استخدام الصحفيين المصريين لتطبيقات الهاتف المحمول وأثره على أدائهم الصحفي

د. إبراهيم حسن التوام (*)

مقدمة

أحدثت التطورات التكنولوجية المتلاحقة انقلابًا في الصحافة شكلًا ومضموناً، بداية من اختراع الطباعة، ثم الجمع التصويري، والجمع الإلكتروني، والتقنيات الحديثة في مجال تكنولوجيا الطباعة، وبرامج النشر الصحفي، الإخراج الصحفي، وصحافة المواقع الإخبارية متعددة الوسائط، وصولاً إلى صحافة الهاتف. تلك التقنية التي أصبحت جزءً من عالم الصحافة الحديثة، والتي فرضت نفسها على المستخدمين (الجمهور) والقائمين بالاتصال، وأصبح انتشار استخدام الهاتف المحمول والجهاز اللوحي في الولوج إلى الشبكة الدولية للمعلومات أكثر من استخدام أجهزة الكومبيوتر أو اللاب توب. حيث تشير إحصائيات وزارة الاتصال وتكنولوجيا المعلومات إلى أن عدد مستخدمي الإنترنت من الهاتف المحمول في شهر مايو 2018 بلغ 37.9 مليون مستخدم، منهم 31.33 مليون يستخدمون الإنترنت من خلال الهاتف المحمول، و3.48 مليون يستخدم USB، وبلغ عدد خطوط المحمول 96.5 مليون خط، بينما بلغ عدد مستخدمي الإنترنت فائق السرعة من خلال المحمول 32.46 مليون مستخدم، و5.72 مليون مستخدم ADSL فائق السرعة من خلال الهاتف المحمول[1]، هذه الإحصائيات تعطي مدلولا واضحًا حول تزايد انتشار استخدام الهواتف الذكية للولوج إلى الشبكة العنكبوتية، ومع تزايد انتشار تطبيقات هذه الهواتف وتعددها وتنوع استخدامها ما بين تطبيقات إخبارية لعرض الأخبار، أو للاتصال والتواصل وأهمها تطبيقات التواصل الاجتماعي، تطبيقات تعليمية، وأخرى ترفيهية، وخامسة تثقيفية، بالإضافة إلى تطبيقات تستخدم للتسويق، وتطبيقات تستخدم في مجالات متنوعة.

ولقد فتحت التطبيقات المختلفة للهاتف الذكي آفاقاً أوسع للجمهور والوسيلة، فظهرت تطبيقات لعرض الأخبار كبديل للنسخ الورقية، أو الولوج المباشر إلى الموقع الإلكتروني، كما ظهرت تطبيقات أخرى تعددت استخداماتها في مجال الإنتاج الخبري، وصناعة الأفلام الوثائقية، والتقارير الإخبارية، والتحقيقيات الاستقصائية.

ويري ويستلوند Westlund أن هناك إقبالًا هائلًا على وسائل الإعلام المحمولة والأخبار المتنقلة، بين الجمهور كمستخدمين ومواطنين صحفيين أو وسائل الإعلام التقليدية، من أجل نشر الأخبار، حيث أصبح وجود الأجهزة المحمولة (التي تشبه أجهزة الكمبيوتر) في كل مكان أداة لنقل الأخبار الفورية من قبل الصحفيين والجمهور على حد

*) مدرس الصحافة بكلية الاعلام – جامعة سيناء

سواء. واكتسب المواطنون المعاصرون فرصاً لا تضاهى للوصول إلى التقارير الإخبارية والمساهمة فيها[2].

وفي السنوات الأخيرة، لعبت صحافة الموبايل (صحافة الهاتف المحمول) دوراً مهماً في تمكين الصحفي المحترف والمواطن الصحفي من التغلب على بعض التحديات والمصاعب، وساهمت في تعزيز حرية التعبير، وحق الحصول على المعلومة. وهي تعتبر أسلوباً رائداً في العمل الصحفي، فوجود الهواتف الذكية في أيدي الصحفيين مكنهم من تغطية أحداث كبيرة في وقت مناسب وبأمان أكبر، وتستخدم كثير من المؤسسات الإعلامية تقنية الهواتف الذكية في إعداد تقارير صحفية[3].

ومع تسارع وتصارع الأحداث وتعددها وتنوعها، لعب الهاتف المحمول دوراً إعلامياً واضحاً، حيث كان شاهد عيان على أحداث سياسية واجتماعية مهمة ومؤثرة، واستطاع نقل الأحداث إلى الجمهور ضاربا القيود المفروضة على تغطية الأحداث عرض الحائط، لم تستطع النظم السياسية بأدواتها وقوتها إيقافه، فاستطاع أن يكون المصدر الأساسي للتغطية الإخبارية في ثورات الربيع العربي، وغيرها من الأحداث المفاجئة، مما فرض على وسائل الإعلام الاستعانة به كمصدر مرئي وتوثيقي مباشر وفوري تواجد أصحابه في مواقع الأحداث قبل أن تصل إليها كاميرات المحترفين.

وقد مكنت تلك التطبيقات الصحفي والمواطن العادي من التغلب على بعض التحديات والمصاعب والقيود المفروضة على تغطية بعض الأحداث، سواءً كانت تحديات الوقت وعدم جاهزية الصحفي لتغطية الحدث، وبخاصة الأحداث المفاجئة غير المتوقعة، أو تلك الأحداث التي يفرض عليها تعتيماً إعلامياً، كما ساهمت في تعزيز حرية التعبير وحق الحصول على المعلومة، ومنحت الصحفيين فرصة لتغطية الأحداث في أسرع وقت في سهولة ويسر، دون الحاجة لمعدات تحتاج إلى وقت لإعدادها أو الحصول على تصاريح لاستخدامها، ناهيك عن خفة وزنها وسهولة الحركة بها، والتخفي عن الأعين خاصة في حالة الأحداث التي يفرض عليها قيوداً أمنية لتغطيتها، أو بعض الكوارث أو الحوادث، أو في مجال الصحافة الاستقصائية، والتي تحتاج إلى التخفي لكشف الحقائق.

وطرأت تغييرات كبيرة على عمل المحرر، فقد تغيرت أدوات الصحفي وظهر مصطلح الصحفي الشامل (One Man Unit) الذي يستخدم وسائط التقنية الحديثة في إعداد قصته الإخبارية، بشكل احترافي وسهولة فائقة، دون الحاجة لمساعدة الأخرين، فهو المحرر والمصور والمونتير، وأحيانا هو الناشر. كل هذه التطورات المتسارعة التي تشهدها تقنيات الهواتف الذكية وتطبيقاتها، جعلت منها أداة أساسية لمساعدة وسائل الإعلام، بل أن البعض يعتقد أنها قد تصبح منافساً وبديلاً حقيقياً لوسائل الإعلام التقليدية[4].

مشكلة الدراسة

أدى الانتشار المتزايد لتطبيقات الهاتف المحمول التي مكنت المواطن العادي من القيام بدور الصحفي، في تقل الأحداث من خلال النصوص أو الصور أو مقاطع الفيديو، وقيام

العديد من المواقع والمؤسسات الإعلامية بإصدار تطبيقات تساعد المواطن في نقل الأحداث فيما عرف بصحافة المواطن، ولأن الصحفيين لا يعيشون بمنعزل عن التقنيات الحديثة ويحاولون مواكبتها، استشعر البعض منهم أهمية هذه التطبيقات، واختلفت درجات الاستخدام فكانت في مراحلها الأولي تستخدم في متابعة الأخبار والأحداث التي تنشرها مختلف وسائل الإعلام، وانتقلت إلى مرحلتها الثانية في الاعتماد عليها للحصول على أفكار لقصصهم الإخبارية، حتى أصبحت أداة مهمة لا غنى عنها لدي البعض منهم في إنتاج المحتوى الصحفي، وبطبيعة الحال تختلف جودة محتوى المواطن الصحفي عن المحتوى الخاص بالصحفي، لأنه ممارس للعمل ومتمرس بقواعد التحرير الصحفي ومبادئ الكتابة وملم بالسياسة التحريرية، وبالتالي تختلف استخدامات تطبيقات الهواتف الذكية لدى الصحفيين عنه لدى المواطن الصحفي، فتنتقل من المستوى العادي إلى المستوى الاحترافي، إذا توافر في الصحفيين الالمام الجيد بتقنيات هذه التطبيقات وتم التدريب الأمثل، لاستغلالها في إنتاج نصوص خبرية أو التقاط صور معبرة وحيوية أو تصوير مقاطع فيديو تعبر عن الأحداث.

كما عززت الأجهزة المحمولة من إمكانات الصحفيين للعمل وإعداد تقارير من الميدان. ويمكن استخدامها في إعداد التقارير الإخبارية لمنصات الأخبار على الهواتف الجوالة. إن الاتصال بالإنترنت ووظيفة البحث المتقدم، بالإضافة إلى عدد لا يحصى من التطبيقات الذكية التي يمكن الوصول إليها بسهولة، قد زودت الصحفيين بشكل واضح بأدوات جديدة وقوية لتغطية الأخبار [5].

بات استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في إعداد التقارير الصحفية أمراً مفروضاً على الصحفيين وليس خياراً يمكن الاستغناء عنه. فالأحداث المتسارعة، والمنافسة في سرعة نقل الخبر، تستدعي الاستفادة من التطورات المتزايدة والمتلاحقة في مجالي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي يصعب فيها حمل معدّات التصوير الثقيلة [6].

ولكن.. هل يعتمد الصحفيون المصريون على تطبيقات الهاتف المحمول بشكل كبير في عملية الانتاج الإخباري، وهل وصلوا إلى درجة من الاحترافية في استخدامها وتطويعها لخدمة العمل الصحفي، في ظل تردي المضمون الصحفي، وتزايد فجوة الثقة بين الجمهور ووسائل الإعلام ومنها بالطبع الصحافة. لذا كان هناك دافعاً قوياً يثير هذه الإشكالية لدى الباحث، وهو ما دفعه للمضي في إجراء هذه الدراسة.

وفي ضوء الطرح السابق يمكن تحديد مشكلة البحث وبلورتها في رصد درجة استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف الذكي، وفقا للمجالات التالية (التقاط الصور وتحريرها – الفيديو والمونتاج – النصوص ومعالجتها – البث المباشر – الاتصال والتواصل – تطبيقات متنوعة). ومعرفة أسباب الاستخدام، وأنماط استخدام الهاتف الذكي، وتحديد أثر كل ذلك على الأداء المهني للصحفيين في ضوء متغيرات (مجال التخصص –

ونمط ملكية الوسيلة (قومي – خاص) – طبيعة الوسيلة (موقع إخباري - جريدة مطبوعة) – والسن – وسنوات الخبرة) للصحفيين.

أهمية الدراسة

تأتي أهمية الدراسة من أنها محاولة للحاق بالعصر الذي نعيشه، ومتابعة التطورات السريعة والمتلاحقة التي يمر بها العالم في ظل ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، التي هي جزء لا يتجزأ من الثورة التكنولوجية المعاصرة والراهنة وإحدى ثمارها، وفي هذا الإطار تأتي أهمية الدراسة في النقاط التالية:

1) حداثة الموضوع (تطبيقات الهواتف الذكية) وما ينتج عنها من ممارسات وتأثيرات محتملة تجعل من الضروري إجراء بحوث ودراسات علمية حولها، لاسيما وأن الدراسات التي تناولته (الهاتف المحمول وتطبيقاته في المجال الإعلامي)، اقتصر معظمها على كونها شاشة عرض للمحتوى الإخباري. أو استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي، ولم تهتم بدراستها كأداة إعلامية مهمة، خاصة فيما يتعلق بعملية الإنتاج الإخباري.

2) محاولة الباحث ارتياد حقل بحثي جديد على الدراسات الإعلامية العربية، حيث تعد هذه الدراسة من الدراسات الاستكشافية في مجال صحافة الهواتف الذكية، فيما يخص عملية الانتاج الإخباري، وبالتالي فإنها تفتح مجالات متعددة لإجراء كثير من البحوث.

3) تهتم الدراسة بالكشف عن استخدام الصحفيين المصريين لتطبيقات الهواتف الذكية وأثر ذلك على أدائهم الصحفي، وبالتالي فإن نتائجها من الأهمية بمكان لدى المؤسسات الإعلامية عامة والمؤسسات الصحفية خاصة، والهيئة الوطنية للإعلام والمجلس الوطني للصحافة، ونقابة الصحفيين، والصحفيين أنفسهم. إلى جانب الأبعاد الأخرى للدراسة والتي تمكننا من تقييم واقع تعامل الصحفيين مع تطبيقات الهاتف المحمول وما تثيره من إشكاليات.

4) الاعتماد على نموذج تقبل التكنولوجيا كإطاراً نظرياً لمعرفة مدى تقبل الصحفيين لهذه التقنيات الجديدة أو رفضهم لها من خلال الفوائد المدركة، وسهولة الاستخدام.

5) تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي، من خلال استخدام الاستبيان، كما تعتمد على جلسات النقاش المركزة وبالتالي فهي دراسة كمية وكيفية، مما يعطي فهما أوسع وأعمق لتلك الظاهرة، من خلال استنتاج العلاقات المتبادلة بين أبعاد هذه الدراسة.

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة للتعرف على استخدام الصحفيين المصريين لتطبيقات الهاتف الذكي وأثره على أدائهم من خلال دراسة كيفية ممثلة في مجموعات النقاش المركزة من

عدد من الصحفيين والقيادات التحريرية، بني عليها دراسة كمية من خلال تطبيق الاستبيان على عينة من الصحفيين، **ويتحقق ذلك من خلال الأهداف التالية:**

- رصد أنماط استخدام الصحفيين للهاتف الذكي.
- تحديد نوعية تطبيقات الهاتف المفضلة لدى الصحفيين.
- الكشف عن درجة استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف التي تستخدم في عملية الإنتاج، وفقا للمجالات التالية (التقاط الصور وتحريرها– الفيديو والمونتاج– النصوص ومعالجتها – البث المباشر– الاتصال والتواصل – استخدامات أخرى).
- الوقوف على أسباب استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف المحمول.
- التعرف على أهم المعدات والإكسسوار (الخاصة بالهاتف المحمول) التي يستخدمها الصحفيين.
- الكشف عن الآثار الإيجابية التي عادت على الصحفيين من استخدام تطبيقات الهاتف المحمول في مجال عملهم. وعلى المستوى الشخصي.
- رصد واقع التدريب على تطبيقات الهاتف المحمول للصحفيين وعدد الدورات التي حصلوا عليها.
- التعرف على الفروق بين استخدام صحفيي المواقع والصحف الورقية لتطبيقات الهاتف المحمول.
- تحديد المعوقات التي تحول دون الاستفادة من تطبيقات الهاتف المحمول في تطوير أداء الصحفيين.
- اختبار فرضية نموذج تقبل التكنولوجيا.

