أشارت تلك الدراسة إلى العوامل المرتبطة بالمطورين والمستخدمين في تحسين متجر التطبيقات (ASO)، فنجد أن التطبيق يعتمد على مجالين أساسيين هما: العوامل المتعلقة بالمطورين والعوامل المتعلقة بالمستخدمين، وتم تحديد العوامل المتعلقة بالمطورين كما يلي: اسم المطور، اسم التطبيق، العنوان الفرعي، النوع، الوصف المختصر، الوصف الطويل، تقييم المحتوى، متطلبات النظام، عنوان URL للصفحة وأخر تحديث، مع إمكانية اتحائه للمستخدمين مجاني ام مدفوع، أما العوامل المتعلقة بالمستخدمين تنحصر في الآتي: حجم التنزيل ومتوسط التقييم وحجم التنصيف والمراجعات. حيث تم تصميم التطبيق المقترح في صورته النهائية بعد استخراج بيانات عينية من متجري تطبيقات رائدين هما: Apple App Store و Google Play.

دراسة (Wahba، ٢٠١٩)

تم في هذه الدراسة إلقاء الضوء على عوامل تهيئة محركات البحث (SEO) وتأثيرها على محركات البحث، وجاء ذلك نظراً للزيادة السريعة في عدد مواقع الويب، حيث يوجد عدد ضخم من صفحات الويب في قاعدة بيانات محركات البحث، كما قدمت الدراسة عدد من التوصيات وذلك للحصول على أفضل الممارسات لتحسين ظهور مواقع الويب عبر محركات البحث وزيادة عدد الزوار وذلك بناء على تحليل المنافسين على شبكة الإنترنت. وتحديد قوائم من العوامل المؤثرة في

نتائج الظهور في محركات البحث حيث تتضمن العوامل التقنية والعوامل المتعلقة بالمحتوى والعوامل المتعلقة بترايط الموقع مع المواقع الأخرى عبر الإنترنت.

دراسة (Karagkiozidou, ٢٠١٩)

انصبت الدراسة على إجراء مراجعة أدبية للإجراءات والمعايير التي تؤثر على تحسين التطبيق في المتاجر وكذا إلقاء الضوء على العوامل الرئيسية التي تساعد في ترتيب التطبيق وايضاً في نتائج بحث متاجر التطبيقات. وانتهت الى إمكانية تحقيق تهيئة متاجر التطبيقات (ASO) من خلال عملية تحسين الكلمات الرئيسية ومن خلال تحسين معدلات التحويل وأيضا توضيح السمات الرئيسية للتطبيق التي قد تؤثر على ترتيبه او عدد التنزيلات والمراجعات والتقييمات في الوقت نفسه. كما تم التركيز على أهمية إعلانات تطبيقات المحمول لمساهمتها بشكل كبير في زيادة وصول المستخدمين وايضاً شعبية التطبيق مما قد يؤدي إلى تنشيط التصنيفات بشكل أفضل في أسواق التطبيقات.

تطبيقات الهواتف الذكية الدينية: دراسة تحليله مقارنة

الإطار النظري للدراسة:

نحن نعيش حالياً في عصر متسارع نحو احداث طفرات غير مسبوقه في تكنولوجيا المعلومات بكل المجالات فنجد علي سبيل المثال الهاتف المحمول في الوقت الحالي وهو الأكثر استخداما وانتشاراً في مجالات الحياة، فالأشخاص يستخدمون الهواتف الذكية للاتصال وقراءة الأخبار والمراسلات واستخدام البريد الإلكتروني والتصفح عبر الإنترنت وغيرها من العديد من الخدمات وذلك لاحتوائه على معلومات ذو قيمة تهم المستخدمين منها انواع الموسيقى المختلفة ومقاطع الفيديو الذي يبحثون عنها، كما تحتوي الهواتف الذكية على نظام تحديد المواقع العالمي (GPS) الذي يشمل مشاركة الموقع لمساعدة الشركات على فهم ما يبحث عنه المستخدم في الوقت المحدد باستخدام الرسائل النصية او WhatsApp.

فيعد تطبيق الهواتف الذكية جزءاً مهماً في تسويق الأجهزة المحمولة التي تستحق النظر فيها لمزيد من التطوير، حيث يقضي المستخدمين ٩٠% من وقتهم في الوصول إلى التطبيقات المختلفة التي يقوم فيها المستخدم العادي بتثبيت أكثر من ٣٠ تطبيق على هواتفهم الذكية، في عام ٢٠١٨ يوجد أكثر من ٢.٢ مليون تطبيق في متجر تطبيقات App Store ويوجد أكثر من ٣.٦ مليون تطبيق في متجر Google Play ، وتختلف نوعية التطبيقات في المتاجر فتوجد ايضاً تطبيقات خاصة بالصور والفيديوهات، تطبيقات دينية ، حجز التذاكر بكافة انواعها ، تطبيقات تعليمية، تطبيقات صحية ورياضية... الخ.

فتطبيقات الهواتف المحمولة متاحة للتحميل في متاجر التطبيقات لجميع أنظمة التشغيل المختلفة مثل IOS وهو يحتوي على تطبيقات في iTunes App store وكذلك نظام تشغيل Android في Google Play . (krum, ٢٠٢١)

تعريف الهاتف الذكي Smart Phone:

هناك العديد من التعريفات التي عرفت الهاتف الذكي، ولكن من أهم هذه التعريفات:

انه جهاز محمول يعمل وفق نظام تشغيل متطور يجمع بين تقديم خدمات الهواتف التقليدية والحاسب الشخصية بطريقة احترافية تتيح لمستخدميه تلقي وتبادل المعلومات، والتواصل مع الأشخاص (نجوي، ٢٠٢٠)



وعرف أيضا بأنه الهاتف الذي يتيح إمكانيات إضافية تتعدى الاتصالات الصوتية وإرسال الرسائل القصيرة لتقديم خدمات الولوج إلى الشبكة العنكبوتية والخدمات الإضافية المختلفة والتطبيقات الخلوية والفيديو ومشاهدة القنوات التلفزيونية والمكالمات المرئية، وجميع تلك الخدمات تقدمها شبكات الاتصالات المتقدمة كالجيل الثالث (سنيه، ٢٠١٦)

أنظمة الهواتف المحمولة Phone System:

هناك منافسة بين الشركات المنتجة لأنظمة التشغيل الخاصة بالهواتف الذكية، وهذه الأنظمة تختلف من شركة لأخرى، ولكنها تنفق في تلبية رغبات المستخدم واحتياجاته والعمل على التطوير وتحقيق سهولة الاستخدام، حيث يوجد العديد من أنظمة تشغيل تطبيقات الهواتف الذكية المختلفة ولكن في هذه الدراسة سوف نلقي الضوء على تطبيقات الهواتف الذكية الدينية في متاجر جوجل بلاي وابل ستور. (شهد، واقع تصميم واجهات المستخدم في تطبيقات الهواتف الذكية : ؛ The Status of Designing user interface for mobile application، ٢٠١٧)

تعريف نظام الهاتف الذكي:

يعرف نظام الهاتف الذكي بأنه مجموعة من الإجراءات والتعليمات التي تعمل على إدارة الهاتف الذكي ومكوناته المختلفة مثل الشاشة، الكاميرا وغيرها ويمكن القول بأنه حلقة الوصل بين المكونات الصلبة والتطبيقات الخاصة به لاستفادة المستخدم من الهاتف أكبر استفادة. (ذعار، ٢٠١٥)

وهذا يجعلنا نتطرق لمفهوم تطبيقات الهواتف الذكية ومتاجر التطبيقات وأنواعها :

تعريف التطبيق Application:

هو برنامج يتم تحميله على أجهزة الهواتف الذكية التي تعمل بأنظمة تشغيل كل من IOS, Android وذلك لإجراء مجموعة من الوظائف وقد يكون بمقابل مادي أو بدون مقابل، بدأت التطبيقات في الظهور مع تزامن إطلاق الشركات للهواتف الذكية، فأصدرته شركة أبل عام ٢٠٠٧ ومن بعدها شركة جوجل. (نجوي، ٢٠٢٠)

مفهوم تطبيقات الهواتف الذكية Mobile Applications :

هي برامج تعمل من خلال الهواتف الذكية ويتم تحميلها بواسطة المتاجر الإلكترونية وفقا لنظام التشغيل الخاص بكل منها، فيتيح للمستخدم التفاعل مع هذه البرامج. (شهد، واقع تصميم واجهات المستخدم في تطبيقات الهواتف الذكية : ؛ The Status of Designing user interface for mobile application، ٢٠١٧)

ونعرض فيما يلي بعض من أنظمة تشغيل تطبيقات الهواتف الذكية:

نظام تشغيل أبل IOS :

وهو نظام تشغيل خاص بشركة أبل الأمريكية التي تعود ملكيتها إلى ستيف جوبز والتي تعمل في تصنيع وتصميم برامج الحاسوب ولها متجرها الخاص بها ويسمى أبل ستور Apple Store (شهد، واقع تصميم واجهات المستخدم في تطبيقات الهواتف الذكية : ؛ The Status of Designing user interface for mobile application، ٢٠١٧)

نظام تشغيل أندرويد Android :

وهو نظام تشغيل خاص بشركة جوجل الأمريكية، ويدعم العديد من الهواتف الذكية التي تنتجها شركات مختلفة مثل HTC, Samsung وهو من الأنظمة المفتوحة والتي أنتجتها شركة جوجل عام ٢٠٠٨ ويسمى المتجر الخاص لها Google Play Store (شهد، واقع تصميم واجهات المستخدم فى تطبيقات الهواتف الذكية : The Status of Designing ؛ user interface for mobile application، ٢٠١٧)

استخدامات تطبيقات الهواتف الذكية:

لتطبيقات الهواتف الذكية استخدامات عديدة منها:

- تستخدم في سياق الحكومة الالكترونية لتقديم الشكاوى واسترجاع البيانات المحلية، متابعة الأخبار المحلية والعالمية من خلال مواقع التواصل الاجتماعية المختلفة مثل (تويتر، الفيسبوك، يوتيوب...إلخ). (السيد، ٢٠١٩)
- تستخدم أيضا في مجالات عديدة مثل مجال التعليم والتدريب والتطوير المهني، إلى جانب المجالات الدينية والاجتماعية وغيرها،
- تستخدم تطبيقات الهواتف الذكية في المجتمع العلمي والأكاديمي وتطبيقات التواصل العلمي بين الباحثين وفي أغراض التسويق والاعلان المختلفة والنشر الإلكتروني والمجالات (البوابة، ٢٠١٨)

تعريف متجر التطبيقات Application Store :

هو متجر متاح عبر الإنترنت، ويمكن من خلاله شراء وتنزيل تطبيقات برمجية مختلفة وتلك التطبيقات مخصصة للأجهزة المحمولة فالمستخدمين يصلون إلى هذه التطبيقات من خلال برنامج مجاني تصدره بعض شركات الأجهزة الإلكترونية أو متصفح الويب. (Janssen, ٢٠١٧)

متاجر تطبيقات الهواتف الذكية:

يوجد العديد من متاجر التطبيقات، ولكن في هذه الدراسة اعتمدنا على حصر تطبيقات الهواتف الذكية الدينية في متجر جوجل بلاي وأبل.