الدراسات السابقة

أُتيح للباحث الاطلاع على عدد من الدراسات العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع الدراسة، تم تقسيمها في العرض التالي على ثلاث محاور وهي:

المحور الأول: الدراسات التي اهتمت بصحافة الهاتف وتطبيقاته.

المحور الثاني: الدراسات التي اهتمت بالقائم بالاتصال في الصحافة.

المحور الثالث: الدراسات التي اهتمت بأثر تكنولوجيا الاتصال على الصحافة

المحور الأول: الدراسات التي اهتمت بصحافة الهاتف وتطبيقاته.

وتلقي دراسة Elsir Ali Saad Mohamed[7] (2017) الضوء على استخدام تطبيقات الهاتف المحمول في التغطية الصحفية أثناء الأزمات. وتستند الدراسة على فرضيتين هما: أن استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في التغطية الصحفية قد أدى إلى تقدم ملحوظ في تغطية الأزمة. وأنه توجد فجوة بين الصحفيين الكبار والصغار، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي بالتطبيق على 75 صحفياً، خلصت الدراسة إلى أن: معظم الصحف تمتلك شبكة داخلية لتبادل المواد التحريرية بين رئيس الإدارات والأعضاء

الآخرين في المؤسسة الصحفية. وأن تطبيقات تكنولوجيا المعلومات ساعدت في تقليل خطوات جمع المواد الصحفية. ووجود توازن في استخدام تطبيقات التكنولوجيا في الهواتف الذكية بين الصحفيين الشباب وكبار السن. وكشفت الدراسة أيضا إلى أن الهاتف الذكي قد ساهم في تحسين الأداء التحريري في التجميع والتحضير والتجهيز حتى مرحلة النشر أو البث. حيث أكد 89 ٪ من الصحفيين بوجود تطور في الأداء التحريري بسبب تطبيقات الهاتف.

وسعت دراسة **نجوى عبدالسلام فهمي، مها عبدالمجيد صلاح** [8] (2017). لاستكشاف مدى استخدام المضمون الإخباري عبر المنصات المحمولة بين الشباب العربي، والعوامل المختلفة المؤثرة في تبني هذا الاستخدام. ينتمي البحث إلى فئة البحوث الاستكشافية والوصفية، ويستخدم منهج المسح لعينة قوامها (436) مفردة من مستخدمي شبكة الإنترنت من الشباب العربي. وأظهرت نتائج الدراسة بروز استخدام المنصات المحمولة في تصفح الأخبار. بما يؤكد انتشاره الكبير خاصة بين فئات الشباب، إضافة إلى وضوح البعد التفاعلي والاجتماعي في استخدام العينة للأخبار عبر المنصات المحمولة، من خلال مشاركة الأخبار مع آخرين، والتعليق عليها، وإعادة نشرها وتداولها. كما بينت النتائج العوامل المختلفة المؤثرة في استخدام الأخبار عبر المنصات المحمولة ومنها الاستمتاع بمتابعة المضمون الإخباري من خلال هذه المنصات، والاهتمام به، وأيضاً الاهتمام بتجربة استخدام التكنولوجيا الحديثة.

وتهدف دراسة **شريف درويش وآخرون**[9] 2017 إلى التعرف على أهم عناصر ومميزات وأبعاد التطبيقات الإعلامية لصحافة الهواتف الذكية ورصد الأحداث الجارية كما تقدمها التطبيقات، واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي. واستخدمت أداة تحليل المضمون للتطبيقات الإعلامية لصحافة الهواتف الذكية. لعينة الدراسة وهي (الوطن-الجزيرة نت)، وكانت أهم النتائج: جاءت التطبيقات الإعلامية لصحافة الهواتف الذكية عينة الدراسة في الترتيب الأول في الاهتمام بالأحداث الجارية السياسية بنسبة 36.6% ، تلاها الأحداث التي تتناول الحوادث والجرائم وذلك بنسبة 15.44%، وتفوق في ذلك تطبيق الجزيرة نت على تطبيق الوطن حيث جاءت نسبة الأحداث السياسية في بنسبة 82%، ويتضح تميز التطبيقات الإعلامية لصحافة الهواتف الذكية في الاهتمام بفنون التحرير المختلفة التي تعتمد عليها من عرضها للأحداث الجارية، حيث جاءت الأخبار في الترتيب الأول بنسبة 88.63%، ثم تلاها بعد ذلك التقارير بنسبة 7.44%، من جهة أخرى تفوقت مواد الرأي في التطبيقات الإعلامية لصحافة الهواتف الذكية (تعليقات، إعجاب، وغيرها)، على أشكال المواد الأخرى، وتفوق ذلك في تطبيق الوطن على تطبيق الجزيرة نت.

بينما سعت دراسة **محمد عبده بكير**[10] (2017) للكشف عن اتجاهات الشباب السعودي نحو تطبيقات الهواتف الذكية وعلاقتها برأس المال الاجتماعي ، كما هدفت إلى الوقوف على الفروق في رأس المال الاجتماعي للشباب السعودي نتيجة استخدامهم لتطبيقات

الهواتف الذكية، وفقاً لخصائصهم الديموغرافية، وأسفرت الدراسة عن أن مستوى رأس المال الاجتماعي الترابطي لدى الشباب السعودي، أعلى من مستوى رأس المال الاجتماعي التواصلي، مما يدل على ارتباطهم بتطبيقات الهواتف الذكية، كما أثبتت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاه الشباب السعودي نحو تطبيقات الهواتف الذكية، ورأس المال الاجتماعي بمستوييه (الترابطي والتواصلي)، وأنه كلما زادت كثافة استخدام الشباب السعودي لتطبيقات الهواتف الذكية، تزيد ثقتهم في العلاقات الاجتماعية، ويزيد تقدير الذات، وتزيد مهارات التواصل الاجتماعي لديهم، وبالتالي يزيد رأس المال الاجتماعي.

وتلقي دراسة **Sajid Umair** [11] (2016) الضوء على الاتجاهات الجديدة في إعداد التقارير الرقمية أو تقارير الهواتف المحمولة، كما تناقش أوجه القصور والشوائب في التكنولوجيا، وبعض الأفكار المستقبلية عن الاتجاهات الجديدة، وأصالة تقارير المراسلين المتنقلين. وتناقش أهمية الصحافة المحمولة عبر الإنترنت والأدوات المتحركة، وتؤكد الدراسة على أن صحافة الموبايل هي الطريقة الجديدة للإبلاغ عن الحوادث على الهواء مباشرة. وتنتشر حالات إثبات الحوادث بسرعة باستخدام الهواتف الذكية. وأنه تم تطوير تطبيقات مختلفة لإعداد التقارير المجتمعية. وجعلت التقنيات الجديدة العمل أسهل، وأصبحت الهواتف المحمولة الآن أكثر إنتاجية في تسجيل الأخبار واجتذاب جمهور الشباب، وتستخدم صحافة الموبايل من أجل وسائل الإعلام الاجتماعية والإنترنت، وتعمل التكنولوجيا الجديدة على تغيير عادات العمل اليومية، وتكييف متطلبات العمل الجديدة للحفاظ على الأمن الوظيفي، وتعتبر صحافة الموبايل سوقاً للأخبار.

واهتمت دراسة **سارة شوقي المقدم**[12] (2016) بأنماط استهلاك الأخبار والمعلومات عبر تطبيقات الهاتف الخلوي الذكي، وكيفية تقييم المستخدمين لمصداقية الأخبار والمعلومات التي تصلهم عبر تطبيقات الهاتف، واعتمدت على نظريتي الشبكات الاجتماعية، ونشر المستحدثات، مستخدمة المنهج المسحي وشبه التجريبي، وتوصلت إلى أن الجمهور يفضل استخدام تطبيقات الهاتف الخلوي للحصول على الأخبار لسهولة وسرعة استخدامها، إلا أنهم لا يرونها ذات مصداقية مرتفعة.

وهدفت دراسة **مسفرة بنت دخيل الله الخثعمي**[13] (2016). إلى التعرف على تداول المعلومات من خلال تطبيقات الهواتف الذكية من قبل طالبات (البكالوريوس) في كلية علوم الحاسب والمعلومات، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، والتعرف على استخدامهن لتطبيقات التواصل الاجتماعي في الهواتف الذكية في تداول المعلومات، وذلك على عينة قوامها (124) طالبة واستخدمت الباحثة المنهج المسحي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها أن جميع مفردات عينة الدراسة يستخدمن تطبيقات التواصل الاجتماعي في الهاتف الذكي، ويستخدمنه في الحصول على المعلومات، اتضح من الدراسة أن الواتس اب Whats App يعد أكثر تطبيقات التواصل الاجتماعي في الهاتف الذكي استخداماً، يليه التويترTwitter، ثم اليوتيوب YouTub ، ثم جوجل بلس

+Google، ثم الفيس بوكFacebook ، ثم ماي سبيسMy space ، وأخيرا لنكد إن LinkedIn.

وسعت دراسة **سائد سعيد رضوان**[14] (2016) إلى رصد مدى اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات، وأسباب هذا الاعتماد، ودوافعه، وتأثيراته المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد. وهي دراسة وصفية استخدمت منهج المسح الإعلامي على عينة عشوائية قوامها 383 مفردة من الشباب الفلسطيني. وتوصلت الدراسة إلى: اعتماد الشباب على صحافة الهاتف المحمول بنسبة 77.8% في أوقات الأزمات، وثقتهم في أخبار صحافة الهاتف بنسبة 72.2%، وتصدرت تطبيقات التواصل الاجتماعي أنواع صحافة الهاتف المحمول، تلاها متصفحات المحمول، ثم التطبيقات الإخبارية والتطبيقات المرئية. وأن الشباب يفضلون الأخبار السريعة، تلاها التفاعل مع الهشتاجات.

بينما اهتمت دراسة **إسحاق بوزيان بحاكم**[15] (2016) بالتعرف على استخدام طلبة وأساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة ورقلة، للتطبيقات الاتصالية للهواتف الذكية، وكيفية مساهمتها في تدعيم صحافة المواطن. باستخدام منهج المسح على عينة مكونة من 822 مفردة من طلبة وأساتذة القسم، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: يعد الفيس بوك يعد من أبرز التطبيقات الاتصالية المستخدمة لدى طلاب القسم، في حين نجد تويتر يعد من أبرز التطبيقات الاتصالية المستخدمة لدى أساتذة القسم في عملية النشر والتواصل مع الآخرين. وأكدت الدراسة على أن الهواتف الذكية وتطبيقاتها عززت من انتشار ظاهرة صحافة المواطن حيث مكّنت أفراد العينة من ممارسة النشر والبث عبرها. وأثبتت صحة الفرض القائل أن المواطن الصحفي بإمكانه - عبر أدواته الاتصالية التكنولوجية- أن يسد النقص الذي لم تغطه وسائل الإعلام التقليدية، وأن التطورات المتسارعة التي تشهدها تقنيات الهواتف الذكية وتطبيقاتها جعلت من صحافة المواطن مساعداً حقيقياً لوسائل الإعلام التقليدية.

وناقشت دراسة **Oscar Westlund** [16] (2013) التقارب التكنولوجي بين "الهواتف المحمولة" والوسائط المتعددة منذ تسعينيات القرن الماضي، ووجدت أنه لم يكن ليحدث ذلك إلا بظهور الأجهزة المحمولة المزودة بشاشة تعمل باللمس، والتي أتاحت الدخول لشبكة الإنترنت، وأدت إلى انتشار إنتاج واستخدام الأخبار. ونمو المحتوى والخدمات ذات الصلة. وأصبح الوصول إلى الأخبار من خلال المحمول قوة في الحياة اليومية للجمهور. وفي موازاة ذلك طورت وسائل الإعلام التقليدية في السنوات الأخيرة نصوصًا للأخبار، من خلال إعادة تهيئة أو تخصيص المحتوى الصحفي المنشور لمواقع أو تطبيقات الجوال بشكل آلي. وتستكشف الدراسة إنتاج أخبار المحمول، وتقدم الدراسة نموذجًا للصحافة يركز على أدوار البشر والتكنولوجيا في الأنشطة التي تتسم بالتخصيص أو إعادة الدمج. وتتوقع الدراسة أنه سيتم ابتكار خدمات الوسائط النقالة الجديدة باستمرار، وأن الناس سيستخدمونها بطرق تمتد إلى أبعد من خيالنا الحالي، وستصبح في النهاية أمرًا

مفروغًا منه في الحياة اليومية، كما أظهرت هذه المراجعة أن وسائل الإعلام الإخبارية التقليدية تعبأ لضمان ازدهار الصحافة في هذا الوسيط المتغير بسرعة.

وتبحث دراسة **إنجي كاظم فهيم**[170] (2012) في العوامل التي تؤثر على تبني الهاتف المحمول من قِبل المستخدم كبير السن. هل تقوم نماذج قبول التكنولوجيا القائمة بإدراج العوامل التي تؤدي إلى تبني الهاتف المحمول واستخدامه من جانب كبار السن؟ وقد أدى ذلك إلى تحديد قالب أو مزيج تبني ثنائي الأبعاد الذي يتحقق من عوامل القبول، مستمد من تجارب وآراء المشاركين، تم رسمه بالمقابل لعملية التبني المتعارف عليها، مؤكداً على حقيقة أن النماذج الحالية تتنبأ جزئياً فقط بالتبني والقبول من جانب مستخدم الهاتف المحمول كبير السن.

واهتمت دراسة **محمد رضا سليمان**[18] (2011) بالتعرف على أنماط وحجم استخدام تطبيقات الهاتف الخلوي، التي يعتقد أنها تدل على السلوك الاجتماعي، ومعرفة دوافع استخدام تطبيقات معينة عبر الهاتف الخلوي، وقد حصر الباحث هذه التطبيقات في المكالمات الصوتية والرسائل القصيرة واستخدام البلوتوث والموسيقى والألعاب، واعتمدت الدراسة على استخدام مدخل الاستخدامات والإشباعات ونظرية السلوك المخطط، وتوصلت إلى أن كانت أهم نتائجها هي الهاتف أكثر استخداماً في المكالمات الصوتية، والتبادل من خلال البلوتوث وتشغيل الموسيقى، ومشاهدة مقاطع الفيديو الشخصية.

وهدفت دراسة **شذى بنت عبدالواحد الحميد**[19](2010) إلى التعرف على حجم استخدام المجتمع السعودي للهاتف الجوال وأنماطه، ودوافعه، ومدى الإشباع المتحقق منه، وكانت أهم نتائجها: تبادل المواد السمعية والمرئية جاء في مقدمة استخدامات العينة الخاصة بالبلوتوث، يليها إرسال المقاطع الطريفة، بينما جاءت الاستخدامات الأخرى للبلوتوث بنسب ضعيفة منها إرسال المقاطع الإخبارية، والرسائل الدعوية. أما استخدام كاميرا الجوال فقد جاء في مقدمة الاستخدامات، يليه التذكير بالمواعيد وجدولتها. وجاء دافع التواصل مع الأهل والأقارب في المقدمة، يليه معرفة أخبار الزملاء.

وتقدم دراسة **Cameron, D**[20] (2008) لمحة سريعة عن البحوث الحالية والممارسات الناشئة لجمع الأخبار والإنتاج الإعلامي. وهو يحدد إمكانات صحافة الموبايل لتحرير المراسلين الصحفيين من المتطلبات التكنولوجية المعقدة لغرفة الأخبار، مع السماح في الوقت نفسه لتدفق محتوى شهود العيان والمحتوى الذي ينتجه المواطنون بحرية أكبر في عملية إنتاج الأخبار. وتؤكد الدراسة أن الهاتف المحمول أصبح أكثر إثارة للاهتمام لدى المؤسسات الإخبارية التي تسعى للاستفادة من المحتوى الاحترافي والهواة. كما أصبحت صحافة الموبايل مجالًا مهمًا للدراسة، إن تأثير وجود الفيديو والكاميرات في كل مكان له أهمية خاصة، لتقارير شهود العيان المستندة إلى تكنولوجيا الكاميرا فون. في الوقت الذي يستمر فيه مستخدمو الأجهزة الذكية في الاستفادة من تكنولوجيا الهواتف

المحمولة، مما يضمن التطور المستمر للتكنولوجيا مع ظهور استخدامات اجتماعية جديدة، وخاصة في مجالات الصحافة والإعلام والاتصالات..

وفي السياق نفسه سعت دراسة **Sun Kyong Lee** [21](٢٠٠٧) إلى معرفة أنماط ودوافع استخدام الهاتف المحمول في الولايات المتحدة الأمريكية وكوريا الجنوبية، وأجريت الدارسة على عينة بلغت 89 طالباً كورياً، و207 طالباً أمريكياً. وانتهت إلى أن المبحوثين يستخدمون الهاتف المحمول لتحقيق أنواع مختلفة من العلاقات الاجتماعية، وأن الأمريكيين يتحدثون إلى والديهم وأشقائهم، وأصدقائهم والشركاء الرومانسيين بشكل متكرر أكثر من الكوريين، كما أن الأمريكيين يستخدمون المكالمات الطويلة أكثر من نظرائهم الكوريين الذين يعتمدون على الرسائل النصية بشكل أكبر، فضلاً عن أن دوافع متنوعة لدى الأمريكيين لاستخدام الوسائط المتعددة كانت هي الأقوى، في حين كانت الدوافع الاجتماعية لدى الكوريين في المرتبة الأولى.

المحور الثاني: الدراسات التي اهتمت بالقائم بالاتصال في الصحافة

سعت دراسة **نعيم فيصل المصري**[22](2018) للكشف عن مدى استخدام الإعلاميين الفلسطينيين للهاتف النقال في الدخول إلى الإنترنت، ومعرفة الاستخدامات التي يمارسها الإعلاميون الفلسطينيون من خلال استخدام الجوال، وأوجه الاستفادة منه في مجال عملهم الإعلامي، ورصد مدى استخدام الإعلاميين الفلسطينيين للتطبيقات الإعلامية عبر الجوال، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت منهج المسح، تطبيقاً عينة من الإعلاميين الفلسطينيين بلغت 450 إعلامياً، ومن أهم نتائج الدراسة: أن الإعلاميين يستخدمون الجوال من النوع الذكي أكثر من غيرها من الجوالات، إذ جاءت نسبتهم 84,7%، في حين من يستخدمون الجوال العادي نسبتهم 15,3%، كما أن تطبيقات whats App،Facebook messenger، Viber تصدرت قائمة تطبيقات الدردشة التي يستخدمها الإعلاميون عبر الجوال، وتصدر Facebook قائمة شبكات التواصل الاجتماعي ، كما أن أكثر التطبيقات الإعلامية عبر الجوال استخداماً كان تحرير الصور والأخبار، وأن المحادثة والتخاطب والتواصل مع الزملاء من أكثر الأوجه الاستفادة من الهاتف المحمول في المجال الإعلامي، الحصول على كم كبير من المعلومات بسرعة، وقل من عناء الحصول عليها.

واهتمت دراسة **أحمد حمود الشمري** [23] (2017) بمعرفة مدى اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد، باستخدام منهج المسح الإعلامي، وأجريت الدراسة على عينة قوامها 292 صحفياً، وتوصلت إلى أن تويتر ساهم في رفع مستوى الصحفيين بقضايا الفساد، حيث اعتمد 14% من الصحفيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول الفساد بدرجة عالية جداً، وبدرجة عالية 48.8%، ويري 62.8% من الصحفيين أن توتير مصدر مهم للمعلومات حول قضايا الفساد، ومن أسباب استخدامه سهولة الاستخدام من خلال أجهزة الهاتف أو الأجهزة اللوحية.

وتركزت اهتمامات دراسة **محمد بن على السويد** [24] (2016) في التعرف على تعامل المغردين الإعلاميين السعوديين مع تويتر ومدى وثوقهم بمعلوماته، وتقييمهم لمصداقيته، وهي دراسة مسحية بالتطبيق على عينة عشوائية بلغت (429) إعلامياً ممن لهم تعامل مع تويتر، يمثلون التخصصات الإعلامية المختلفة: الإذاعية والتلفزيونية والصحفية والعلاقات العامة، ومن أهم النتائج أن حجم الاستخدام اليومي المرتفع والجيد حوالي 75% من الإعلامين. 75% منهم تفاوتت تغريداتهم في الموقع بين العدد الجيد (30-40) تغريدة، والمرتفع فوق (41) تغريدة أسبوعياً. وتوزعت أعداد تغريدات إعلاميي العينة بين أقل (5000) تغريدة، ويمثلون حوالي 43%، وبقية النسبة لمن تغريداتهم أكثر من ذلك، وظهر أن من تغريداتهم فوق (10.000) تغريدة يعادلون ثلث إجمالي العينة، وأن 55% منهم يتابعهم على تويتر (5.000) متابع فأقل، ومن لديهم ما يفوق ذلك الرقم 45%. أما معايير الحكم على صدق معلومات تويتر: وتصدرها معيار وضوح مصدر المعلومة في المرتبة الأولى، بموافقة حوالي 90% من الإعلاميين، تلاها المعرفة بصاحب الحساب، ثم إذا كانت صادرة من مسئول بنسبة 80.9% لكل منهما.

في حين سعت دراسة **هشام سمير زقوت**[25] (2016) إلى التعرف على استخدام الصحفيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية وأسباب استخدامها والإشباعات المتحققة منها، بالتطبيق على عينة قوامها 376 صحفياً. وكانت أهم نتائجها: يعتبر الفيس بوك هو الأكثر شيوعاً بين تطبيقات التواصل الاجتماعي لدى الصحفيين بنسبة 95.4%، يليه الواتس آب بنسبة 92.6%، ومن أسباب الاستخدام الاطلاع على الأخبار، والدردشة مع الأصدقاء، وسرعة تلقي الأخبار، وسهولة الحصول على المعلومة. تبين أن استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي أثر على استخدام الصحفيين ومتابعتهم للوسائل الإعلامية بدرجة كبيرة.

وجاءت دراسة **وديع العزعزي** [26] (2016) لتبحث في استخدامات الصحفيين اليمنيين لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى استفادتهم منها. واعتمد البحث بشكل رئيسي على منهج المسح الإعلامي، بالتطبيق على عينة عشوائية منتظمة حجمها (150) من الصحفيين اليمنيين، وقد توصل إلى عدة نتائج من أهمها ما يلي: وجود علاقة ذي دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي وتحقيق إشباعاتهم الصحفية. أن استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي كان لغرض التعبير عن الرأي اولاً، ولمتابعة الأخبار والمستجدات ثانياً. أن الصحفيين يقضون الوقت الأطول في استخدام فيسبوك (ثلاث ساعات على الأقل)، ويستخدم الصحفيون وبدرجة مرتفعة شبكة الفيس بوك في عملهم الصحفي، وبدرجة متوسطة تويتر ويوتيوب.

واستهدفت دراسة **سهى محمد إسماعيل** [27] (2016) التعرف على استخدامات الصحفيين الأردنيين للفيس بوك والأنشطة التي يقومون بها على الموقع والإشباعات المتحققة، ومدى علاقتها بعملهم الصحفي من حيث بناء جمهور من القراء، والبحث عن قصص صحفية. بالتطبيق على عينة عمدية مكونة من 94 مفردة من الصحفيين

الأردنيين. وتشير نتائج الدراسة إلى أن الصحفيين عينة الدراسة يقومون بأنشطة متعلقة بعملهم الصحفي على الفيس بوك ولكن تنقصهم المعرفة والمهارات اللازمة لاستخدامه الاستخدام الأمثل في عملهم، كما أن هذه الأنشطة تميل إلى أم تكون سلبية مما يقلل من فرص الاستفادة المثلى من الموقع. وأن استخدام الصحفيين للفيس بوك، في متابعة الأخبار تقوم على بناء جمهور من القراء. بينما حازت (الصور مع التعليق) على أكثر أشكال المشاركات التي تحظى بتفاعل القراء. أما (متابعة مشاركات الأصدقاء والصفحات على الفيس بوك) حازت على المرتبة الأولى كأفضل وسيلة للبحث عن قصص من وجهة نظر الصحفيين.

واهتمت دراسة **Yonghwan Kim,** [28] (2015) بقياس اتجاهات الصحفيين والإعلاميين في كوريا الجنوبية نحو الجمهور، وعلاقاتهم بهم من خلال تويتر، وأهم أنشطتهم على الشبكة، وخاصةً في صناعة الأخبار، وقد شارك في الدراسة (163) صحفياً يمثلون (9) صحف إخبارية محلية، ومن أهم نتائجها: أن الصحفيون الكوريون يستخدمون تويتر بنشاط وفعالية في عالم الأخبار، وجاءت تغريدات الجمهور مفيدة ومؤثرة بصفة عامة للصحفيين، فقد أدلى ما يزيد عن 30% منهم بأن تغريدات الجمهور تحتوي على الكثير من مصادر الأنباء، وأنها مؤثرة في الرأي العام وتعكسه بصراحة. وأكد 73% من الصحفيين استخدامهم تويتر في استخلاص ردود الأفعال والآراء لصياغة القصص الإخبارية.

واستهدفت دراسة **محمد بن على السويد** [29] (2015) التعرف على طبيعة استخدامات الكتاب الصحفيين السعوديين لتويتر، وأهم الانعكاسات الناجمة عنها على أدائهم المهني في كتابة المقالات الصحفية، ودوافع استخدامهم لتويتر وتقييمهم كمصدر معلوماتي، ومردوده على مهاراتهم المهنية. وشارك في الدراسة الميدانية (217) كاتبًا وكاتبة. وكشفت نتائج الدراسة أن دوافع التعبير عن الرأي وحريته تصدرت دوافع استخدام الكتاب لتويتر، كما نال دافع سهولة الاستخدام وسرعة النشر والوصول ترتيباً متقدماً، وجاء في مقدمة المهارات المهنية التي يخرج بها الكاتب من استخدام توتير: مهارة تطوير أدوات الحوار، ومهارة سرعة البحث عن معلومة، ومهارة استنباط أفكار للمقالات، أما أهم تأثيرات استخدام الكاتب لتويتر على أساليب المعالجة الكتابية وطرق عرض المقالات، فأهمها ميل الكاتب للاختصار في مقاله، واستخدام اللغة السهلة، ومن المشكلات التي تواجه الكتاب ضعف مصداقية الحسابات غير الموثقة، والردود غير المهذبة، والهجوم على الكاتب من دون سبب واضح.

وتناولت دراسة **قرماط عماد** [30] (2015) واقع الإعلام الجزائري وأثر تكنولوجيا الاتصال الحديثة على أداء الصحفيين في المؤسسات الإعلامية محاولة فهم العلاقة بين التكنولوجيا الاتصالية الجديدة والأداء الإعلامي للصحفيين. تقويم الواقع الحالي لمدى استخدام التليفزيون بقنواته الثلاث لتكنولوجيا الاتصال الحديثة. تحديد المشاكل والمعوقات التي تواجه الصحفيين، وتحد من استغلالهم للخدمات التي تنتجها التكنولوجيا، وهي دراسة

وصفية باستخدام منهج المسح الإعلامي، وكانت أهم نتائجها: ساعدت تكنولوجيا الاتصال الحديثة على انجاز الأعمال بدقة، وساهمت في رفع جودة وانتاجية الأعمال، ووفرت الوقت والجهد وساعدت على زيادة الإنتاج الإعلامي للصحفيين، وتحسين ظروف عملهم، وكرست الإبداع لديهم عملت على تسهيل وتسريع الحصول على المعلومات وتبادلها وتخزينها، وأثرت ايجاباً على عمليات الكتابة والجمع والأرشفة والمراجعة.

وجاءت دراسة **Johan Mills et al**[31] (2012) هي دراسة تتبعية لمشروع بيبسوك Besbook في لملاحظة تفاعل الصحفيين المحترفين لاستخدام الهواتف الذكية في تقديم أخبار دولية فيما يطلق عليه MoJo Mobile Journalism ، ولاختبار فاعلية استخدام الهاتف الخلوي في إنتاج الأخبار وتطويعه كأداة حيوية في صناعة الأخبار. وشملت الدراسة أربع دراسات حالة لجمع وإنتاج الأخبار عبر الهاتف الخلوي في مناطق الصراعات. وشملت دراسة الحالة بيسبوك بإنجلترا وأفغانستان وتامبير بفنلندا وكينيا. وتوصلت إلى أن الصحفيون المحترفون وطلبة الصحافة لا يشعرون بان الهاتف الخلوي يعطيهم مادة جيدة وواضحة ترقي للنشر من ناحية الجودة. إلا أنها أثبتت فاعليتها في إمكانية إدماج صحافة المواطن مع ممارسات غرفة الأخبار الاحترافية. ومن أهم مشكلات الهاتف الخلوي صغر حجم الشاشة، وصعوبة كتابة نص طويل، وانقطاع الشبكة في بعض المناطق، والتكلفة المرتفعة لإرسال مقاطع الفيديو والأخبار عبر الهاتف.