متجر تطبيقات جوجل بلاي:

هو متجر متاح على شبكة الإنترنت للأجهزة التي تعمل بنظام الأندرويد Android، والتي أصدرته شركة جوجل، والتي تمكن للمستخدمين البحث عن التطبيقات المختلفة مثل الألعاب والأفلام والكتب وغيرها لتنزيلها للاستفادة والاستمتاع بها، وصل عدد مستخدمي متجر جوجل بلاي ما يقارب ٢.٥ مليار مستخدم شهريا، وأيضاً متوفر في ١٩٠ دولة، ففي عام ٢٠١٩ تم تنزيل أكثر من ١.١٦ مليار تطبيق. (Google play, ٢٠٢٤)

متجر تطبيقات أبل:

هو متجر متاح على شبكة الإنترنت، تم إصداره من قبل شركة أبل، وهو مخصص للأجهزة التي تعمل بنظامي IOS, Mac، كما أنه 'يمكن المستخدمين من البحث عن التطبيقات وتنزيلها، وتخضع التطبيقات التي يشتمل عليها متجر أبل

لمعايير عالية للخصوصية والأمان والمحتوى. يضم المتجر أكثر من ١٥٠ مطور حول العالم، وكذلك يحتوي على ما يقارب مليوني تطبيق، متوفر به أكثر من ١٧٥ واجهه للمتجر بأكثر من ٤٠ لغة. (٢٠٢٤, About the App Store)

الإطار العملي للدراسة:

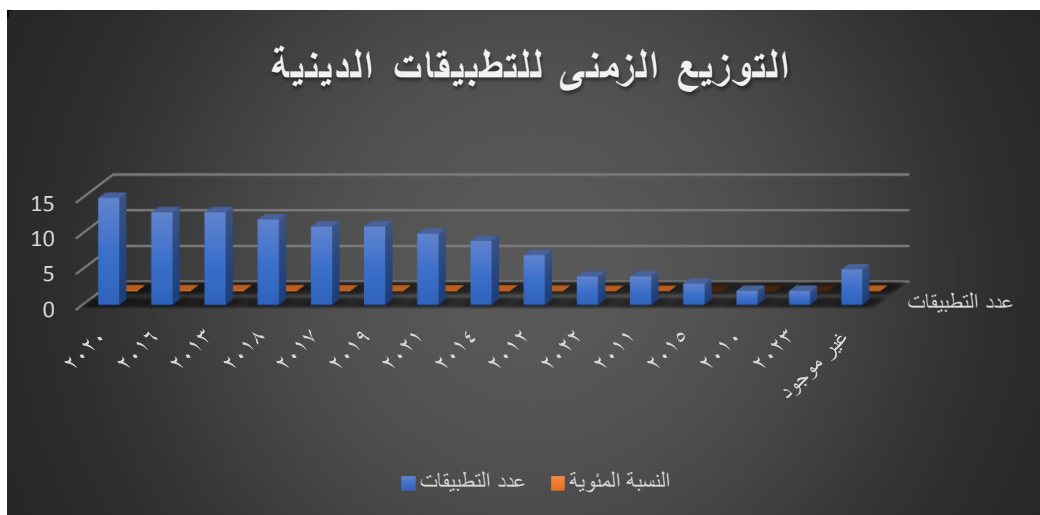
التوزيع الزمني لتطبيقات الهواتف الذكية الدينية:

من خلال حصر التطبيقات، توصلنا الى حصر عدد ١١٠ تطبيق في موضوع الدين الإسلامي، وتلاحظ تنوع في تاريخ إصدار التطبيقات، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (١) التوزيع الزمني لتطبيقات الهواتف الذكية الدينية محل الدراسة

م	العام	عدد التطبيقات	النسبة المئوية
١	٢٠٢٠	١٥	١٣.٦%
٢	٢٠١٦	١٣	١١.٨%
٣	٢٠١٣	١٢	١٠.٩%
٤	٢٠١٨	١٢	١٠.٩%
٥	٢٠١٧	١١	١٠%
٦	٢٠١٩	١١	١٠%
٧	٢٠٢١	١٠	٩.١%
٨	٢٠١٤	٩	٨.١%
٩	٢٠١٢	٦	٥.٤%
١٠	٢٠٢٢	٤	٣.٦%
١١	٢٠١١	٤	٣.٦%
١٢	٢٠١٥	٣	٢.٧%
١٣	٢٠٢٣	٣	٢.٧%
١٤	٢٠١٠	٢	١.٨%
١٥	غير متوفر	٥	٤.٥%
	الإجمالي	١٢١	١٠٩.٦%

بتحليل بيانات الجدول السابق رقم (١) تبين الآتي: جاءت في المرتبة الأولى تطبيقات الهواتف الذكية الدينية التي تم إصدارها في متاجر التطبيقات لعام ٢٠٢٠ بنسبة (١٣.٦%) بمعدل عدد ١٥ تطبيق، ويرجع ذلك لحداثة التطبيقات وزيادة عدد المميزات المختلفة والمتنوعة بداخلها وأيضاً لسهولة استخدامها وزيادة انتشارها بين المستخدمين، وجاءت في المرتبة الثانية التطبيقات الدينية التي صدرت في عام ٢٠١٦ بعدد تطبيقات ١٣ تطبيق بنسبة (١١.٨%) ، وجاءت في المرتبة الثالثة التطبيقات التي صدرت عامي ٢٠١٣ و ٢٠١٨ بمعدل ١٢ تطبيق بواقع نسبة (١٠.٩%) لكل منهما، أما في المرتبة الرابعة جاءت التطبيقات الصادرة في عامي ٢٠١٧ و ٢٠١٩ بواقع ١١ تطبيق ديني محل الدراسة بمعدل (١٠%) لكل منهما، يليها في المرتبة الخامسة التطبيقات التي صدرت عام ٢٠٢١ بواقع ١٠ تطبيقات بنسبة (٩.١%) ، وجاءت في المرتبة السادسة التطبيقات الصادرة عام ٢٠١٤ بواقع ٩ تطبيقات بنسبة (٨.١%)، يليها في المرتبة السابعة التطبيقات الصادرة عام ٢٠١٢ بواقع ٦ تطبيقات بنسبة (٥.٤%)، أما في المرتبة الثامنة جاءت التطبيقات التي لم يتم العثور على تاريخ إصدار لها بواقع ٥ تطبيقات بنسبة (٤.٥%)، وفي المرتبة التاسعة جاءت التطبيقات التي صدرت في عامي ٢٠١١ و ٢٠٢٢ بواقع ٤ تطبيقات بنسبة (٣.٦%) لكل منهما، أما في المرتبة قبل الأخيرة جاءت التطبيقات الصادرة في عامي ٢٠١٥ و ٢٠٢٣ بنسبة (٢.٧%) بواقع ٣ تطبيقات لكل منهما، واحتلت التطبيقات الصادرة في عام ٢٠١٠ المرتبة الأخيرة بنسبة (١.٨%) بواقع تطبيقين فقط ، كما هو موضح في الشكل التالي :



شكل رقم (١) التوزيع الزمني للتطبيقات الذكية الدينية محل الدراسة

تم حصر عدد ١١٠ تطبيق ديني الا انه في الجدول والشكل السابقين وجد ما يقارب عدد ١٢٠ تطبيق، كما ان النسبة المئوية تخطت ١٠٠% ويرجع ذلك الي أن هناك تطبيقات تحمل تاريخين إصدار مختلفين، أي تم إصدارها في متاجر التطبيقات بتاريخ مختلفة، فنجد أن هناك تطبيق تاريخ إصداره في متجر تطبيقات أبل يختلف عن تاريخ إصداره في متجر تطبيقات جوجل بلاي، لذلك تم حسابه مرتين.

التوزيع الجغرافي للتطبيقات الدينية محل الدراسة:

بالقاء الضوء على التطبيقات الدينية محل الدراسة في متاجر تطبيقات جوجل بلاي وأبل، تبين أن مكان إصدار تلك التطبيقات منذ عام ٢٠١٠ حتى عام ٢٠٢٣ موزعه على (١٣) دولة لكل منهم إسهامها في إنتاج تلك التطبيقات.

جدول رقم (٢) التوزيع الجغرافي لتطبيقات الهواتف الذكية الدينية محل الدراسة

م	الدول	عدد التطبيقات	النسبة المئوية
١	السعودية	٣٤	٣٠.٩٠%
٢	غير متوفر	٥٠	٤٥.٤٥%
٣	مصر	٥	٤.٥٤%
٤	الأردن	٤	٣.٦٣%
٥	الكويت	٤	٣.٦٣%
٦	الإمارات العربية المتحدة	٣	٢.٧٢%
٧	استراليا	٢	١.٨١%
٨	الهند	٢	١.٨١%
٩	المغرب	١	٠.٩٠%
١٠	الولايات المتحدة الأمريكية	١	٠.٩٠%
١١	بيروت	١	٠.٩٠%
١٢	جينيا	١	٠.٩٠%
١٣	لندن	١	٠.٩٠%
١٤	تركيا	١	٠.٩٠%
	الإجمالي	١١٠	١٠٠%



بتحليل بيانات الجدول السابق رقم (٢) تبين الآتي: بحصر وتحليل عدد ١١٠ تطبيق هاتف ذكي ديني، تبين أن تطبيقات الهواتف الذكية الدينية التي لم يتوافر لها بلد منشأ التطبيق احتلت أعلى مرتبة بنسبة (٤٥.٤٥%) بواقع ٥٠ تطبيق، ويرجع ذلك لعدم إتاحة بلد منشأ التطبيق سواء في التطبيق نفسه أو على الموقع الخاص به، بينما تأتي في المرتبة الثانية المملكة العربية السعودية بنسبة (٣٠.٩٠%) بواقع ٣٤ تطبيق و يرجع ذلك لموقع ومكانه بلد منشأ التطبيق ووجود المعالم الدينية فيها مثل وجود المسجد الحرام و المسجد النبوي والعديد من المعالم الإسلامية التي تفردت بها المملكة لما تمثله من مكانه بالنسبة لجموع المسلمين حول العالم، وفي المرتبة الثالثة جمهورية مصر العربية بنسبة (٤.٥٤%) بواقع ٥ تطبيقات دينية، وجاءت كل من دولة الأردن والكويت في المرتبة الرابعة بنسبة (٣.٦٣%) بواقع ٤ تطبيقات لكل منهم، بينما احتلت المكانة الخامسة دولة الإمارات العربية المتحدة بنسبة (٢.٧٢%) بواقع ٣ تطبيقات، وحصلت كل من استراليا والهند على المرتبة السادسة بنسبة (١.٨١%) بواقع تطبيقين لكل منهم، بينما تأتي كل من المغرب، الولايات المتحدة الأمريكية، بيروت، جينيا، لندن وتركيا في المرتبة الأخيرة بنسبة (٠.٩٠%) بواقع تطبيق صادر عن كل منها.