بينما هدفت دراسة **عبدالله علي الزلب، وبشار عبدالرحمن مظهر**[32] (2012) إلى التعرف على الوضع الراهن لاستخدامات الهاتف المحمول في اليمن كوسيلة إعلامية لنشر واستقبال وتبادل رسائل إعلامية ذات صبغة جماعية، وتحديد أهم الخصائص والسمات السائدة لهذا الاستخدام، والفوائد المتحققة من الاستخدام، وهي دراسة مسحية على عينة من الصحفيين اليمنين. وكانت أهم النتائج: ارتفاع نسبة غير المشتركين بالخدمات الإخبارية المقدمة عبر الموبايل من الإعلاميين ٥١%، وتمثل الخدمة الإخبارية عبر الهاتف أحد المصادر الأساسية للتعرف على الأخبار لدى الإعلاميين اليمنيين43.9%، وكمصدر ثانوي 35.4%، ومن الاشباعات المتحققة التعرف على الأنباء العاجلة ٩٧%، وزيادة الاكتفاء بهذه الخدمة المفضلة أحياناً بدلاً من متابعة النشرات 96.6%، وزيادة التعرف على القضايا اليمنية 93.3%.

وتسعى دراسة **أميمة محمد عمران**[33] (2009) إلى التعرف على مهارات القائم بالاتصال بالصحافة الالكترونية، والأدوار والمسئوليات المنوطة به في إطار ممارساته المهنية، والتعرف على أثر استخدام التكنولوجيا على الممارسة المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة الالكترونية، والضغوط التي يواجها ومدى انعكاس ذلك على أدائه المهني، وتعتمد على منهج المسح الإعلامي. وكشفت النتائج عن تنوع التقنيات التي يستخدمها القائمون بالاتصال في الصحف الإلكترونية لجمع المادة الصحفية عبر شبكة الإنترنت، وكانت الخدمات الإلكترونية الفورية في مقدمة تلك التقنيات التي يتم استخدامها بدرجة كبيرة، وتلتها قواعد المعلومات، ثم القواميس والموسوعات الإلكتروني .واستخدام الوسائط

المتعددة، وقوائم التوجيه، والاعتماد على الأرشيف الإلكتروني الفوري، والبريد الإلكتروني، وكان لهذه التقنيات تأثيرات إيجابية على الأداء المهني للصحفيين من حيث تجويد العمل الصحفي، وتقديم معالجات أكثر توازن وشمول، بالإضافة إلى جعل الأداء الصحفي أكثر دقة ويسر. وكشفت أيضا عن وجود وصعوبات فنية تتعلق بالقدرة على استخدام الوسائط المتعددة وملاحقة التطورات في أنظمة التحرير عبر الكمبيوتر.

وتركزت إشكالية دراسة **نور الدين هادف**[34] (2007) حول دوافع استخدام الصحفيين الجزائريين لمصادر المعلومات الإلكترونية والإشباعات المحققة من جراء هذا الاستخدام. واقتصرت الدراسة على ثلاث وسائل إعلامية وهي التلفزيون الجزائري والاذاعة الوطنية والصحافة المكتوبة بشقيها العمومية والخاصة، أما المنهج المتبع فقد تم استخدام منهجين المنهج التاريخي والمنهج المسحي. وكانت أهم النتائج: لم تعد شبكة الإنترنت مصدر معلومات الإلكتروني منفرد بذاته، بل تفرعت عنه مصادر معلومات جديدة مستقلة بخصائصها وطرق استخدامها وهي الصحافة الإلكترونية، والبريد الإلكتروني، ومواقع الويب، لاتزال بعض الصحف الجزائرية بعيدة عن التمتع بتكنولوجيا الاتصال الرقمي، حيث لم تستحدث بعد موقعاً إلكترونياً لها على شبكة الانترنت، ولايزال الصحفيون الجزائريون يعتمدون على مصادر المعلومات التقليدية كالعمل الميداني، وبرقيات وكالة الأنباء.

وهدفت دراسة **سولاف بوصبع** [35] (2005) إلى التعرف على تأثير التكنولوجيا الاتصالية الجديدة على العمل الصحفي في الجزائر. واعتمدت على المنهج المسحي، بالتطبيق على عينة من الصحف الجزائرية وهي: الخبر، والوطن، والشعب، والأحرار. ومن نتائجها: أصبح التعامل مع المعلومات إلكترونياً، وظهرت وظائف جديدة وفاعلين جدد، وأن التطورات التكنولوجية أثرت على العمل الصحفي على كل المستويات: التغطية الإعلامية، التحرير، الإنتاج، الإخراج، الجمع والطبع، النقل والتوزيع، الأرشفة. ويعتمد كل الصحفيين على استعمال ما جلبته التكنولوجيا من أدوات اتصال: إنترنت، هاتف نقال، حواسيب شخصية، استعمال الإنترانت كوسيلة اتصال داخلي، وأكد الصحفيون أن التكنولوجيا الجديدة للاتصال وفرت مصادر للمعلومات تتميز بالتنوع والكثرة والجدة، كما أظهرت نقص دورات تدريب الصحفيين على استخدام التكنولوجيا الاتصالية الجديدة في عملهم .

المحور الثالث: الدراسات التي اهتمت بأثر تكنولوجيا الاتصال على بالصحافة

وسعت دراسة **محمد اسماعيل ياسين**[36] (2015) للتعرف على استخدامات تكنولوجيا الاتصال في تطوير شكل ومضمون الصحف الفلسطينية اليومية وذلك من خلال رصد أهم الأدوات المستخدمة من قبل القائمين بالاتصال في الصحف والوقوف على مجالات الاستفادة من تكنولوجيا الاتصال الحديثة والتعرف على السلبيات وصعوبات استخدامها، مستخدمة منهج المسح الإعلامي بالتطبيق على القائمين بالاتصال في صحيفتي الأيام وفلسطين وعددهم 105 مسحاً شاملاً. وتوصلت الدراسة إلى تصدرت الحاسبات الآلية أدوات التكنولوجية في العمل

الصحفي وثم خدمات شبكة الانترنت ثم الهواتف الذكية وشبكات التواصل الاجتماعي، ساعدت التكنولوجيا الحديثة المخرجين الصحفيين على بلورة رؤى إخراجية حديثة 92.6 % يستخدمون هواتفهم الذكية في العمل، واللاب توب بنسبة 97.1%، وساهمت التكنولوجيا الحديثة في تسهيل العمل الصحفي، وزادت من قدرة الصحفيين على الإلمام باهتمامات الجمهور، ويري81.8% أنها عززت تحقيق السبق الصحفي.

وتناولت دراسة **Broersma,M. Graham,T**[37] (2013) إلى التعرف على كيفية تعامل المراسلين للأخبار في الصحف البريطانية والهولندية مع تغريدات شبكة تويتر كمصدر للمعلومات أو مقارنتها بطريقة تداول الأخبار التقليدية الورقية أو نوعية الأخبار المتداولة عبر تويتر وتصنيفاتها، وقد تم تطبيق الدراسة على (8) صحف بريطانية وهولندية، وشملت العينة (5813) تغريدة تم اقتباسها مصادراً إخبارية في (3361) مقالة خلال (5) سنوات، ومن نتائجها: وجود مفارقات واضحة بين الصحف الشعبية وغير الشعبية، حيث تميل الصحف الشعبية لاستخدام التغريدات بشكل أوسع، وتعد النخبة من المصادر المسيطرة على حديث الجمهور بسبب تويتر، وأن تويتر قد صار وبشكل منتظم مصدراً للصحافة منذ عام 2010م، فقد كان هناك تزايد كبير في عدد التغريدات في محتوى الصحف اليومية. تقوم التغريدات بالبحث على القصص الإخبارية، وهذه الحالة مرصودة في 20% من القصص التي يتم فيها اقتباس التغريدات، ثم تقوم الصحف باقتباسها لتصبح موضوعاً، فالسياسيون – وهم أحد المصادر – يستخدمون تويتر بشكل إستراتيجي ليرسخوا قصصهم.

بينما تستهدف دراسة **بشرى حسين الحمداني**[38] (2012) التعرف على التكنولوجيا الأكثر استخداماً في وسائل الإعلام وتحديد المشكلات والمعوقات التي تواجه استخدام وسائل الإعلام للتكنولوجيا الحديثة، ومحاولة اقتراح بعض الحلول. وقد توصلت الباحثة إلى: أن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات أثرت بصورة كبيرة على وسائل الإعلام في المفهوم وفي الأداء والتطور. وأن الإعلام الإلكتروني يعد نقلة نوعية وتغيراً هاماً في كل مجالات الإعلام بالنسبة للصحفي والقارئ والعاملين على حد سواء، **و**أن النشر المكتبي وتقنياته وبرامجه أثر بصورة كبيرة في مجال الصحافة.

واستعرضت دراسة**Francois Nel & Oscar Westlund**[39] (2012) كيفية تأقلم 66 صحيفة في كل من إنجلترا واسكتلندا وويلز وأيرلندا الشمالية من حيث القنوات والمحتوى والمحادثة والتجارة مع تقديم الأخبار عبر الهاتف الخلوي، وذلك من خلال بيانات من التدقيق السنوي الذي أجرى في الفترة من 2008 وحتى 2011 لهذه الصحف، وكانت من أهم نتائج هذه الدراسة: بأنه الرغم من زيادة الاتجاه نحو الاستثمار في مجال الأخبار عبر الهاتف، إلا أنه غير واضح المعالم، وتتجه الكثير من الصحف إلى إعادة صياغة المضمون ليتلائم مع تقديمه من خلال الهاتف الخلوي، وتقوم الصحف بتكرار النماذج التجارية التقليدية (التطبيقات) على توزيع الأخبار عبر الهاتف، بالرغم من اختلاف المتغيرات الخاصة بهذه التكنولوجيا عن وسائل الإعلام التقليدية .

في حين اهتمت دراسة **Rena Kim Bivens**[40] (2008) بالتعرف على تطور غرف الأخبار التقليدية مع تكنولوجيا نقل المعلومات الحديثة الممثلة في الانترنت والهواتف الخلوية والمدونات، واعتمدت الباحثة في دراستها على الملاحظة واللقاءات المتعمقة، حيث قامت بأكثر من 40 مقابلة مع صحفيين في 8 مؤسسات صحفية كبيرة في المملكة المتحدة وكندا، وتوصلت إلى أن الإعلام الجديد أثر على الإعلام التقليدي بإحداث بعض التغييرات في دورة تدفق الأخبار التقليدية، وزيادة الإحساس بالمساءلة، وتطور القيم الصحفية، وزيادة تقبل المضمون الصحفي المنتج من قبل المواطنين بالرغم من تحفظات الدقة والموضوعية. وظهور لاعبين جدد في مجال إنتاج الأخبار ونشرها، مما ساعد على تعدد مصادر الأخبار واختلافها. وبالرغم من ذلك إلا وأن نمط الملكية ما زال يتحكم بجزء كبير من أجندة المؤسسات الصحفية.

واهتمت دراسة **أمل خطاب**([41]) (2007) بقياس أثر التطورات التقنية التكنولوجية التي لحقت بتقنيات الإنتاج الصحفي في تطوير الأداء الإنتاجي بالصحف المصرية القومية والحزبية، وذلك من خلال استخدام منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن، توصلت الدراسة إلي وجود تطور تقني هائل لحق بالصحف في المرحلة الإنتاجية ترتب عليها أن تحولت معظم الصحف في كافة انحاء العالم إلي اعتماد نمط الإنتاج الإلكتروني المتكامل لصفحات الصحيفة، وبالرغم من توافر أدوات التكنولوجيا لدى الصحفيين إلا أنهم لا يعتمدون عليها في إنجاز أعمالهم فمازال العمل مقسم على إدارات وأقسام إنتاجية. واستفادت الصحف من التكنولوجية في حفظ وتخزين المعلومات ونقل صفحاتها مباشرة إلى المطابع، وتحسين المظهر الطباعي وزيادة عدد صفحاتها، مما أدى لإضافة أبواب، وصفحات جديدة، وزيادة مساحة الأبواب والصفحات المعتادة، وإصدار عدة ملاحق منفصلة جديدة. وأثر استخدام التكنولوجيا ايجابياً على معدل انجاز القائمين بالاتصال بالصحف، وساعد على تحقيق عنصر السهولة والدقة والسرعة في الحصول على المادة الصحفية، وفي تلقي وإرسال المواد الصحفية من وإلى الصحيفة، وفي استكمال خلفيات المواد الصحفية، وفي تحرير (كتابة) المادة الصحفية، وفي تخزين واسترجاع المعلومات والبيانات الصحفية، وفي تسهيل التواصل مع الجمهور.

وتحدثت دراسة **السيد بخيت** [42] (2007) عن أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال في ممارسة الصحف لمهامها التقليدية، وبيان طبيعة منظومة الممارسات الصحفية في صحف الدراسة، واتجاهات الصحفيين العرب نحوها، ومدى تبني الصحف العربية لهذه التكنولوجيا، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وتأثيرها على الممارسات الصحفية في صحف الدراسة. عدم تأثير تكنولوجيا الاتصال على العنصر البشري. كما أنها ساعدت الصحف على أداء الكثير من المهام الصحفية.

وسعت دراسة **سميرة محي الدين شيخاني**[43] (1999) للتعرف على أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة على تطور فنون الكتابة الصحفية، وعلى تطور الأداء

الصحفي للقائم بالاتصال في جريدتي الأهرام وتشرين السورية ، واعتمدت منهج المسح ودراسة العلاقات المتبادلة بين هذا العامل وبين فنون الكتابة الصحفية من جهة، وأداء القائم بالاتصال من جهة أخرى في جريدتي الدراسة، واعتمدت على منهج دراسة الحالة وطبقتها على دراسة جريدتي الأهرام وتشرين، وتوصلت إلى: أدت التكنولوجيا الاتصالية الحديثة المستخدمة من قبل القائم بالاتصال في جريدة الأهرام إلى تطور كمي وكيفي في أدائه لوظائفه كافة، حيث توفرت في جميع هذه الوظائف متطلبات السرعة والدقة وسهولة الاستخدام والكفاية والسرية والأمان. وأن حجم استخدام التكنولوجيا الاتصالية الحديثة يزداد بين الفئات العمرية الشابة، وبين الفئات المتخصصة في علوم الإعلام، وبين الفئات الحاصلة على دورات تدريبية في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.

التعليق على الدراسات السابقة

زيادة اهتمام الدراسات السابقة بتناول تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي، والهاتف المحمول كوسيلة اتصال، وتأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على المؤسسات الصحفية، الأداء الصحفي، والقائم بالاتصال في الصحافة. حداثة الدراسات التي تناولت استخدام تطبيقات الهاتف المحمول، خاصة الدراسات العربية، بينما كانت الدراسات الأجنبية أقدم نسبياً من الدراسات العربية، وقد يرجع ذلك لتأخر الدول العربية في نقل التكنولوجيا الحديثة عن الدول الأجنبية، واستخدامها واكتشاف أهميتها، وبالتالي فإن استشعار الظواهر البحثية لدى الباحثين لا يأتي إلا بعد تطبيق هذه التقنيات الحديثة. ندرة الدراسات التي تناولت استخدام الإعلاميين لتطبيقات الهاتف في المجال الإعلامي، وإن اهتمت بتطبيقات التواصل الاجتماعي، أكثر من اهتمامها بالاستفادة منها في عملية الإنتاج الإخباري. وأكدت معظم نتائج الدراسات السابقة على أهمية تطبيقات التواصل الاجتماعي لدى الجمهور العام والإعلاميين، وكانت أهمها الفيس بوك وتوتير والواتس آب، والاعتماد عليها كمصر رئيسي للمعلومات والأخبار باعتبارها منصات إعلامية، وساهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تسهيل العمل الصحفي، وزادت من قدرة الصحفيين على الإلمام باهتمامات الجمهور، ولعب توتير دوراً في تطوير مهارة الاختزال لدى الإعلاميين. واختلفت الدراسات حول اعتبار الهاتف وسيلة إعلامية منافسة لوسائل الاعلام التقليدية أم أداة مساعدة لها. معظم الدراسات السابقة تناولت القياس الكمي، ولم تتناول القياس الكيفي، وأغلبها دراسات ميدانية وإن اختلفت مفردات العينات ما بين إعلاميين، وطلاب الجامعات، والجمهور العام.

بالرغم من أن بعض الدراسات السابقة ألقت الضوء على تطبيقات الهاتف المحمول بصفة عامة، أو استخدام الإعلاميين لتطبيقات الهاتف، وبصفة خاصة تطبيقات التواصل الاجتماعي، إلا أن هذه الدراسة اهتمت بتطبيقات الهاتف المحمول واستخدامها في عملية الإنتاج الإخباري، من خلال تحديد المجالات التي تستخدم من خلالها التطبيقات وتحديد درجة استخدام الصحفيين لها، ودراسة الأسباب الاستخدام، ورصد استخدام ملحقات الهاتف المحمول (المعدات والاكسسوارات والتي تسهل من استخدام الهاتف في مجال إنتاج الأخبار. وتعتبر أقرب الدراسات السابقة إلى الدراسة الحالية هي دراسة Elsir Ali

Saad Mohamed (2017)، ودراسة Sajid Umair (2016)، ودراسة نعيم فيصل المصري(2018).

الإطار النظري للدراسة

تستند هذه الدراسة في إطارها النظري على:

أولا: نموذج تقبل التكنولوجيا

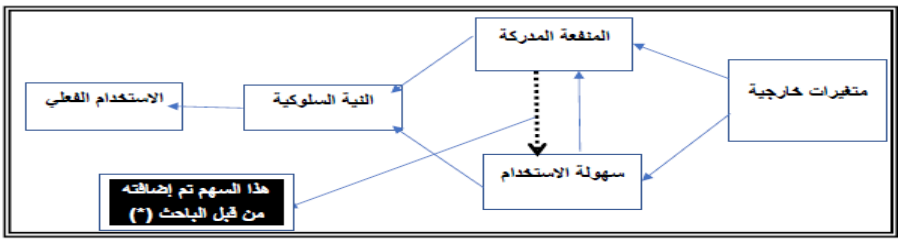
تعددت النماذج المقترحة للتنبؤ باستخدام التكنولوجيا لدى الأفراد، وظهرت نماذج كثيرة لتفسير ديناميكية قبول التكنولوجيا من خلال تقديم عوامل تنبؤية خاصة بالتعامل مع التكنولوجيا، ويرى الباحث أن أنسب هذه النماذج ملائمة للدراسة الحالية هو نموذج تقبل التكنولوجيا الذي صاغه دافيس (Davis). ويعد أحد نماذج النظرية الموحدة لتبني وقبول التكنولوجيا.

ويعتبر نموذج تقبل التكنولوجيا "TAM" من أشهر النماذج التي استخدمت ولا زالت تستخدم إلى الآن في فحص مدى تقبل التكنولوجيا، ويفترض نموذج TAM أن تقبُّل أي تكنولوجيا والعمل عليها ناتج عن عاملين رئيسيين هما المنفعة المدركة، وسهولة الاستخدام. وأشار دافيس إلى أن هذين المتغيرين يتأثران بعوامل خارجية عديدة [44].

واكتسب نموذج تقبل التكنولوجيا اهتماماً واسعاً بسبب قوة انتشاره وتجاوزه الحدود الجغرافية، ووضع النموذج في الأصل لدراسة أشكال التكنولوجيا في العمل، وبدأ استخدامه في دراسة قبول المستهلكين للخدمات والتطبيقات مثل الانترنت ووسائطه المختلفة [45]، وانتشر استخدامه مع انتشار استخدام التكنولوجيا الحديثة في المجال الإعلامي، كما تم استخدامه في المجال التعليمي والتعلم الإلكتروني، وعلم الإدارة، ونظم المعلومات.

عوامل نموذج تقبل التكنولوجيا [46]: يتكون نموذج تقبل التكنولوجيا من عدد من العوامل التي تؤثر وتتأثر ببعضها البعض، وبالتالي يكون له أثر في قبول أو رفض التكنولوجيا، وهذه العوامل يوضحها نموذج تقبل التكنولوجيا في الشكل التالي:

شكل (1) نموذج تقبل التكنولوجيا (*)



(*) أضاف الباحث السهم المنقط ليدل على وجود علاقة تبادلية بين المنفعة المدركة وسهولة الاستخدام، فنموذج تقبل التكنولوجيا يؤكد على أن سهولة الاستخدام تحقق المنفعة، في حين أن الوصول للمنفعة يتطلب من الفرد أن يبذل جهداً لإنجاز لأداء، وبالتالي يتحقق الاستخدام الذي قد يكون سهلاً بعد التدريب وتكرار الأداء، أو يجده الفرد سهلاً أثناء تعلمه، فبالتالي هي عملية تبادلية فسولة الاستخدام تحقق المنافع المرجوة، والسعي لتحقيق المنافع قد يترتب عليه سهولة الاستخدام.

أولاً سهولة الاستخدام: أي الدرجة التي يعتقد فيها المستخدم أن النظام (التقنيات) الحالي لا يحتاج إلى جهد. ثانياً المنفعة المدركة: أي ما سيحققه هذا النظام (التقنيات) على صعيد أداءه الوظيفي، يتأثر بسهولة الاستخدام، أي أن المستخدمين إذا لاحظوا صعوبة استخدامه بدرجه تفوق المنفعة منه بالتالي قد يرفض المستخدم هذه التكنولوجيا، وإذا كان سهل الاستخدام ومنافعه كبيرة فهذا يؤدي إلى قبول النظام (التقنيات). والمتغيرين السابقين يؤثران على عامل أخر هو النية السلوكية الذي يؤثر بدوره على عامل الاستخدام الفعلي، والنية السلوكية هي الدرجة التي ينوى فيها المستخدم استخدام النظام. أما بالنسبة للاستخدام الفعلي يقصد به استخدام النظام بشكل فعلي في الواقع وبشكل دائم، وذلك من أجل تحقيق الهدف الذي يسعى إليه المستخدم.

أما ما يخص المتغيرات الخارجية فهي تختلف باختلاف الدراسة التي تعتمد على النموذج، وكذلك باختلاف نمط التكنولوجيا المستخدمة، وتشمل الكفاءة الذاتية في استخدام التكنولوجيا، والقلق من الاستخدام، والمتعة المدركة نتيجة الاستخدام، والخصائص الفردية، وفي الدراسة الحالية تتمثل المتغيرات الخارجية (المتغيرات الوسيطة) ومنها السن – نمط ملكية الوسيلة– نوع التخصص– وطبيعة الوسيلة – ودرجة التدريب.

ثانيا: صحافة الهاتف

يمكن تعريف صحافة الهاتف المحمول بأنها عملية جمع الأخبار ونشرها باستخدام هاتف ذكي أو لوحي. وهي اتجاه جديد في تغطية الأخبار وبثها، ويتوقع أن يصبح نمطاً سائداً. وتشهد الساحة الإعلامية عملاً استثنائياً يقوم به أشخاص يختبرون باستمرار كيفية إنتاج مواد صحفية بواسطة هواتفهم المحمولة، فصحافة الموبايل تقوم بشكل كلي على بناء المهارات، وامتلاك الرغبة في استكشاف وسائط بديلة عن تلك المستخدمة في الصحافة التقليدية، ولابد أن يتقن المحررون الامكانات التي تتيحها صحافة الموبايل ويستغلونها ليتمكنوا من دعم فريقهم في اتباع أساليب مبتكرة. وهناك مستويات مختلفة من الممارسة في صحافة الهاتف المحمول فمن جهة هناك صحفيون ذوو مهارات عالية في هذا المجال، يستخدمون أحدث الأجهزة والتطبيقات، وأفضل الهواتف الذكية، فينقلون صحافة الموبايل إلى مستوى احترافي، وفي المقابل ثمة صحفيون يستخدمون هواتفهم المحمولة -كما هي- لإنتاج محتوى متعدد الوسائط. وتوفر صحافة الهاتف المحمول توفر للمؤسسات الإعلامية والإخبارية فوائد كثيرة، لا تتحقق إلا إذا تلقى الصحفيون تدريباً جيداً مقترناً بالمهارات الصحفية الأساسية كالسرد الإخباري والتحقق من المصادر، والانتقال من الشاشة الكبيرة إلى الشاشة الصغيرة[47].

وشهد العقد الأخير من القرن العشرين تناول مصطلحات مثل "صحافة الظهر" 'backpack journalism' لوصف كيف يمكن لصحفي مجهز بجهاز كمبيوتر محمول وكاميرا رقمية ووصلة للقمر الصناعي أو هاتف ذكي أن يقدم تقارير من أي مكان في العالم تقريباً. ولفت التقارب السريع للحواسيب المحمولة، واللاسلكية والتصوير

الفوتوغرافي الرقمي، والهواتف المحمولة الانتباه مؤخراً إلى إمكانات جمع الأخبار من مجموعات التقارير الرقمية الميدانية الأكثر تعقيداً حتى "بحجم الجيب"، وهي ممارسة يطلق عليها "الصحافة المتنقلة" (MoJo)[48]. وبالرغم من أن أهمية الموبايل أداة إعلامية ارتبط بعمليات توزيع الأخبار باعتباره منصة نشر، يتم من خلالها توصيل الأخبار لملايين المستخدمين الذين باتوا يتلقون الرسائل الاخبارية القصيرة، أو يتصفحون الإصدارات الرقمية عبر هواتفهم الذكية، أو يشتركون في تطبيقات تم تصميمها خصيصاً لهم، إلا أن الموبايل ارتبط أيضا بإنتاج الأخبار من خلال مفهوم صحافة الموبايل(Mobile Journalism) أو استخدام الموبايل في تغطية الأحداث (Reporting Mobile) حيث يستخدم الصحفيون هواتفهم الذكية في التقاط الصور والفيديوهات، وإجراء المقابلات المصورة، فضلاً عن إمكانية تقديم بث حي من الموبايل إلى الويب، ونشر العناوين الموجزة على شبكات التواصل، وهي الممارسات التي تزداد أهميتها مع الأحداث التي تتطلب تغطية لحظية مثل الانتخابات، ويطلق على الصحفيين الذين يقومون بهذه المهام اختصار(MoJos) أي صحفيي الموبايل [(49)].

وقد ساعد نمو هذا النمط من إنتاج الأخبار في التطور الكبير الذي لحق بالهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، سواء من حيث جودة كاميراتها أو سرعة أنظمتها، فضلاً عن إصدار التطبيقات المتخصصة التي تساعد الصحفيين، فهناك تطبيقات تستخدم في التقاط الصور وتحريرها، وأهمها تطبيقات (كاميرا بلس (+Camera) – سنابسيد - أدوبي فوتوشوب اكسبريس - كام سكان- بالإضافة للتطبيق المحمل على نظام تشغيل الهاتف لالتقاط الصور)، بينما التطبيقات التي تستخدم في تسجيل الفيديو وإجراء عملية المونتاج منها تطبيقات (فيلمك برو - آي موفي - ويفيديو - كاين ماستر- استوديو بيناكل- سينما إف في 5- فوديوvoddio-أفتر افيكت- إضافة إلى التطبيق المحمل على نظام تشغيل الهاتف لتصوير الفيديو)، كما توجد تطبيقات تستخدم في تسجيل الصوت ولها أهميتها بالنسبة للصحفيين ومن أهم هذه التطبيقات (مسجل الصوت voice recorder- مسجل بي سي ام - أي سي وات- ساوند كلاود- التطبيق المحمل على نظام تشغيل الهاتف لتسجيل الصوت)، وتوجد أيضا تطبيقات تستخدم في عملية البث المباشر لتغطية الأحداث وأهمها (فيس بوك لايف- بيريسكوب- ميركات - يوستريم - بامبيوزر- لايف ستريم)، ولا غنى للصحفيين عن استخدام تطبيقات لتحرير نصوص الأخبار والتقارير الصحفية من موقع الحدث وأهمها (ورد برس- بيجيز - ترانس كريب- تكست شوت textshot- مايكروسوفت وورد - التطبيق المحمل على نظام تشغيل الهاتف لتحرير النصوص) ، بالإضافة لتطبيقات أساسية وضرورية في الاتصال والتواصل مع الزملاء، ومع القيادات التحريرية، ومع المصادر وأهمها (واتس آب - فيس بوك - دروب بوكس سكايب- سناب- البريد الإلكتروني (Gmail / Email /hotmail -جامسناب). كما أن هناك مجموعة متنوعة من التطبيقات يستخدمها الصحفيون في أداء عملهم وأهمها (تطبيقات جوجل- جرايفي- إيفرنوت- كيو آب – انستجرام وهناك تطبيقات عديدة قد تساعد صحفيي الموبايل في عملهم والتقاط الصور بكفاءة، وكذلك المواطن الصحفي.