التوزيع اللغوي للتطبيقات الدينية محل الدراسة:

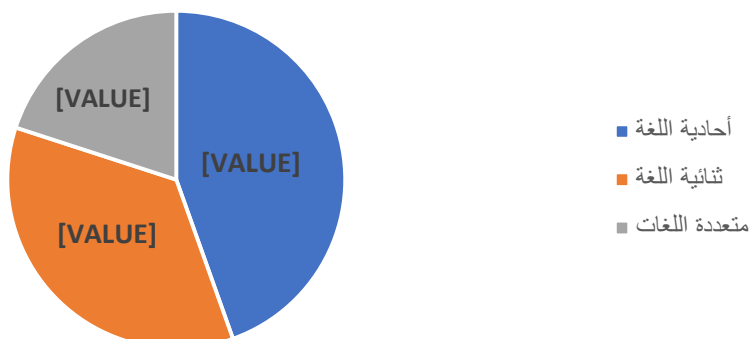
بالاطلاع على تطبيقات الهواتف الذكية الدينية محل الدراسة تبين أن هناك تطبيقات تدعم لغة واحدة وأخرى تدعم أكثر من لغة، فقد نجد أن هناك سمات لغوية خاصة بواجهة التطبيق (اللغة التي يعرض بها البيانات الخاصة بالتطبيق)، فيمكن تقسيم لغات تطبيقات الهواتف الذكية الدينية محل الدراسة إلى تطبيقات أحادية اللغة وثنائية اللغة وأخرى متعددة اللغات.

جدول رقم (٣) اللغات التي تدعمها تطبيقات الهواتف الذكية الدينية محل الدراسة

م	اللغة	عدد التطبيقات	النسبة المئوية
١	أحادي اللغة	٤٩	٤٤.٥٥%
٢	ثنائية اللغة	٣٩	٣٥.٤٥%
٣	متعددة اللغات	٢٢	٢٠%
	الإجمالي	١١٠	١٠٠%

بتحليل بيانات الجدول السابق رقم (٣) تبين الآتي: أن التطبيقات أحادية اللغة تمثل أعلى نسبة (٤٤,٥٥%) بواقع ٤٩ تطبيق، أما التطبيقات ثنائية اللغة احتلت المرتبة الثانية بنسبة (٣٥.٤٥%) بواقع ٣٩ تطبيق، كما جاءت التطبيقات متعددة اللغات في المرتبة الثالثة بنسبة (٢٠%) بواقع ٢٢ تطبيق ويرجع ذلك إلى وجود تطبيقات دعمت بأكثر من ثلاث لغات وأخرى خمسة لغات حيث وصلت الي تطبيقات تدعم أكثر من ٥٠ لغة مختلفة.

التوزيع اللغوي للتطبيقات الدينية إلى أحادية وثنائية ومتعددة اللغات



شكل رقم (٢) النسبة المئوية لتوزيع تطبيقات الهواتف الذكية الدينية محل الدراسة وفقا للغة

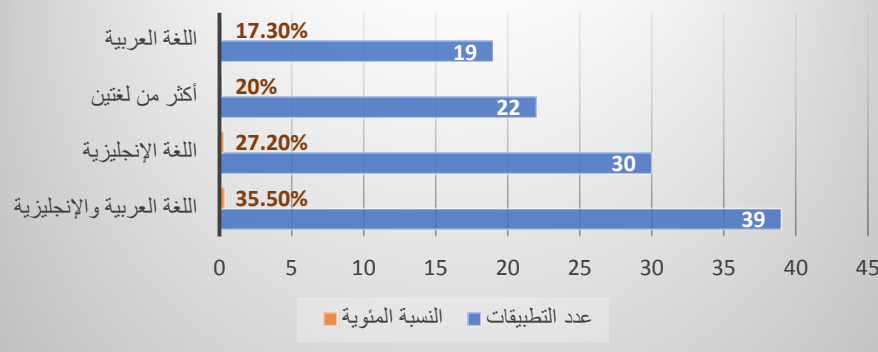
من خلال الشكل السابق رقم (٢) تبين الآتي: أن التطبيقات أحادية اللغة تحتل المكانة الأكبر سواء باللغة العربية أو اللغة الإنجليزية ويرجع ذلك لمكانتهما الكبرى وسهولة استخدامها وتداولهما بين المستخدمين بسهولة.

وبإمعان النظر أكثر تبين أن هناك تطبيقات مدعّمه بشكل كامل باللغة العربية وأخرى باللغة الإنجليزية ويوجد تطبيقات باللغتين معاً، وهناك تطبيقات بأكثر من لغتين والجدول التالي يوضح أعداد التطبيقات والنسبة المئوية لكل منهما.

جدول رقم (٤) اللغات التي تدعمها تطبيقات الهواتف الذكية الدينية محل الدراسة

م	اللغة	عدد التطبيقات	النسبة المئوية
١	اللغة العربية والإنجليزية	٣٩	٣٥.٥%
٢	اللغة الإنجليزية	٣٠	٢٧.٢%
٣	أكثر من لغتين	٢٢	٢٠%
٤	اللغة العربية	١٩	١٧.٣%
	الإجمالي	١١٠	١٠٠%

التوزيع اللغوي للتطبيقات الدينية محل الدراسة

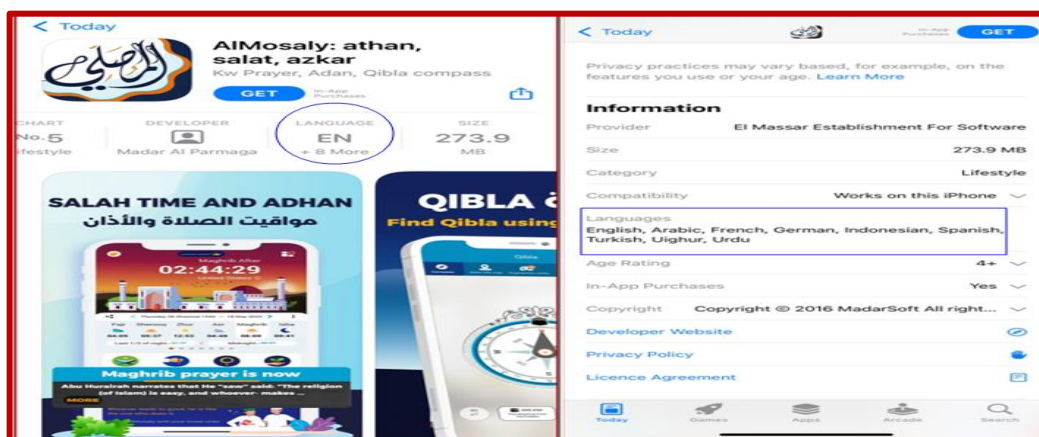


شكل رقم (٣) التوزيع اللغوي لتطبيقات الهواتف الذكية الدينية محل الدراسة

بتحليل بيانات الجدول السابق رقم (٤) تبين الآتي: أن التطبيقات ثنائية اللغة (اللغة العربية والإنجليزية) تحتل المرتبة الأولى بنسبة (٣٥.٥%) بواقع ٣٩ تطبيق وذلك لسهولة استخدامها وانتشارها وتداولها، واحتلت اللغة الإنجليزية المرتبة الثانية بنسبة (٢٧.٢%) بواقع ٣٠ تطبيق، وتعتبر لغة سائدة لأغلب دول العالم فهي بمثابة لغة عالمية، ومثلت اللغة العربية نسبة (١٧.٣%) بواقع ١٩ تطبيق، فاللغة العربية هي اللغة الام ولغة القرآن والسنة ويتم ترجمتها للعديد من اللغات لانتشار التطبيقات على مستوى العالم، ويليهما التطبيقات التي دعمت بأكثر من لغتين بنسبة (٢٠%) بواقع ٢٢ تطبيق.

من أمثلة التطبيقات المتعددة اللغات:

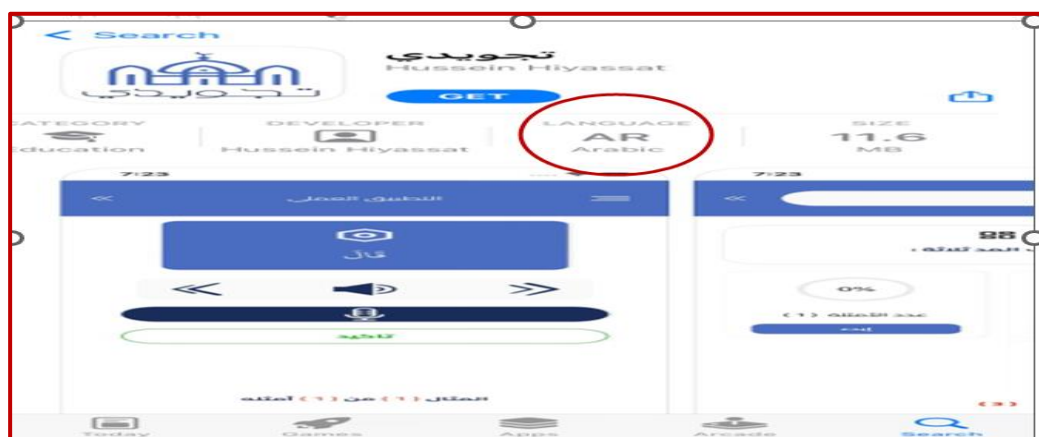
تطبيق المصلي



شكل رقم (٤) عدد اللغات التي يحتوي عليها تطبيق المصلي

ومن أمثلة التطبيقات الأحادية اللغة:

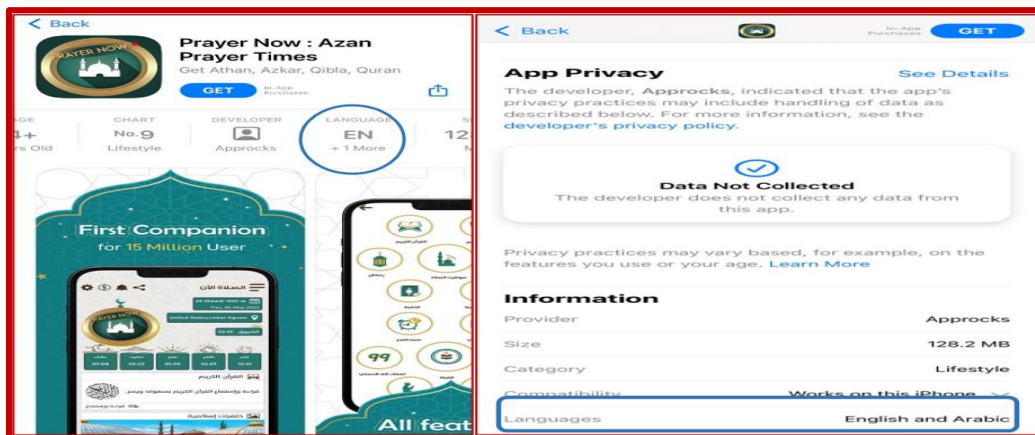
تطبيق تجويدي



شكل رقم (٥) اللغة التي يدعمها تطبيق تجويدي

أمثلة للتطبيقات ثنائية اللغة:

تطبيق Prayer Now: Azan Prayer Times



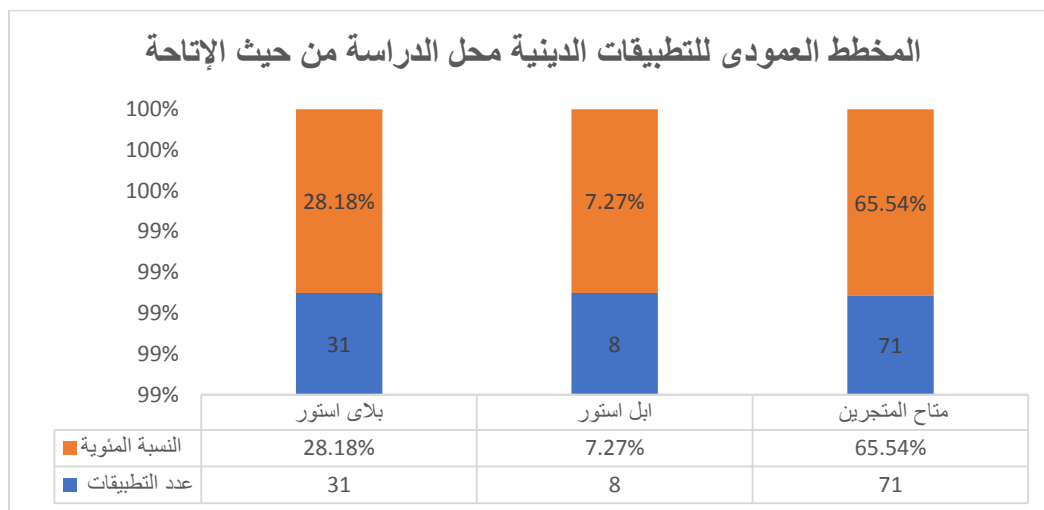
شكل (٦) عدد اللغات التي يدعمها تطبيق Prayer Now : Azan Prayer Times

توزيع التطبيقات محل الدراسة حسب الإتاحة:

من خلال دراسة تطبيقات الهواتف الذكية الدينية تبين أنها تختلف في طرق الإتاحة في متاجر التطبيقات للمستخدم كما هو موضح في الجدول والرسم العمودي التاليين:

جدول رقم (٥) توزيع تطبيقات الهواتف الذكية الدينية محل الدراسة حسب الإتاحة

م	الإتاحة	عدد التطبيقات	النسبة المئوية
١	متجر تطبيقات جوجل بلاي	٣١	٢٨.١٨%
٢	متجر تطبيقات أبل	٨	٧.٢٧%
٣	مناح على المتجرين	٧١	٦٥.٥٤%
	الإجمالي	١١٠	١٠٠%



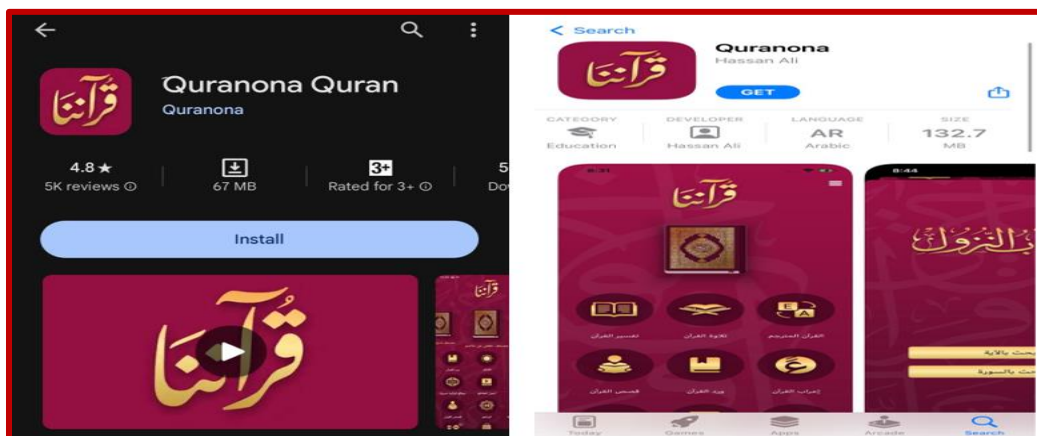
شكل رقم (٧) الرسم البياني لتوزيع التطبيقات محل الدراسة حسب الإتاحة

بتحليل الجدول السابق رقم (٥) وشكل الرسم البياني رقم (٧) يتضح الآتي: أن عدد التطبيقات المتاحة في متاجر تطبيقات جوجل بلاي وابل تبلغ عدد كبير جدا، فمثلت نسبة (٦٥.٥٤%) بواقع ٧١ تطبيق، ويرجع ذلك لانتشار

التطبيقات وما بها من امتيازات، بينما مثلت التطبيقات المتاحة على خلال متجر تطبيقات أبل نسبة (٧.٢٧%) بواقع ٨ تطبيقات، واحتلت التطبيقات المتاحة في متجر تطبيقات جوجل بلاي نسبة (٢٨.١٨%) بواقع ٣١ تطبيقات فقط.

ومن أمثلة تطبيقات الهواتف الذكية الدينية المتاحة في متجر تطبيقات جوجل بلاي وأبل:

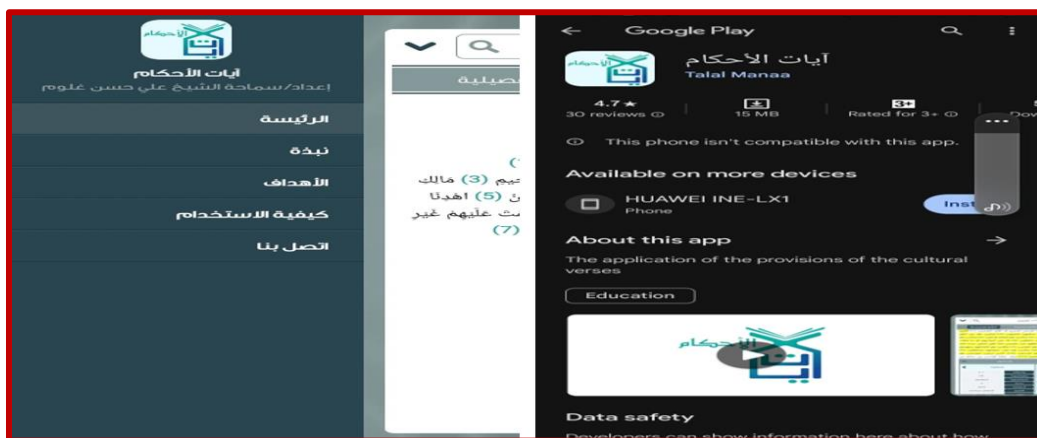
تطبيق قرآنا



شكل (٨) تطبيق قرآنا كأحد التطبيقات المتاحة على جوجل بلاي وأبل

من التطبيقات المتاحة في متجر تطبيقات جوجل بلاي:

آيات الأحكام



شكل (٩) تطبيق آيات الأحكام كأحد التطبيقات المتاحة في متجر تطبيقات جوجل بلاي

من التطبيقات المتاحة في متجر تطبيقات أبل:

تطبيق صور إسلامية متنوعة



شكل (١٠) تطبيق صور إسلامية متنوعة كأحد التطبيقات المتاحة في متجر تطبيقات أبل

توزيع تطبيقات الهواتف الذكية الدينية محل الدراسة حسب قيود الاستخدام:

بالاطلاع على تطبيقات الهواتف الذكية الدينية محل الدراسة منذ عام ٢٠١٠ تبين وجود اختلاف حسب قيود الاستخدام ، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (٦) توزيع التطبيقات الدينية محل الدراسة حسب قيود الاستخدام

م	قيود الاستخدام	عدد التطبيقات	النسبة المئوية
١	مجاني	١٠٨	%٩٨.٢
٢	مدفوع	٢	%١.٨
	الإجمالي	١١٠	%١٠٠