وأتاحت الهواتف الذكية سواء كانت تطبيقات مجانية أو غير مجانية فرصاً سهّلت على الصحفيين عملهم، ليقوموا بتحديث الموقع ونشر الأخبار في أي مكان دون طلب المساعدة من أحد. ومن خلال معرفة الصحفي بكيفية استخدام هذه الأدوات أصبح يمتلك منبراً إعلامياً يصل للعالم وهو بحوزته، لا بل في جيبه[50]. ولقد أدى دخول هذه التطبيقات إلى العمل الصحفي إلى تطورات أثرت على بني غرف الأخبار، وابتكار ما يسمى غرف الأخبار المرتكزة على صحفي الموبايلMoJo -Focuced- Newsroom ، والتي تعتمد على محررين ميدانيين يستخدمون الموبايل في التغطية بشكل كامل. ومحررين، في مقر الغرفة، يقومون بعمليات التحرير والاعداد النهائي والبث، وهو النمط الذي يصلح إلى حد كبير في النماذج التي تعتمد على المواطنين الصحفيين.

ولكن .. هل الصحفي الشامل هو صحفي الموبايل؟

تغير مفهوم الصحفي الشامل مع انتشار تقنيات صحافة الهاتف المحمول، حيث كان يطلق سابقاً على المحرر الشامل، وهو الذي يجيد العمل الصحفي بمختلف التخصصات ولديه القدرة على العمل بأي من أقسام التحرير بالجريدة، ولكن في ظل صحافة الهاتف بدأ يظهر هذا المصطلح مرة أخرى، وإن تغير المعنى عما كان عليه قديماً. ويطلق عليه One Man Unit وأحياناً One Man Crew.

يصفه البعض بالصحفي الجوكر، وهو من يستطيع أن يكتب ويدقق ويصوّر ويدخل البيانات وينشرها بنفسه. أحيانا هو صاحب العملية الإعلامية كلّها، وتزايد اهتمام المؤسسات الإعلامية الكبرى في الآونة الأخيرة بنموذج جديد في الصحافة، ألا وهو صحفي الفيديو. ذلك الصحفي الشامل متعدّد المهارات، الذي يستطيع إنجاز ما ينجزه فريق تلفزيوني بأكمله. يعود هذا الاهتمام من قبل المؤسسات الكبرى بهذا الصحفي المستجدّ إلى عدّة أسباب منها ما هو مادي ومنها ما هو مهني. فعلى الصعيد المادي تواجه أغلب المؤسسات الإعلامية الكبرى تحدّيات ماليّة منذ سنين، دفعتها إلى خفض نفقاتها قدر الإمكان. ما دفع تلك المؤسسات إلى الاعتماد على شخص واحد فقط لإنتاج التقرير التلفزيوني بدلاً من فريق كامل.

أمَا على الصعيد المهني فيتمتع صحفيو الفيديو بمرونة وسرعة في الحركة، مما يساعدهم في إنجاز تغطياتهم وتقاريرهم في وقت أسرع وبتكلفة أقل. ويتناسب هذا النموذج في حالات كثيرة مع مناطق النزاع أو الاشتباكات أو الثورات والانقلابات بشكل عام.

خصائص صحافة الهاتف [51].

1- **تكاليف أقل**: حيث استخدام الهاتف مضافا إليه بعض المعدات، تكون في المتناول، وتقلص تكاليف الانتاج التي تحتاج إلى طواقم كبيرة بمعداتها المختلفة لإعداد التقارير الإخبارية.

2- **سهولة الحركة**: بطبيعة الحال لا تحتاج إلى طواقم ومعدات ثقيلة، فبإمكان الصحفيين التحرك بهواتفهم الذكية أسرع من غيرهم وأن يكونوا في الطليعة خلال تغطية

الأخبار العاجلة. كما أن سهولة الحركة بالهاتف المحمول مكنت الصحفيين من دخول مناطق لم تكن متاحة سابقاً، إما بسبب حظر دخول الصحفيين إليها أو بسبب وقوع كارثة طبيعية، أو صعوبتها الجغرافية والجيولوجية.

3- **السلامة**: تعزز صحافة الهاتف المحمول إجراءات السلامة: فالصحفيون الذين يستخدمون هواتفهم الذكية أثناء تواجدهم بين الحشود يلفتون الانتباه أقل مما لو استخدموا معدات كبيرة وثقيلة لنقل الحدث.

4- **التصوير بتقنية الدقة الفائقة** (4K) إذ تتيح أحدث أجيال هاتف أيفون (بدءً بأيفون S6) التصوير والتحرير والتحميل بتقنية الدقة الفائقة (4K)، ولم تعد صحافة الهاتف المحمول مقيدة بسقف محدود، ففي حين لا تزال معظم كاميرات الأخبار التليفزيونية وأنظمة التحرير تعتمد تقنية (HD) توفر أجهزة الهواتف المحمولة جودة تقنية (4K).

5- **البث المباشر**: توفر الهواتف الذكية امكانية البث المباشر بشكل أبسط وأقل كلفة من خلال تطبيقات خاصة سهلت ذلك. فالوصول إلى جمهور أثناء البث هو ميزة أساسية في صحافة المحمول، وكذلك قياس مستوى أداء المحتوى من خلال إحصائيات فورية. فخدمة البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية أتاحت للصحفيين التفاعل مع جمهورهم أثناء البث، وكل ما تحتاجه هو اختيار التطبيق المناسب بناءً على معايير معينة، مثل احتياجات البث والجمهور المستهدف وتكاليف التقنية.

6- **السرعة والتفاعلية**: يمكن لصحفيي الهاتف المحمول إرسال المواد الإخبارية مباشرة إلى غرفة الأخبار بنقرة واحدة إما عبر البريد الإلكتروني أو تخزين السحابة (Cloud storage) أو أي تطبيق خاص بالمؤسسة الإعلامية. كما بإمكان الصحفي إرسال المواد مباشرة إلى الجمهور والتفاعل معه عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بموازاة التغطية الصحفية على الشاشة. ومن خلال التدريب المباشر يمكن للص حفي أن يكون المحرر والمصور والمصمم.

7- **الإبداع والتجريب**: تتيح صحافة الهاتف المحمول للصحفيين استكشاف مهاراتهم، واختبار التقنيات المتوافرة، بل وحتى إعادة اكتشاف أساليب جديدة في رواية القصص الصحفية، فالهواتف الذكية توفر للصحفيين ووسائل الإعلام فرصة كبيرة، ليصبحوا القوة الدافعة لثورة تغير أسلوب استهلاك المعلومات والتواصل.

تساؤلات الدراسة

تحاول هذه الدراسة الإجابة على عدد من التساؤلات التي أثارتها المشكلة البحثية وأهمها:

- ما أنماط استخدام الصحفيين للهاتف الذكي؟
- ما نوعية التطبيقات التي يفضل الصحفيون استخدامها؟
- ما درجة استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف المحمول في عملهم الصحفي؟

- ما درجة استخدام الصحفيين للمعدات الخاصة بالهاتف المحمول؟ ومدى تقيمهم لأهميتها؟
- لماذا يستخدم الصحفيون تطبيقات الهاتف المحمول في العمل الصحفي؟
- كم عدد الدورات التي حصل عليها الصحفيون في مجال صحافة الهاتف المحمول؟
- هل تقدم الصحف أو المواقع دورات تدريبية في مجال صحافة المحمول؟
- ما درجة احتراف الصحفيين لتطبيقات الهاتف المحمول؟

مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

- **تطبيقات الهاتف المحمول:** هي تلك البرامج الخاصة بالهواتف الذكية، منها ما يكون محملاً على نظام تشغيل الهاتف، ومنها ما يتم تحميله بواسطة المستخدم من خلال المتجر store أو play أو غيرها حيث تختلف باختلاف نوعية الهاتف ونظام التشغيل، وتتفاعل هذه التطبيقات مع خدمات الشبكة الدولية للمعلومات، وبعضها قد لا يحتاج للاتصال بهذه الشبكة، وتستخدم هذه التطبيقات إما في التواصل الاجتماعي، أو مطالعة الأخبار أو البحث عن المعلومات، أو مشاهدة مقاطع الفيديو والصوت، أو لالتقاط الصور وتحريرها، أو تسجيل الفيديو ومونتاجه أو كتابة النصوص ومعالجتها، أو البث المباشر أو التسويق أو ترفيهية أو .....إلخ.
- **الأثر:** هو مجمل الانعكاسات التي أحدثها استخدام تطبيقات الهاتف المحمول من قبل الصحفيين على أدائهم الصحفي المهني.
- **الأداء الصحفي:** هو مجموع المهارات التي تكونت لدى الصحفي نتيجة لاستخدامه تطبيقات الهاتف المحمول، والتي يستخدمها في إنتاج المضمون الصحفي، وذلك في إطار القواعد المهنية والسياسة التحريرية.

فروض الدراسة

تسعى الدراسة إلى دراسة العلاقة بين استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف الذكي في مجالات (الصور وتحريرها – الفيديو والمونتاج – النصوص ومعالجتها – البث المباشر – الاتصال والتواصل – تطبيقات متنوعة)، والأثار التي عادت على أدائهم المهني من هذا الاستخدام. والمتغيرات الوسيطة تطبيقاً على نموذج تقبل التكنولوجيا وذلك من خلال الفروض التالية:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات مقياس استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف المحمول (الاستخدام الفعلي وفقا لنموذج تقبل التكنولوجيا) وأثره على أدائهم المهني (الفوائد المدركة وفقا لنموذج تقبل التكنولوجيا).

الفرض الثاني: يوجد فروق ذات دالة إحصائية بين معدل استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف الذكي والمتغيرات التالية: (نمط ملكية الوسيلة - المؤهل- السن - مجال التخصص- طبيعة الوسيلة).

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات ارتباطية دالة إحصائية بين استخدام الصحفيين عينة الدراسة لمعدات وإكسسوارات الهاتف المحمول وتقييمهم لأهميتها".

الفرض الرابع: "توجد علاقة ارتباطية ذات دالة إحصائية بين معدل استخدام المعدات (الإكسسوارت) وأثرها على الأداء الصحفي".
الفرض الخامس: " توجد علاقة ذات دالة إحصائية بين متوسط درجات مقياس السهولة وبين متوسط مقياس الاستفادة المدركة". إحدى فروض نموذج تقبل التكنولوجيا.
الفرض السادس: " توجد فروق دالة إحصائية بين الصحفيين عينة الدراسة على متوسط درجات مقياس استخدام تطبيقات الهاتف المحمول ومتغير نظام الشبكة المستخدمة".

نوع الدراسة ومنهجها

تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية Research Descriptive والاستكشافية، التي تستهدف تقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف يغلب عليه صفة التحديد، من خلال جمع الحقائق وتحليلها وتفسيريها لاستخلاص دلاتها، والوصول إلى تعميما بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها . وقد اعتمد الباحث علي منهج المسح Method Survey حيث يُعد من أنسب المناهج العلمية ملائمةً للدراسات الوصفية التي تنتمي إليها هذه الدراسة، كما يعتبر جهدًا علميًا منظمًا للحصول على بيانات ومعلومات كمية عن الظاهرة موضوع الدراسة.

منهج الدراسة: تستخدم هذه الدراسة منهج المسح باعتباره أنسب المناهج العلمية ملائمة لهذه الدراسة، لأنه يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن، بعد جمع المعلومات عنها من خلال مجموعة من الإجراءات المنهجية المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها[52]. ومن خلال منهج المسح اعتمد الباحث على إجراء مسح بالعينة على مجموعة من الصحفيين المصريين للكشف عن استخدامهم لتطبيقات الهاتف المحمول، وأثرها على أدائهم الصحفي وعلاقتها ببعض المتغيرات الوسيطة، ودراسة العلاقات المتبادلة من خلال استخدام معامل الارتباط الإحصائي لـ (بيرسون) بين متغيرات الدراسة، وحيث أن هذه الدراسة لا تقف عند مجرد الوصف الكمي والكيفي للأبعاد المختلفة للموضوع محل الدراسة، ولكنها تسعى للتعمق في دراسة العلاقات بين هذه الأبعاد.

مجتمع وعينة الدراسة:

أجريت الدراسة على عينة عشوائية من الصحفيين المصريين يمثلون مختلف التوجهات الصحفية في مصر ذات الانتشار الأوسع، وبلغ عددهم 200 صحفياً، تم استبعاد 13 استمارة لعدم استكمال البيانات، وبالتالي أصبح حجم العينة 187 صحفياً يمثلون الصحف الورقية والمواقع الإلكترونية لكل من الأهرام والأخبار (ممثلة عن الصحف القومية)، والمصري اليوم واليوم السابع (ممثلة عن الصحف الخاصة)، وقام الباحث بالتطبيق على عينة الدراسة في خلال شهر نوفمبر2017.

كما قام الباحث بإجراء جلسات نقاش مركزة مع (27) صحفيا ممثلين لصحف الدراسة مقسمين إلى خمس مجموعات، وذلك للخروج بنتائج كيفية تساعد في تفسير الظاهرة وفهما

بشكل أعمق، والوقوف على الأبعاد المختلفة باستخدام الصحفيين لتطبيقات الهواتف الذكية، وأثرها على أدائهم الصحفي.

وقد تم سحب العينة من صحف الدراسة والجدول التالي يبين خصائص العينة وفقا لمتغيراتها.

جـدول (1) توزيع خصائص العينة وفقا لمتغيراتها

المتغير	الفئات	ك	%
مجال التخصص	التحرير	169	90.4
	التصوير	6	3.2
	الإخراج	1	.5
	One Man Unit	11	5.9
	مج	187	100
طبيعة الوسيلة	جريدة مطبوعة	89	47.6
	موقع إخباري	35	18.7
	الجمع بينهما	63	33.7
	مج	187	100
نمط الملكية	قومي	103	55.1
	خاص	84	44.9
	مج	187	100
السن	30سنة فأقل	61	32.6
	من 30: أقل من 40 سنة	75	40.1
	من 40: أقل من 55 سنة	46	24.6
	أكثر من 55 سنة	5	2.7
	مج	187	100
المؤهل	تخصص إعلام	112	59.9
	تخصص أخر	75	40.1
	مج	187	100
الخبرة	أقل من ثلاث سنوات	21	11.2
	من ثلاث سنوات لأقل من عشرة	58	31.0
	من عشر سنوات لأقل من عشرين سنوات	71	38.0
	أكثر من عشرين سنة	37	19.8
	مج	187	100

أدوات جمع البيانات

اعتمد الباحث على الأدوات التالية لجمع البيانات:

(1) صحيفة الاستبيان بالمقابلة المباشرة: تم جمع البيانات المطلوبة لهذه الدراسة من خلال الدراسة الميدانية باستخدام صحيفة الاستبيان والتي طبقت بالمقابلة الشخصية مع الصحفيين (عينة الدراسة) والتي تم تصميمها من خلال عدة محاور ومقاييس وبلغ عدد الأسئلة ستة عشر سؤالاً، والتي تهدف للإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها، وكذلك اختبار صحة الفروض.