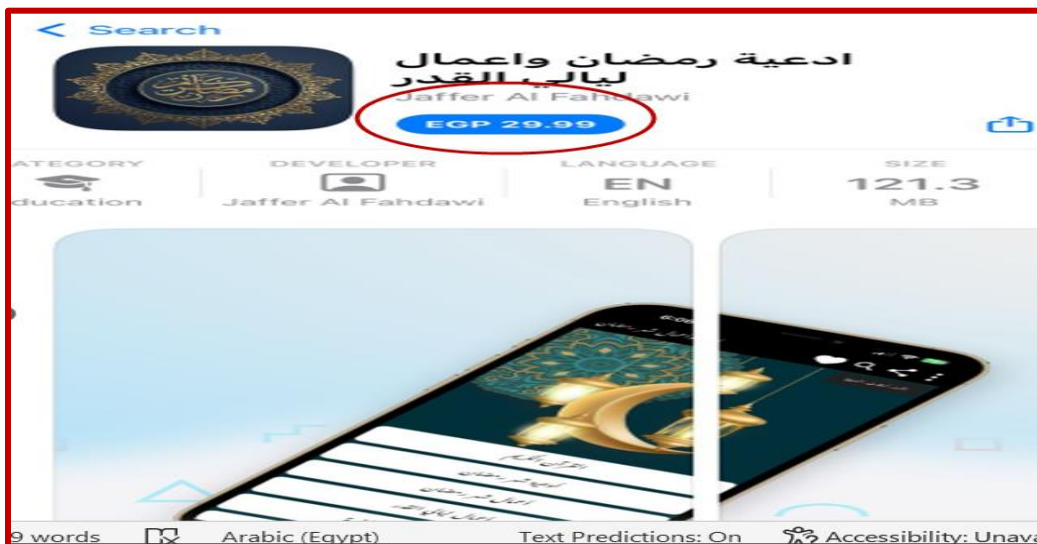
من خلال الجدول السابق رقم (٦) تبين الآتي: أن عدد التطبيقات الدينية المتاحة في متجر تطبيقات جوجل بلاي وابل معظمها مجاني، أي يمكن تنزيلها من على المتاجر بدون أي مقابل، وبلغت عدد التطبيقات الدينية المتاحة مجاناً نسبة (%٩٨.٢) بواقع ١٠٨ تطبيق، أما التطبيقات المدفوعة أي التي تستلزم الدفع المسبق لتزبلها نسبة (%١.٨) بواقع تطبيقين فقط.

توزيع التطبيقات الدينية محل الدراسة حسب قيود الاستخدام



شكل رقم (١١) توزيع التطبيقات الدينية محل الدراسة حسب قيود الاستخدام

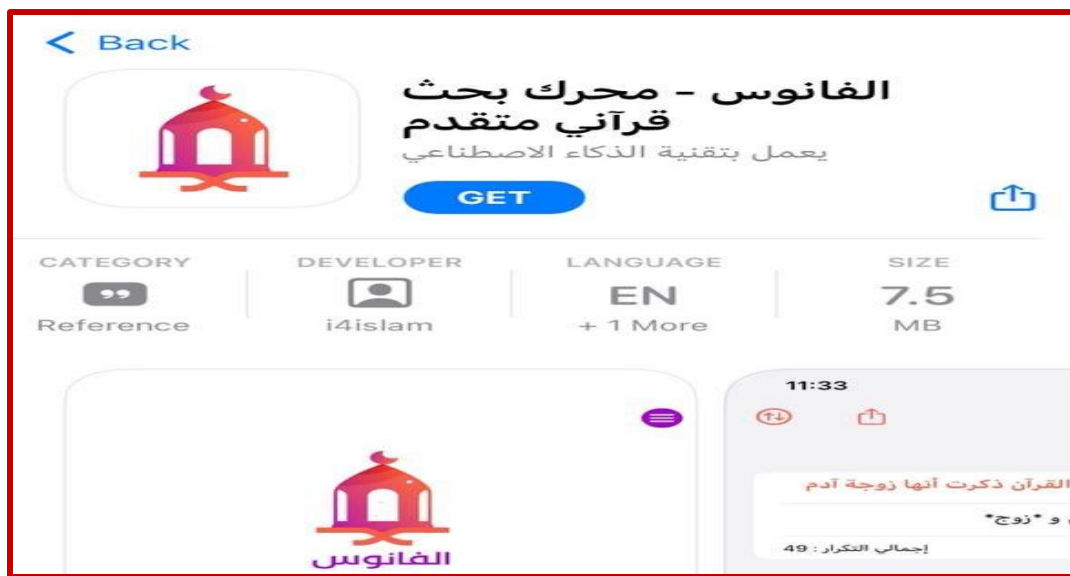
من التطبيقات المدفوعة الاستخدام:



شكل (١٢) تطبيق أدعية رمضان واعمال ليالي القدر كأحد التطبيقات المدفوعة

ومن أمثلة التطبيقات الدينية المجانية:

تطبيق الفانوس

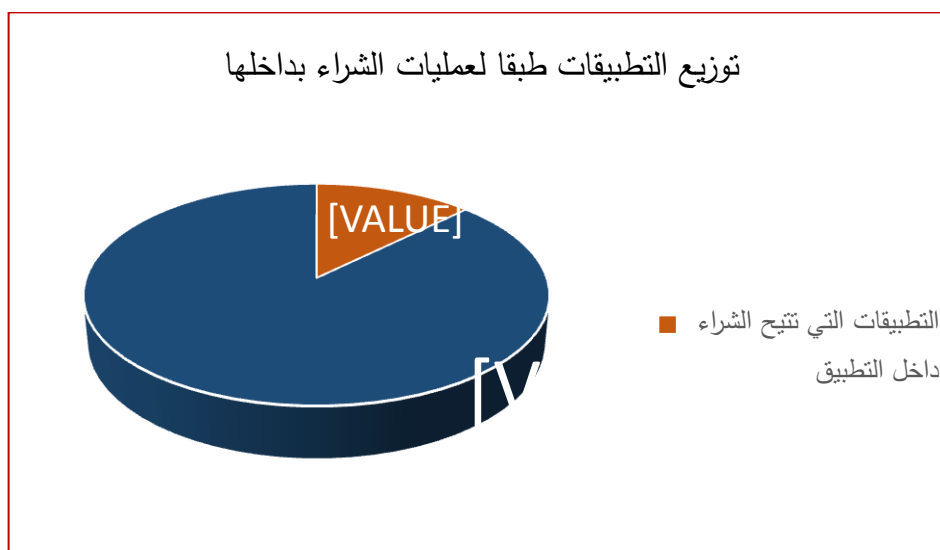


شكل (١٣) تطبيق الفانوس كأحد التطبيقات الدينية المجانية

التوزيع طبقا لعمليات الشراء داخل التطبيق لدى تطبيقات الهواتف الذكية الدينية محل الدراسة:

تبين ان التطبيقات الدينية محل الدراسة تتيح عمليات الشراء داخل التطبيق بمقابل مادي وهناك تطبيقات لا تتيح ذلك، وتتم عمليات الشراء بداخل التطبيقات بالعملة المختلفة كالجنية المصري، الدولار الأمريكي وأخرى بالريال السعودي و غيرها من العملات، ويتم تقسيم عمليات الشراء إلى اشتراكات مختلفة سواء بالشهر، الأسبوع أو السنة ، وتقسّم أيضا لثلاث فئات كالأهنية، الفضية والبرونزية، وقد تكون عمليات الشراء عبارة عن إضافة أو إزالة إعلانات داخل التطبيق وقد تكون ترقية التطبيق نفسه بمقابل مادي أو فتح محتوى مميز في التطبيق.

الشكل رقم (١٤) توزيع التطبيقات محل الدراسة وفقا لعمليات الشراء داخل التطبيق



بتحليل بيانات الشكل السابق رقم (١٤) تبين أن التطبيقات التي لا تتيح عمليات الشراء بداخلها احتلت المرتبة الأولى بواقع ٩٦ تطبيق أي بنسبة (٨٧.٢٧%) ويرجع ذلك الي أن عمليات الشراء تكون بمقابل مادي بكافة العملات لذلك قد يري البعض انه ليس بحاجة للشراء داخل التطبيق، وبلغت عدد التطبيقات التي تتيح عمليات الشراء بداخلها ٤٤ تطبيق أي بواقع نسبة (١٢.٧٣%) وتكون عمليات الشراء فيها بمقابل مادي سواء بإضافة أو إزالة إعلانات من التطبيق أو الحصول على محتوى مميز داخل التطبيق أو اذا استلزمت الحاجة اجراء عمليات شراء لترقية التطبيق نفسه.

من أمثلة التطبيقات التي تتيح عمليات الشراء داخل التطبيق:

تطبيق القرآن الكريم – المصحف المرتل

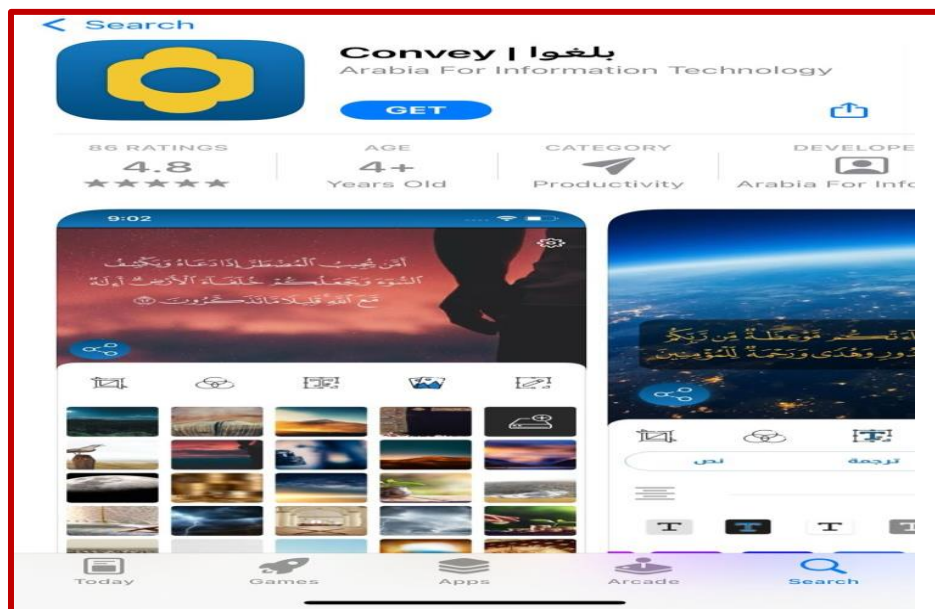
In-App Purchases

1. إزالة الإعلانات من التطبيق EGP 99.99
2. فتح المحتوى المميز في التطبيق EGP 99.99

App Support Privacy Policy

شكل رقم (١٥) أحد التطبيقات الدينية التي تتيح عمليات الشراء داخل التطبيق
ومن أمثلة التطبيقات التي لا تتيح عمليات الشراء بداخلها:

تطبيق بلغوا Convey



شكل (١٦) تطبيق بلغوا كأحد التطبيقات الدينية التي لا تتيح عمليات الشراء داخل التطبيق

التوزيع الموضوعي للتطبيقات الدينية محل الدراسة:

من خلال تحليل تطبيقات الهواتف الذكية الدينية تبين وجود تطبيقات تغطي رؤوس موضوعات دينية مختلفة، فهناك تطبيقات متخصصة في القرآن الكريم وفروعه كالتلاوة، التفسير وأيضاً الحفظ والتجويد ويمكن تنزيلها بكل سهوله من خلال متاجر التطبيقات المختلفة، ونجد تطبيقات أخرى تناولت الأدعية والابتهالات والشعائر الدينية وأخرى أدرجت الحديث مع القرآن وغيرها تخصصت في الثقافة الإسلامية من معلومات وفتاوى ... إلخ



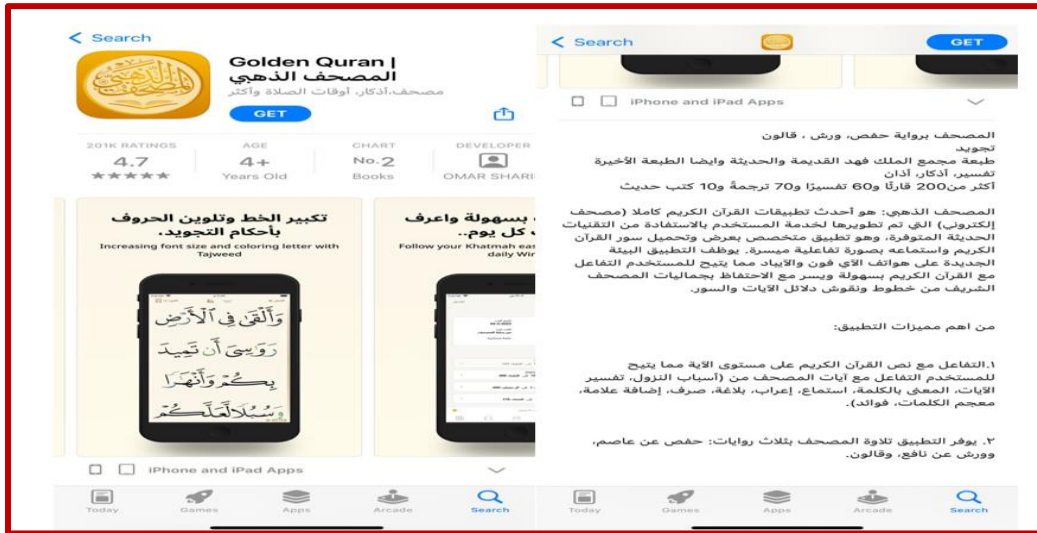
جدول رقم (٧) التوزيع الموضوعي للتطبيقات الدينية محل الدراسة

م	الموضوع	عدد التطبيقات	النسبة المئوية
١	القرآن	٦٢	٥٦.٤ %
٢	الصلاة ؛ العبادات ؛ الأدعية والأوراد	١٥	١٣.٦ %
٣	الحديث ؛ السنة	٩	٨.١٨ %
٤	الذكر ؛ التأمل	٥	٤.٥٤ %
٥	الإسلام ؛ الثقافة الإسلامية ؛ الكتب السماوية في القرآن	٤	٣.٦٣ %
٦	الفتاوى الشرعية ؛ الوصايا	٣	٢.٧٢ %
٧	التعليم الديني للأطفال	٣	٢.٧٢ %
٨	قصص الأنبياء	٢	١.٨ %
٩	الصور - حفظ ؛ الصور الإسلامية	٢	١.٨ %
١٠	الأعياد الدينية	١	٠.٩ %
١١	الحكم ؛ أصول الفقه	١	٠.٩ %
١٢	الأسماء الحسنى	١	٠.٩ %
	الإجمالي	١١٠	١٠٠ %

بتحليل الجدول السابق رقم (٧) تبين الآتي: أن التطبيقات التي تغطي رأس الموضوعات القرآن الكريم بجميع فروعها تحتل المركز الأول بمعدل ٦٢ تطبيق بنسبة (٥٦.٤ %) ويرجع ذلك لفروع القرآن الكريم المتعددة من حفظ، ترجمة، علوم وآيات .. الخ وأن جميع الاسانيد والمعاملات الدينية واليومية يتم الاستشهاد بالقرآن الكريم، وتأتي في المركز الثاني التطبيقات التي تغطي رؤوس موضوعات الصلاة، العبادات والأدعية والأوراد بواقع ١٥ تطبيق بنسبة (١٣.٦%)، ويرجع ذلك ان هذه التطبيقات تعطي ميزات كثيرة مثل التذكير بمواقيت الصلاة والأذان والإقامة ومتابعة الصلوات اليومية وهذا يلقى اهتمام كبير من قبل المستخدمين لأهمية العبادات والأدعية الدينية، وجاء في المركز الثالث التطبيقات التي شملت الحديث والسنة بواقع ٩ تطبيقات بنسبة(٨.١٨%)، وذلك لمكانته العظيمة في التشريع الإسلامي، فهو الأصل الثاني بعد القرآن الكريم، وفي المركز الرابع تأتي التطبيقات التي تحمل رؤوس موضوعات الذكر والتأمل بمعدل ٥ تطبيقات بنسبة (٤.٥٤%)، وتأتي في المركز الخامس التطبيقات التي تحمل رؤوس موضوعات الإسلام، الثقافة الإسلامية، والكتب السماوية في القرآن بمعدل ٤ تطبيقات بنسبة (٣.٦٣%)، وفي المركز السادس تأتي كل من التطبيقات التي تحمل رؤوس موضوعات الفتاوى الشرعية والوصايا بواقع ٣ تطبيقات وبذلك يتساوى مع نفس عدد التطبيقات التي غطت رأس موضوع التعليم الديني للأطفال بنسبة (٢.٧٢%) لكل منهم، أما في المركز ما قبل الأخير تأتي التطبيقات التي تغطي رؤوس موضوعات قصص الأنبياء والصور - حفظ بواقع تطبيقين بنسبة (١.٨%) لكل منهما، أما في المركز الأخير جاءت التطبيقات التي غطت رؤوس موضوعات الأعياد الدينية، الحكم، أصول الفقه، وأسماء الله الحسنى بواقع تطبيق واحد بنسبة (٠.٩%) لكل منهما.

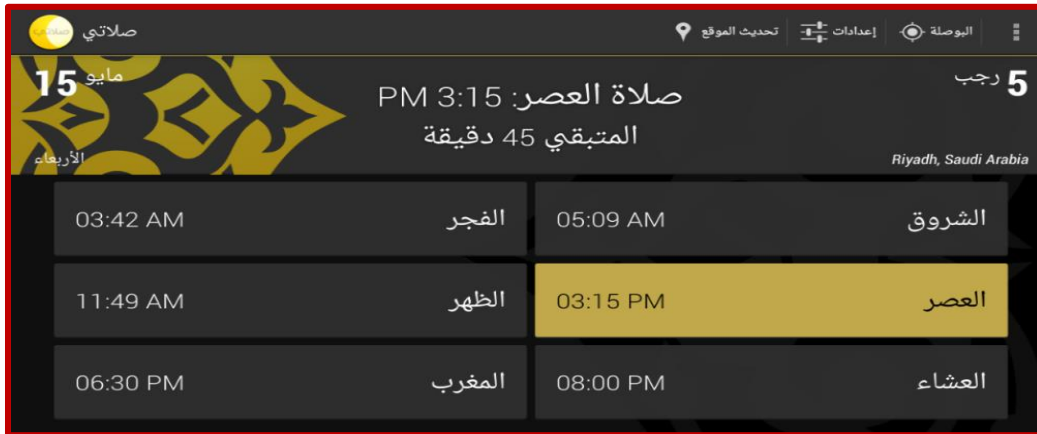
أمثلة على التطبيقات التي تحمل رأس موضوع القرآن الكريم وفروعه :

المصحف الذهبي



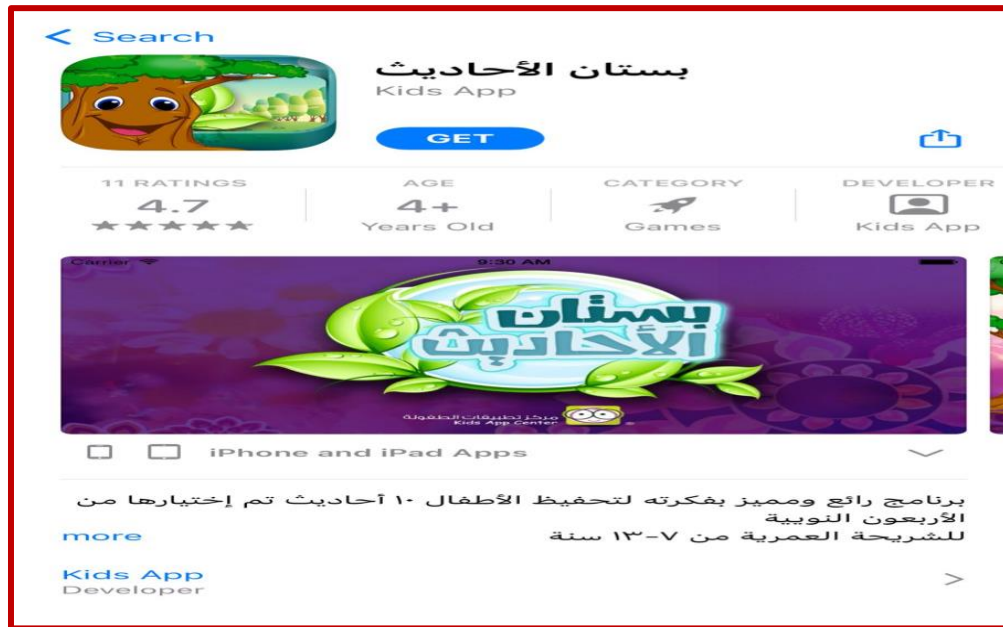
شكل رقم (١٧) تطبيق المصحف الذهبي كأحد تطبيقات القرآن الكريم

ومن التطبيقات التي تقع تحت رؤوس الموضوعات الصلاة والعبادات
تطبيق صلاتي



شكل رقم (١٨) تطبيق صلاتي كأحد التطبيقات الدينية

من أمثلة التطبيقات الدينية التي تغطي رأس الموضوعات الحديث والسنة
بستان الأحاديث



شكل رقم (١٩) تطبيق بستان الأحاديث أحد التطبيقات الدينية التي غطت رأس موضوع الحديث

ومن أمثلة التطبيقات التي تغطي رأس موضوعات الإسلام والثقافة الإسلامية:

اعرف دينك - أسئلة عن اسلام



شكل رقم (٢٠) تطبيق اعرف دينك كأحد التطبيقات التي تغطي رأس موضوعات الإسلام، الثقافة الإسلامية

ونظراً لكثرة التطبيقات التي غطت رأس موضوع القرآن الكريم بكل فروع، وصل عدد التطبيقات ٦٢ تطبيق، فيمكن تقسيم هذه التطبيقات وفقاً لفروع القرآن المختلفة كما هو موضوع في الجدول التالي:

جدول رقم (٨) تفريعات علوم القرآن الكريم لتطبيقات الهواتف الذكية الدينية محل الدراسة



م	علوم القرآن	عدد التطبيقات
١	القراءات والتجويد	١٧
٢	المصاحف	١٤
٣	مباحث قرآنية عامة	١٣
٤	تفسير القرآن	٩
٥	جمع القرآن	٦
٦	فقه القرآن	٢
٧	نزول القرآن	١
	الإجمالي	٦٢

بتحليل الجدول السابق رقم (٨) تبين أن فرع القراءات والتجويد تأتي في المرتبة الأولى بواقع ١٧ تطبيق من إجمالي عدد التطبيقات وما تحتويه من رؤوس موضوعات مثل القرآن، القراءات - من رواه وحفاظ، ويشتمل أيضا على علم التجويد، أما في المرتبة الثانية يأتي فرع المصاحف بما يشتمل عليه من رؤوس موضوعات أنواع المصاحف مثل المصحف العثماني وأيضا سور وأجزاء وآيات القرآن الكريم بواقع ١٤ تطبيق، أما في المرتبة الثالثة جاء فرع مباحث قرآنية عامة بما يتضمن من رؤوس موضوعات أدعية القرآن الكريم، قصص القرآن الكريم بواقع ١٣ تطبيق، أما في المرتبة الرابعة يأتي فرع تفسير القرآن بواقع ٩ تطبيقات، أما في المرتبة الخامسة جاء فرع جمع القرآن الكريم بواقع ٦ تطبيقات من إجمالي عدد التطبيقات الدينية محل الدراسة، أم في المرتبة السادسة جاء فرع فقه القرآن بإجمالي تطبيقين وجاءت تحت رأس موضوع القرآن - أحكام، أما في المرتبة السابعة والأخيرة جاء كل من فرع نزول القرآن بواقع تطبيق واحد فقط.

توزيع التطبيقات الدينية محل الدراسة حسب مطوري التطبيقات:

من خلال الحصر والاطلاع على التطبيقات الدينية محل الدراسة تبين أن تطوير هذه التطبيقات ينقسم لفئتين، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (٩) توزيع التطبيقات الدينية محل الدراسة حسب مطوري التطبيقات

م	مطوري التطبيقات	عدد التطبيقات	النسبة المئوية
١	شركات ومؤسسات	٨٠	٧٤.٥%
٢	أفراد	٣٩	٣٣.٦%
	الإجمالي	١١٠	١٠٠%

بتحليل بيانات الجدول السابق رقم (٩) تبين الآتي: نجد أن غالبية مطوري تطبيقات الهواتف الذكية الدينية محل الدراسة هم من الشركات والمؤسسات بنسبة (٧٤.٥%) بواقع ٨٢ تطبيق، أما المطورين من الأفراد لتطبيقات الهواتف الذكية الدينية محل الدراسة بنسبة (٣٣.٦%) بواقع ٣٧ تطبيق، وتلاحظ لنا أن النسبة المئوية تخطت (١٠٠%) وكذلك عدد التطبيقات، حيث يوجد ٩ تطبيقات يختلف فيها المطورين في كل من متجري تطبيقات جوجل بلاي وأبل لذلك تم حسابهم مرتين والجدول التالي يوضح هذه التطبيقات بمطوريهم.



جدول رقم (١٠) مطوري تطبيقات الهواتف الذكية الدينية محل الدراسة في متجري التطبيقات جوجل بلاي وأبل

م	اسم التطبيق	جوجل بلاي	أبل
١	كل يوم تحدي إسلامي	Abdullah Aldubaikhi	Tahbeer Media Production
٢	إجلال Ejjal	Saudi Camp	Faisal Aldobaie
٣	الحفاظ الصغار	حسين شرف	عمر شريف
٤	مصحف المدينة	Seyed Yousuf Jalili	Abdul Baqi Abdul Hadi
٥	تحفيظ القرآن الكريم	Simpro	Abdullah AlFurayh
٦	Muslimuna	Smartech IT Solution	Abobakr Ibrahim
٧	الكشاف	Kalem Tayeb	Mahmoud Hammam
٨	كلام من ذهب	Khatmah	عبدالله السيد
٩	بستان الأحاديث	SAAD Mobile	Akmal Sagdullaev

ومن خلال الجدول السابق رقم (١٠) تبين الآتي: أن تطبيقات الهواتف الذكية الدينية المتاحة في متجري تطبيقات جوجل بلاي وأبل لها مطور مختلف في كل منهما فقد تكون شركة أو فرد، ففي تطبيق كل يوم تحدي إسلامي نجد أن المطور في متجر جوجل بلاي (فرد) بينما في أبل (شركة)، أما المطور في تطبيقات إجلال، كلام من ذهب، بستان الأحاديث، مسلومنا، تحفيظ القرآن والكشاف في متجر جوجل بلاي (شركة) بينما في أبل (فرد)، وجاء المطور في تطبيقات الحفاظ الصغار ومصحف المدينة في كل من متجري جوجل بلاي وأبل (فرد) ولكنهم مختلفي الأسماء. ونظرا لعدد الشركات والمؤسسات المطورة للتطبيقات الدينية محل الدراسة ودورها في تطوير هذه التطبيقات كان لابد من الإشارة لأهم هذه الشركات والمؤسسات.



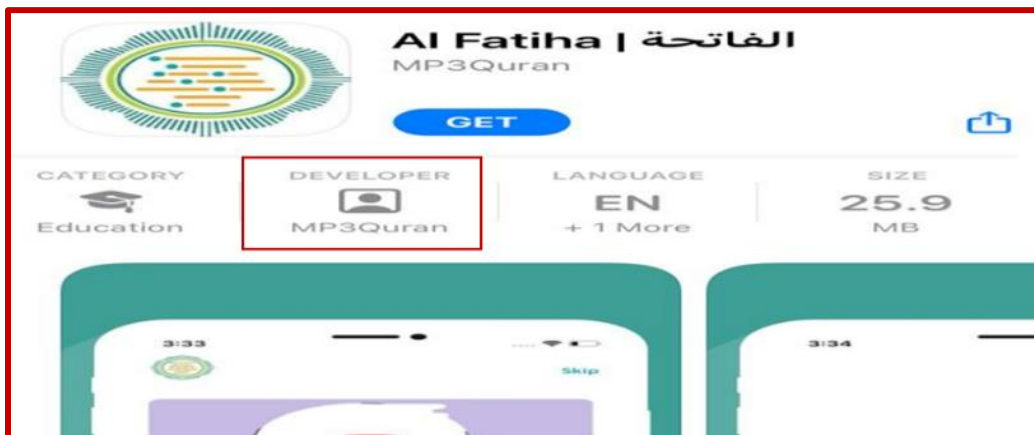
جدول رقم (١١) أهم الشركات المطورة للتطبيقات الدينية محل الدراسة

م	اسم الشركة - المؤسسة	عدد التطبيقات	النسبة المئوية
١	الدار العربية للمعلومات والتكنولوجيا	٦	١٩.٣٥%
٢	Simpro	٥	١٦.١٢%
٣	مكتبة القرآن الصوتية	٣	٩.٦٧%
٤	Rasoulallah.net	٣	٩.٦٧%
٥	جمعية تحفيظ القرآن الكريم بجدة - خيركم	٢	٦.٤٥%
٧	مركز تفسير	٢	٦.٤٥%
٨	بنك البلاد	٢	٦.٤٥%
٩	مؤسسة الدرر السنية	١	٣.٢٢%
١٠	جامعة الملك سعود	١	٣.٢٢%
١١	Kids App	١	٣.٢٢%
١٢	مدار للبرمجة	١	٣.٢٢%
١٣	New Line Tech	١	٣.٢٢%
١٤	Smartech IT Solution	١	٣.٢٢%
١٥	تمكين لأنظمة المعلومات	١	٣.٢٢%
١٦	مجموعة زاد لخدمات الكمبيوتر	١	٣.٢٢%
	الإجمالي	٣١	١٠٠%

من خلال الجدول السابق رقم (١١) تبين الآتي: أن الدار العربية للمعلومات والتكنولوجيا هي أكثر الشركات المطورة للتطبيقات الدينية محل الدراسة بواقع ٦ تطبيقات بنسبة (١٩.٣٥%)، تليها في المرتبة الثانية شركة Simpro بواقع ٥ تطبيقات بنسبة (١٦.١٢%)، أما في المرتبة الثالثة جاء كل من مكتبة القرآن الصوتية وشركة Rasoulallah بواقع ٣ تطبيقات بنسبة (٩.٦٧%) لكل منهما، أما في المرتبة الرابعة جاءت الشركات التالية جمعية تحفيظ القرآن بجدة - خيركم، مركز تفسير وبنك البلاد بواقع تطبيقين بنسبة (٦.٤٥%) لكل منهما، وحلت في المرتبة الخامسة كل من مؤسسة الدرر السنية، جامعة الملك سعود، kids app، مدار للبرمجة، New line tech، Smartech It Solution، تمكين لأنظمة المعلومات، مجموعة زاد لخدمات الكمبيوتر بنسبة (٣.٢٢%) بواقع تطبيق واحد لكل منهم.

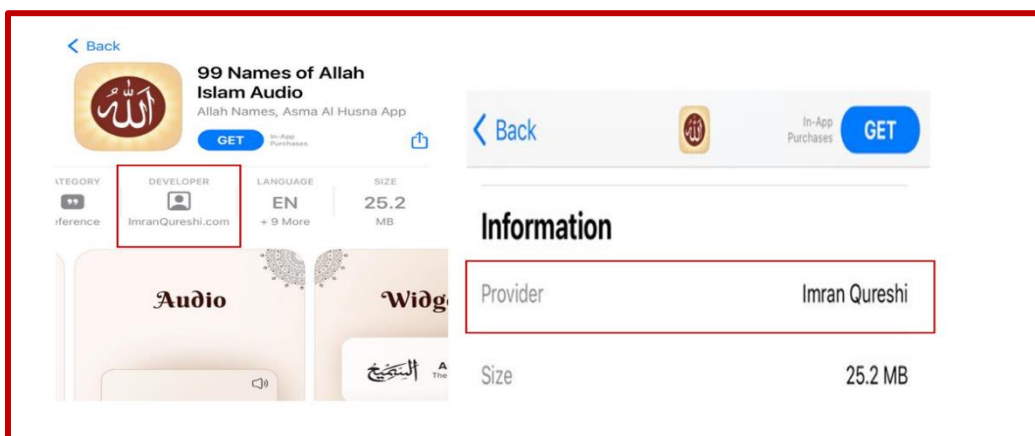
أمثلة لتطبيقات الهواتف الذكية الدينية التي طورها شركات:

تطبيق الفاتحة :



شكل رقم (٢١) أحد التطبيقات الدينية التي يتم تطويرها من قبل أحد الشركات

تطبيق ٩٩ Names of Allah Islam Audio



شكل رقم (٢٢) أحد التطبيقات الدينية التي يتم تطويره من خلال فرد

النتائج والتوصيات:

سعت الدراسة إلى تحقيق العديد من أهدافها وكانت من أهم النتائج التي توصلت إليها:

- ١- كشفت التحليلات أن التطبيقات الدينية محل الدراسة التي جاءت تاريخ إصدارها في عام ٢٠٢٠ بواقع (١٥) تطبيق احتلت أعلى نسبة من إجمالي عدد التطبيقات الذكية الدينية.
- ٢- أوضحت التحليلات أن المملكة العربية السعودية هي أكثر الدول إنتاجاً للتطبيقات الدينية بنسبة (٣٠.٩٠%) بواقع ٣٤ تطبيق من إجمالي التطبيقات، بينما انتاج الدول الأجنبية جاءت بنسب قليلة جدا (٠.٩%) أي انتاج تطبيق واحد فقط.
- ٣- بينت التحليلات أن التطبيقات التي تدعم اللغتين العربية والإنجليزية من أعلى التطبيقات مكانة بنسبة (٣٥.٥%) بواقع ٣٩ تطبيق بينما التطبيقات المدعمة للغة العربية فقط احتلت المكانة الأخيرة بنسبة (١٧.٣%) بواقع ١٩ تطبيق من إجمالي التطبيقات الدينية محل الدراسة.
- ٤- أوضحت الدراسة أن التطبيقات أحادية اللغة احتلت المكانة الأولى بنسبة (٤٤.٥%) بواقع ٤٩ تطبيق من إجمالي التطبيقات الدينية محل الدراسة.



- ٥- أظهرت التحليلات أن عدد التطبيقات المتاحة في متجر جوجل بلاي وأبل معا يفوق عدد التطبيقات المتاحة في كل متجر منهما بنسبة (٦٥.٥٤%) بواقع ٧١ تطبيق من إجمالي التطبيقات الدينية محل الدراسة.
- ٦- أسفرت التحليلات أن أكثر التطبيقات الدينية محل الدراسة مجانية، حيث مثلت نسبة (٩٨.٢%) بواقع ١٠٨ تطبيق من إجمالي التطبيقات الدينية محل الدراسة.
- ٧- كشفت التحليلات أن التطبيقات التي لا تتيح عمليات الشراء داخل التطبيق احتلت المرتبة الأولى بنسبة (٨٧.٢٧%) بواقع ٩٦ تطبيق من إجمالي التطبيقات الدينية محل الدراسة.
- ٨- أظهرت الدراسة أن التطبيقات التي تندرج تحت رأس موضوع القرآن الكريم بجميع فروعها تحتل المكانة الأولى بنسبة (٥٦.٤%) بواقع ٦٢ تطبيق من إجمالي التطبيقات الدينية محل الدراسة.
- ٩- بينت التحليلات أن علم القرآن والقراءات والتجويد يحتل المكانة الأولى بين فروع علوم القرآن بواقع ١٧ تطبيق من إجمالي التطبيقات الدينية محل الدراسة.
- ١٠- كشفت الدراسة أن غالبية مطوري التطبيقات شركات ومؤسسات بنسبة (٧٢.٧%) بواقع ٨٠ تطبيق من إجمالي التطبيقات الدينية محل الدراسة.

التوصيات:

توصي الدراسة إلى:

- ضرورة التوسع في إتاحة التطبيقات الدينية التي تغطي أمور دينية متعددة مثل الفتاوي، العبادات باختلافها ... وغيرها
- زيادة التطبيقات الدينية لدى الأطفال لزيادة الوعي الديني لديهم وتعريفهم بكيفية أداء الصلاة بشكل مبسط وسليم وكذا تعليمهم السيرة النبوية الشريفة والفتوحات الإسلامية لما له من دور هام في تهيئة ونشأة الأطفال في ظل التطورات المتسارعة حيث أصبحت الأجهزة الإلكترونية الحديثة وتطبيقاتها جزء لا يتجزأ من حياتهم اليومية.



المصادر والمراجع :

قائمة المصادر العربية:

١. بدوية محمد البسيوني (٢٠١٦). برمجيات الكلمات المفتاحية المتاحة على الإنترنت ودورها في تحسين ترتيب مواقع الويب في صفحات نتائج محركات البحث : دراسة وصفية تحليلية. مجلة طيبة للآداب والعلوم الإنسانية، ٥(٨).
٢. محمد بن ذعار الغيضاني. (٢٠١٥). أثر استخدام بعض تطبيقات الأجهزة الذكية في تنمية مهارات التحدث باللغة الإنجليزية لدى طلاب الصف الثالث الثانوي. جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية.
٣. أحمد حسن المصري (يوليو - سبتمبر، ٢٠١٨). تطبيقات الأجهزة الذكية لإدارة المكتبات ومصادر المعلومات الشخصية : دراسة مسحية لإمكاناتها الفنية والوظيفية. المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات.
٤. نجوى حسن شريف أنور. (٢٠٢٠). تطبيقات الهواتف الذكية في مجال المكتبات والمعلومات ومدى الإفادة منها بمكتبات جامعة طنطا : دراسة تحليلية (رسالة ماجستير).
٥. السيد صلاح الصاوي. (مايو، ٢٠١٩). تطبيقات الهواتف الذكية والأجهزة المحمولة في مراكز الوثائق والأرشيف : دراسة تحليلية. (١)، ١٧.
٦. شهد طارق حميض. (٢٠١٧). واقع تصميم واجهات المستخدم في تطبيقات الهواتف الذكية.
٧. البوابة العربية للمكتبات والمعلومات. (٢٠١٨). الهواتف الذكية للوصول إلى المعلومات : التغيرات. التحديات والتطبيقات. المؤتمر العملى الثالث للبوابة العربية للمكتبات والمعلومات. القاهرة. تم الاسترداد من <http://cybrarians.info/mt-topics.html>
٨. سنيه منير حمزة. (٢٠١٦). الهواتف الذكية والمكتبات نوافذ ومنفذ المعلومات الجديدة : المكتبات بين يدك مع غلاشارة إلى بعض التطبيقات التكنولوجية لها. مخبر البحث والدراسات حول التوثيق العلمى والتكنولوجى LERIST الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية : مخبر البحث والدراسات حول التوثيق العلمى والتكنولوجى LERIST

قائمة المصادر الأجنبية :

١. About the App Store . (٢٠٢٤, feb ١٥). Retrieved from App Store: <https://www.apple.com/jo/app-store/>
٢. Google play. (٢٠٢٤, feb ١٥). Retrieved from Google play: <https://play.google/howplayworks/?section=help-developers&content=data-insights>
٣. Janssen, D. J. (٢٠١٧, January ١١). Techopedia dicrionary. Retrieved December ٧, ٢٠٢١, from <https://www.techopedia.com/definition/٢٧٥١٩/app-store>
٤. Juana María Padilla-Piernas, M. C.-M.-B. (٢٠١٩). The Importance of App Store Optimization (ASO) for Hospitality Applications. In Digital and social media marketing (pp. ١٥١-١٦١).



٥. Karagkiozidou, M. Z. (٢٠١٩). App Store Optimization Factors for Effective Mobile App Ranking. Strategic Innovative Marketing and Tourism. Springer Proceedings in Business and Economics.: Springer.
٦. krum, C. (٢٠٢١, ١١ ١). Mobile Marketing – Finding Your Customer No Matter Where They Are. Pearson Education. The US. Retrieved from Mobile Marketing: https://kipdf.com/mobile-marketing-finding-your-customers-no-matter-where-they-are-cindy-krum-٨٠٠-_-٥ad٤٧٦٤e٧f٨b٩ac٠٣f٨b٤٦٢٦.html
٧. Mari, S. (٢٠٢١, June ٩). FE international : App Store Optimization (ASO) : A step-by-step guide. PrQuest. Retrieved from <https://www.proquest.com/wire-feeds/fe-international-app-store-optimization-aso-step/docview/٢٥٣٨٨٤٤٨٥٠/se-٢?accountid=١٧٨٢٨٢>
٨. radar, A. (٢٠٢٢, November ٢٧). What is App Store Optimization (ASO)? The in-depth guide for ٢٠٢٢. Retrieved from APP STORE OPTIMIZATION BASICS: <https://appradar.com/academy/what-is-app-store-optimization-aso>
٩. Strzelecki, A. (٢٠٢٠). Application of Developers' and Users' Dependent Factors in App Store Optimization. International Journal of Interative Mobil Technologies, ١٤(١٣), p. ١٦.
١٠. Wahba, W. Z. (٢٠١٩). SEO : Improve website ranking based on competitors analysis. International Research Journal of Engineering and Technology (IRJET), ٦(٨).



Smartphones' religious applications: Comparative analytical study

By/

Heba Metwally Abo Ismaiel

Prof. Dr. Badwia Mohamed Elbasuoni

Professor of Information Technology, Faculty of Arts,
Tanta University

Abstract:

Generally, this study aims to figure out and analyze smartphones' religious applications (Apps). We have studied 110 applications in terms of 6 features and each one has its own characteristics. The researcher counted on the "Descriptive Analytical Method" to describe all the applications' aspects.

The most important result this study has found is that Saudi Arabia is the most contributing country of developing religious Apps, as it developed 34 Apps which is (30.9%) of the religious apps that we have studied. Also, we have reached that 19 Apps (17.3%) only support Arabic-language and they came last. In addition, we got to the highest ranking free religious Apps which are 108 (98.2%) of the total studied Apps.

Keywords:

Applications Smart Applications, Religious Applications, Religious Applications Analytical Tools, Smart Phones