- **إجراءات الصدق والثبات لأداة الاستبيان:**

أولاً: اخبار الصدق: تم مراجعة الاستبيان منهجياً وعلمياً من خلال عرضه على عدد من أساتذة الإعلام وعدد من الصحفيين[53] باعتبار الموضوع ذو صلة بالعمل الصحفي، وذلك للتأكد من صدق أداة الاستبيان في قياسها لمتغيرات الدراسة، ومدى ملائمة المقاييس المستخدمة أهداف وفروض الدراسة، وتم إجراء التعديلات بالحذف أحياناً أو الاضافة أو إعادة الصياغة.

ثانيا: اختبار الثبات: استخدم الباحث الاختبار وإعادة الاختبار(Test- Retest) للتأكد من الثبات، حيث تم تطبيق الاستبيان على 10% من حجم العينة بلغت (20صحفياً)، ثم أعاد الباحث تطبيق الاستبيان على نفس الصحفيين بعد أسبوعين، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.93% وهي نسبة مرتفعة تشير إلى ثبات أداة الاستبيان وصلاحيتها للتطبيق.

(2) مجموعات النقاش المركزة

واعتمد عليها الباحث لإضفاء الجانب الكيفي لهذه الدراسة، وللتعرف بشكل أوسع وأعمق على استخدامات الصحفيين للتطبيقات الهاتف الذكي وأثره على أدائهم الصحفي. عقد الباحث خمس جلسات نقاش مركزة بكل صحيفة من صحف الدراسة، بالإضافة إلى جلسة نقاشية خامسة مع مجموعة من الصحفيين العاملين خارج مصر[54]، إلا أن الباحث استبعدها بعد ذلك لصعوبة تطبيق الاستبيان إلكترونياً على الصحفيين المصريين بالخارج لأن استجابتهم للاستبيان الإلكتروني كانت ضعيفة جداً، وبالتالي صعوبة تعميم النتائج، أو إجراء مقارنة بينهم وبين العاملين في الصحف المصرية.

وقد روعي في اختيار عينة مجموعات النقاش تمثيل متغيرات (السن – طبيعة الوسيلة – التخصص – نمط ملكية الوسيلة).

وقد تضمن دليل المناقشة العناصر الرئيسية التالية كمحاور لعملية المناقشة:

- أهمية الهاتف الذكي في مجال الصحافة.

- أهم التطبيقات التي يستخدمها الصحفيين ودرجة الاستخدام.
- الاثار المترتبة على استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف المحمول على المستوى المؤسسي (الجريدة أو الموقع) وعلى المستوى الشخصي.
- واقع التدريب على صحافة الهاتف.
- أهم المعوقات التي تواجه الاستخدام الأمثل لتطبيقات الهاتف المحمول في أداء الصحفيين لعملهم.
- مفهوم الصحفي الشامل One Mane Unit.

مقاييس الدراسة

اشتمل الاستبيان على مجموعة من المقاييس وهي كالتالي:

1- مقياس معدل استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف المحمول في مجال العمل، وشمل 42 تطبيقاً. شملت المجالات التالية (الصور وتحريرها – الفيديو والمونتاج – النصوص ومعالجتها – البث المباشر – الاتصال والتواصل – تطبيقات متنوعة).
2- مقياس سهولة الاستخدام وتضمن 10عبارات.
3- مقياس الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام التطبيقات وتضمن 14 عبارة.
4- مقياس استخدام معدات وإكسسوارات الهاتف المحمول في مجال العمل) وتضمن 11عبارة.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS المعروف باسم الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية. وذلك من خلال المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية: التكرارات البسيطة والنسب المئوية، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، الوزن النسبي والوزن المرجح، معامل ارتباط بيرسون لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين. اختبار(ت) T-test، تحليل التباين ANOVA، والاختبارات البعدية (Post Hoc Test).

نتائج الدراسة

ثانيا: الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

1- أنماط استخدام الصحفيين عينة الدراسة للهاتف الذكي

1-1) استخدام عينة الدراسة للهاتف الذكي

جـــــــــدول (2) استخدام عينة الدراسة للهاتف الذكي

الاستخدام	ك	%
نعم	185	98.9
لا	2	1.1
جملة من سئلوا	187	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن 98.9% من اجمالي العينة يستخدمون الهاتف الذكي، والنسبة الصحيحة هي 100% حيث أن من أجاب بأنه لا يستخدم الهاتف الذكي، استمر في الإجابة على باقي الأسئلة بما فيها درجة استخدامه للتطبيقات، ويرجع ذلك لعدم إدراك البعض لمفهوم الهاتف الذكي، وهو ما استنتجه الباحث في المقابلات الشخصية المباشرة لتطبيق الاستبيان، حيث سأل بعض الصحفيين عن المقصود بالهاتف الذكي وقد تصادف استخدامه أو وجوده على مكتبه أثناء المقابلة. ولم يضع الباحث تعريفا للهاتف الذكي باستمارة الاستبيان اعتقاداً منه أنه يتعامل مع فئة أكثر ثقافة وتعليماً ووعياً وإلماماً بأدوات التكنولوجيا التي لا غنى عنها في العمل الصحفي.

1-2) استخدام عينة الدراسة لأكثر من شريحة اتصالات:

جـــــــــدول (3) استخدام عينة الدراسة لأكثر من شريحة اتصالات

عدد شرائح الاتصالات التي يستخدمها الصحفيين بهواتفهم	ك	%	الترتيب
لا (أستخدم شريحة واحدة فقط)	81	43.3	1
أستخدم شريحتين من نفس الشركة	20	10.7	3
أستخدم شريحتين من شركتين مختلفتين	70	37.4	2
أستخدم أكثر من شريحة لشركات مختلفة	16	8.6	4
جملة من سئلوا	187	100	-

من خلال بيانات الجدول السابق نستنتج أن 43.3% من الصحفيين يستخدمون شريحة واحدة فقط، بينما جاء في الترتيب الثاني استخدم شريحتين من شركتين مختلفتين بنسبة 37.4%، يلي ذلك استخدام شريحتين من نفس شركة الاتصالات بنسبة 10.7%، وأخيراً أستخدم أكثر من شريحة لشركات مختلفة بنسبة 8.6%. وبالنظر إلى نسبة الصحفيين الذي يستخدمون أكثر من شريحة نجد أنها نسبة كبيرة وصلت إلى 56.7%، وقد يرجع ذلك تلافياً لانقطاع شبكة الاتصال لإحدى الشركات بمنطقة من مناطق الأحداث، وبالتالي يسهل انجاز المهمة الصحفية من خلال استخدام شريحة اتصال لشركة أخرى، وقد تكون هناك أسباب أخرى.

1-3) نظام شبكة الهاتف الذي يستخدمها (الصحفيين) عينة الدراسة:

جـــــــــدول (4) نظام شبكة الهاتف الذي يستخدمها (الصحفيين) عينة الدراسة

نظام شبكة الهاتف الذي تستخدمها الصحفيين	ك	%	الترتيب
4G (الجيل الرابع)	105	56.1	1
3G (الجيل الثالث)	77	41.2	2
غير ذلك	5	2.7	3
جملة من سئلوا	187	100	--

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن 56.1% من الصحفيين (عينة الدراسة) يستخدمون الجيل الرابع لشبكات الهاتف المحمول 4G (الجيل الرابع)، ويدل ذلك

علي تقبل الصحفيين للتكنولوجيا وهو يتماشى مع فرضيات نموذج تقبل التكنولوجيا، التي اتخذته الدراسة كإطاراً نظرياً، نظراً لما يتمتع به شبكة الجيل الرابع من مزايا كثيرة منها سرعة الإنترنت، والتي لا غنى عنها في إرسال تغطية الأحداث أول بأول من موقع الحدث، ويلي ذلك شبكة 3G (الجيل الثالث) بنسبة 41.2% ، وغير ذلك بنسبة 2.7% وهي نسبة قليلة والتي لا تتبني التكنولوجيا، وترفض كل ما هو جديد.

4-1) استخدام عينة الدراسة تطبيقات للحصول على إشارة اتصال قوية:

جـــــــــدول (5) استخدام عينة الدراسة تطبيقات للحصول على إشارة اتصال قوية

استخدام التطبيقات للحصول على إشارة اتصال قوية	ك	%
نعم	42	22.5
لا	145	77.5
جملة من سئلوا	187	100

نجد في بيانات الجدول السابق أن نسبة قليلة من الصحفيين يستخدمون تطبيقات للحصول على إشارة شبكة قوية بلغت 22.5%، بينما النسبة الأكبر منهم لا يستخدمون تلك التطبيقات، وبلغت نسبتهم 77.5%، ويرجع الباحث ذلك لعدم فاعلية هذه التطبيقات، وهو ما أثاره عدد من الصحفيين أثناء المقابلات الشخصية لتطبيق الاستبيان، من عدم جدوى هذه التطبيقات، في حين استفسر البعض عن ماهية هذه التطبيقات وأنه لا يعلم عنها شيء.

5-1) نوعية نظام التشغيل في الهاتف المحمول لعينة الدراسة:

جـــــــــدول (6) نوعية نظام التشغيل في الهاتف الذكي لعينة الدراسة

نظام التشغيل	ك	%
اندرويد	152	81.3
آي أو إس	33	17.6
نظام أخر	2	1.1
جملة من سئلوا	187	100

من خلال بيانات الجدول السابق يتضح أن أغلبية الصحفيين يعتمدون على الأجهزة التي تدعم نظام الأندرويد وبلغت نسبتهم 81.3%، تلاها بنسبة قليلة الأجهزة التي تدعم نظام آي أو إس بنسبة 17.6%، بينما ذكر مفردتان فقط من العينة بوجود نظام أخر وكان نظام البلاك بيري.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة Elsir Ali Saad Mohamed[55]، ويرجع الباحث ذلك كون هذه الأجهزة تكون في متناول الصحفيين من حيث السعر، على عكس الأجهزة التي تدعم نظام آي أو إس (أجهزة الأيفون) تكون مرتفعة الثمن. ولاحظ الباحث أن هناك عدد من الصحفيين لا يعلمون بأنظمة هواتفهم الذكية حيث سجل البعض في البديل (نظام أخر يذكر نوع الجهاز الذي يستخدمه) وعليه قام الباحث بتحديد نظام التشغيل.

2- استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف المحمول

2-1) نوعية التطبيقات المفضلة لدى الصحفيين

جـــــدول (7) نوعية تطبيقات الهاتف المفضلة لدى الصحفيين

نوعية التطبيقات المفضلة	ك	%	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الترتيب
شبكات التواصل الاجتماعي	180	33.1	0.96	0.19	1
إخبارية	122	22.4	0.65	0.48	2
تعليمية	39	7.2	0.21	0.41	6
تثقيفية	44	8.1	0.24	0.42	5
مهنية أستخدمها في عملي	96	17.6	0.51	0.51	3
ترفيهية	56	10.3	0.3	0.46	4
أخرى	7	1.3	0.04	0.19	7
مج	544	100	--	--	--

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن التطبيقات الخاصة بشبكات التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى من بين تطبيقات الهاتف الذكي التي يفضل الصحفيين استخدامها، وذلك بمجموع تكرارات 180 تكراراً بنسبة 33.1%، ويفسر الباحث ذلك كون شبكات التواصل أصبحت أكثر أهمية بالنسبة للصحفيين ويمكن من خلالها الحصول على أفكار غير عادية لقصص إخبارية، تلاها في المرتبة الثانية التطبيقات الإخبارية بمجموع تكرارات 122 تكراراً بلغت نسبتها 22.4% وهي بمثابة شاشات عرض للأخبار وبالتالي فالحاجة إليها ملحة بالنسبة للصحفيين لمتابعة الأحداث فور وقوعها، ثم جاءت في المرتبة الثالثة التطبيقات المهنية (وهي التي يعتمد عليها الصحفي في انتاج المحتوى الخبري) بمجموع تكرارات 96 تكراراً بلغت نسبتها 17.6%، ثم جاء بعد ذلك التطبيقات الترفيهية بمجموع تكرارات 56 تكراراً بلغت نسبتها 10.3% ، ثم تلاها التطبيقات التعليمية بمجموع تكرارات 39 تكراراً بلغت نسبتها 7.2% . وتتفق هذه النتائج مع نتائج الجلسات النقاشية والتي أكدت أن أهم التطبيقات التي يستخدمها أعضاء مجموعات النقاش هي شبكات التواصل وتطبيقات عرض الأخبار ثم تطبيقات تستخدم في العمل. كما أنها تتفق مع نتائج دراسات كل من وديع العزعزي[56] سهى محمد إسماعيل [57].

2-2) استخدام عينة الدراسة للتطبيقات المجانية وغير المجانية

جدول (8) درجة استخدام عينة الدراسة للتطبيقات المجانية وغير المجانية

التطبيقات	كثيرًا		إلى حد ما		لا استخدمها		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
	ك	%	ك	%	ك	%			
التطبيقات المجانية	152	81.3	35	18.7	-	-	2.81	0.39	93.8
التطبيقات غير المجانية	7	3.7	58	31	122	65.2	1.39	0.56	24.4
جملة من سئلوا	187								

من نتائج الجدول السابق نستنتج أن التطبيقات المجانية هي الأكثر استخداماً لدى الصحفيين حيث بلغ الوزن المئوي 93.8%، وجاءت التطبيقات غير المجانية (التي يتم شرائها) بنسبة ضعيفة وبلغت وزنا مرجحاً 24.4%.

ويفسر الباحث ذلك كون توافر تطبيقات مجانية يمكنها أن تفي بالغرض في استخدامات الصحفيين، وبالتالي لن تكلف الصحفي أي عبئ مادي في ظل عدم تقديم أي دعم من الجريدة للصحفيين فيما يخصص الهواتف الذكية أو تطبيقاتها، إلا أن هناك البعض منهم يحتاج إلى بعض البرامج الأكثر احترافية للحصول على جودة عالية وخصائص فنية متميزة.

2-3) تطبيقات الهاتف التي يستخدمها الصحفيين عينة الدراسة في عملهم:

2-3-1) التطبيقات المستخدمة في التقاط الصور وتحريرها:

جدول (9) التطبيقات التي يستخدمها عينة الدراسة في التقاط الصور وتحريرها

تطبيقات التقاط الصور وتحريرها	دائماً		أحياناً		لا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المرجح
	ك	%	ك	%	ك	%			
كاميرا + - (Camera+)	116	62	31	16.6	40	21.4	2.41	0.82	80.2
سنابسيد	3	1.6	21	11.2	163	87.2	1.14	0.4	38.1
أدوبي فوتوشوب اكسبريس	19	10.2	24	12.8	144	77	1.33	0.654	44.4
كام سكان	19	10.2	24	12.8	144	77	1.33	0.654	44.4
التطبيق المحمل على نظام تشغيل الهاتف	84	44.9	29	15.5	74	39.6	2.05	0.92	68.4
أخرى مثل	8	4.3	7	3.7	172	92	1.12	0.441	37.4
جملة من سئلوا	187								

توضح بيانات الجدول السابق أن أكثر التطبيقات استخداماً في التقاط الصور وتحريرها هو تطبيق كاميرا +(Camera+) بوزن مئوي بلغ قدره 80.2%، ثم في الترتيب التطبيق المحمل على نظام تشغيل الهاتف بوزن مئوي بلغ قدره 68.4%، تلاه في الترتيب الثالث كل من تطبيق كام سكان وتطبيق أدوبي فوتوشوب اكسبريس بوزن مئوي 44.4% لكل منهما، وأخيرا تطبيق سنابسيد بوزن مئوي بلغ 38.1%.

وتختلف هذه النتائج مع نتائج مجموعات النقاش المركزة في ترتيب التطبيقات بالمركز الأول والثاني حيث جاء التطبيق المحمل على نظام تشغيل الهاتف في المركز الأول، ويرجع الباحث لكون تطبيق كاميرا +(Camera+) يحمل ذات الاسم المتداول بين مستخدمي الهاتف الذكي عند تصوير بعض الأحداث فانه يستخدم الكاميرا، إلا أنه في الواقع تطبيق يتم تحميله على الجهاز من قبل المستخدم من خلال المتجر (store) أو باختلاف المسمى وفقا لنوع الهاتف.

2-3-2) التطبيقات المستخدمة في الفيديو والمونتاج:

جدول (10) التطبيقات التي يستخدمها عينة الدراسة في الفيديو والمونتاج

تطبيقات تصوير الفيديو والمونتاج	دائماً		أحياناً		لا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
	ك	%	ك	%	ك	%			
فيلمك برو	11	5.9	10	5.3	166	88.8	1.17	0.511	39
آي موفي	14	7.5	16	8.6	157	84	1.24	0.576	41.2
ويفيديو	6	3.2	14	7.5	167	89.3	1.14	0.43	38
فوديو voddio	15	8	11	5.9	161	86.1	1.22	0.577	40.6
أفتر افيكت	12	6.4	13	7	162	86.6	1.2	0.537	39.9
أخرى مثل	15	8	18	9.6	154	82.4	1.15	0.474	41.9
جملة من سئلوا	187								

من خلال بيانات الجدول السابق نستنتج أن أكثر التطبيقات استخداما في تصوير الفيديو وإجراء عملية المونتاج هي تطبيقات أخرى وأهمها (كاين ماستر، وسينما إف في 5، واستوديو بيناكل) بوزن مئوي بلغ 41.9%، تلاها تطبيق آي موفي بوزن مئوي 41.2%، ثم تطبيق فوديوvoddio بوزن مئوي بلغ 40.6% ، تلاه تطبيق أفتر افيكت بوزن مئوي 39.9%، وأخيراً تطبيق فيلمك برو بوزن مئوي بلغ 39%.

ونستنتج من بيانات الجدول أن تطبيقات تصوير الفيديو والمونتاج قليلة الاستخدام لدى الصحفيين (عينة الدراسة)، وهو ما أشارت إلية نتائج مجموعات النقاش المركزة نظراً لصعوبة التعامل مع هذه التطبيقات خاصة التي تتضمن إجراء عملية المونتاج، وأن المونتاج قاصر على عملية حذف بعض اللقطات فقط، وليس مونتاجا بالمعنى الاحترافي، بالإضافة إلى قلة عدد الصحفيين المدربين على تسجيل الفيديو واختيار القصص الإخبارية التي تصنع مقطعا متميز، على عكس الصور الثابتة (الفوتوغرافية) أو كتابة الحدث، فهي تعتبر من المهام التي اعتاد عليها الصحفيين.

3-3-2) التطبيقات المستخدمة في تسجيل الصوت:

جدول (11) التطبيقات التي يستخدمها عينة الدراسة في الصوت

تطبيقات الصوت	دائماً		أحياناً		لا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
	ك	%	ك	%	ك	%			
مسجل الصوت	122	65.2	25	13.4	40	21.4	2.44	0.823	81
مسجل بي سي ام	15	8	9	4.8	163	86.2	1.21	0.572	40
أي سي وات	7	3.7	10	5.3	170	90	1.13	0.433	38
ساوند كلاود	51	27.3	17	9.1	119	63.6	1.64	0.884	55
التطبيق المحمل على نظام	56	29.9	21	11.2	110	58.8	1.71	0.899	57
أخرى مثل	4	2.1	1	0.5	182	9703	1.05	0.298	35
جملة من سئلوا	187								

توضح بيانات الجدول السابق أن تطبيق مسجل الصوت voice recorder جاء في المرتبة الأولى من بين التطبيقات التي تستخدم في تسجيل الصوت (الحوارات الصحفية أو الندوات أو المؤتمرات.....) بوزن مئوي بلغ 81%، ثم جاء التطبيق المحمل على نظام تشغيل الهاتف في المرتبة الثانية بوزن مئوي بلغ 57%، تلاه التطبيق ساوند كلاود بوزن مئوي بلغ 55%، ثم تطبيق بي سي إم بوزن مئوي بلغ 38%، ثم تطبيقات أخرى بلغت تكرارها 4 دائماً، وتكرار واحد فقط أحياناً.

2-3-4) التطبيقات المستخدمة في البث المباشر:

جدول (12) التطبيقات التي يستخدمها عينة الدراسة في البث المباشر

تطبيقات البث المباشر	دائماً		أحياناً		لا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
	ك	%	ك	%	ك	%			
فيس بوك لايف	83	44.4	29	15.5	75	40.1	2.04	0.921	68.1
ميركات	4	2.1	7	3.7	176	94.1	1.08	0.342	36
يوستريم	15	8	10	5.3	162	86.7	1.21	0.575	40.5
بامبيورز	3	1.6	8	4.3	176	94.1	1.07	0.319	35.8
لايف ستريم	13	7	7	3.7	167	89.3	1.18	0.535	39.2
أخرى مثل	3	1.6	7	2.4	177	94.3	1.01	0.103	35.7
جملة من سئلوا	187								

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن تطبيق فيس بوك لايف جاء في المرتبة الأولى بفارق كبير من بين التطبيقات التي تستخدم في البث المباشر بوزن مئوي بلغ 68.1%، ثم جاء يوستريم في المرتبة الثانية بوزن مئوي قدره 40.5% بينما جاء في المرتبة الثالثة تطبيق لايف ستريم بوزن مئوي بلغ 39.2%، ثم في المرتبة الرابعة تطبيق ميركات بوزن مئوي قدره 36%، وجاء في المرتبة الخامسة تطبيق بامبيورز بوزن مئوي بلغ 35.8، وأخيرا تطبيقات أخرى بوزن مئوي بلغ 35.7% أهمها تطبيق بيريسكوب.

وتتفق هذه النتائج مع جلسات النقاش المركزة أن تطبيقات البث المباشر قليلة الاستخدام.

2-3-5) التطبيقات المستخدمة في النصوص:

جدول (13) التطبيقات التي يستخدمها عينة الدراسة في النصوص

تطبيقات النصوص	دائماً		أحياناً		لا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
	ك	%	ك	%	ك	%			
ورد برس	72	38.5	10	5.3	105	56.1	1.82	0.959	60.8
بيجيز	28	15	7	3.7	152	81.3	1.34	0.725	44.6
تكست شوت textshot	17	9.1	10	5.3	160	85.6	1.24	0.603	41.2
مايكروسفت ورد	66	35.3	6	3.2	115	61.5	1.74	0.951	57.9
التطبيق المحمل على نظام الهاتف	44	23.5	11	5.9	132	70.6	1.53	0.851	51
أخرى مثل	9	4.1	10	3.7	158	96.3	2.8	0.39	36.5
جملة من سئلوا	187								

من خلال بيانات الجدول السابق نستنتج أن أكثر التطبيقات التي يستخدمها الصحفيون في كتابة نصوص القصص الإخبارية ومعالجتها هو تطبيق ورد برس بنسبة 60.8%، تلاها في المرتبة الثانية تطبيق مايكروسفت ورد بنسبة 57.9%، ثم التطبيق المحمل على نظام تشغيل الهاتف بنسبة 51%، وتلاه تطبيق بيجيز بنسبة 44.6%، ثم تطبيق تكست شوت

textshot بنسبة 41.2% وفي المرتبة الأخيرة تطبيقات أخرى بنسبة 36.5% وكان أهمها تطبيق ترانس كريب.

اختلفت هذه النتائج قليلاً مع نتائج مجموعات النقاش المركزة في تبادل المراكز بين أهم ثلاثة تطبيقات، حيث جاءت تطبيق مايكروسفت ورد في المرتبة الأولى ثم التطبيق المحمل على نظام تشغيل الهاتف وتلاه تطبيق ورد برس.

2-3-6) التطبيقات المستخدمة في الاتصال والتواصل:

جدول (14) التطبيقات التي يستخدمها عينة الدراسة في الاتصال والتواصل

تطبيقات الاتصال والتواصل	دائماً		أحياناً		لا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
	ك	%	ك	%	ك	%			
سكايب	38	20.3	37	19.8	112	59.9	1.6	0.806	53.5
سناب	17	9.1	18	9.6	152	81.3	1.28	0.62	42.6
واتس آب	166	88.8	5	2.7	16	8.6	2.8	0.576	93.4
فيس بوك	153	81.8	7	3.7	27	14.4	2.67	0.715	89.1
دروب بوكس	18	9.6	16	8.6	153	81.8	1.28	0.629	42.6
البريد الإلكتروني	134	71.7	11	5.9	42	22.5	2.49	0.838	83.1
أخرى مثل	12	6.4	5	2.7	170	90.9	1.16	0.511	38.5
جملة من سئلوا	187								

توضح بيانات الجدول السابق أن تطبيق الواتس آب هو أكثر التطبيقات استخداما لدي الصحفيين في الاتصال والتواصل حيث بلغ وزناً مئوياً قدره 93.4%، تلاه بفارق قليل تطبيق الفيس بوك بوزن مئوي قدره 89.1%، وفي المرتبة الثالثة وبفارق قليل أيضا تطبيقات البريد الإلكتروني المختلفة بوزن مئوي بلغ 83.1%، ثم جاء بعد ذلك وبفارق كبير تطبيق سكايب 53.5%، ثم في الترتيب الأخير كل من تطبيق سناب شات، وتطبيق دروب بوكس بوزن مئوي 42.6% لكل منهما.

نستنتج من بيانات الجدول السابق أن معدل استخدام الصحفيين لتطبيقات الاتصال والتواصل مرتفعة جداً، وتتفق هذه النتائج مع نتائج جلسات النقاش المركزة، والتي أكدت جميعها استخدام تطبيق الواتس آب لمتابعة العمل سواء من خلال مجموعات على مستوى المجلس التحريري أو لكل قسم أو مجموعات فرعية داخل كل قسم حسب التخصص الفرعي بالأقسام.

2-3-7) التطبيقات المتنوعة التي يستخدمها الصحفيون عينة الدراسة:

جدول (15) التطبيقات المتنوعة التي يستخدمها الصحفيون عينة الدراسة

التطبيقات	دائماً		أحياناً		لا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
	ك	%	ك	%	ك	%			
جامسناب	5	2.7	4	2.1	178	95.2	1.07	0.351	35.8
تطبيقات جوجل	118	63.1	21	11.2	48	25.7	2.37	0.867	79.1
جرايفي	12	6.4	4	2.1	171	91.4	1.15	0.507	38.3
كيو آب	9	4.8	6	3.2	172	92	1.13	0.547	37.6
انستجرام	92	49.2	21	11.2	74	39.6	2.1	0.94	69.9
أخري مثل	9	4.8	8	4.3	170	90.9	1.06	0.331	37.6
جملة من سئلوا	187								

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أهم التطبيقات المتنوعة التي لا تندرج تحت التطبيقات السابقة، ولكن يستخدمها الصحفيين، جاءت تطبيقات جوجل (..... maps- drive- search +google- mail- keep) بوزن مئوي بلغ 79.1%، تلاها تطبيق انستجرام بوزن مئوي قدره 69.9%، ثم تلاه بفارق كبير تطبيق جرايفي بوزن مئوي بلغ 38.3%، تلاه مباشرة كل من تطبيق كيوآب وتطبيقات أخري بوزن مئوي قدره 37.6% لكل منهما، وجاء في الترتيب الأخير تطبيق جامسناب بوزن مئوي 35.8%. ومن أهم التطبيقات الأخرى تطبيق إيفرنوت.

من خلال الجداول السابقة التي تعرض استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف المحمول، يمكن استنتاج أكثر التطبيقات استخداماً وهي كالتالي:

حصل تطبيق الواتس أب على أعلى وزن مئوي بين التطبيقات كافة حيث بلغ نحو 93.4%، يليه تطبيق الفيس بوك بوزن مئوي بلغ 89.1%، ثم في الترتيب الثالث تطبيقات البريد الإلكتروني وبلغ وزناً مئوياً 83.1%، ثم تطبيق كاميرا بلس بوزن مئوي 80.2%، ثم تطبيق مسجل الصوت بوزن مئوي 81%.

ونلاحظ تصدر ثلاثة تطبيقات للاتصال والتواصل المقدمة من بين أعلى خمسة تطبيقات في الاستخدام، وغياب التطبيقات التي تستخدم في عملية الإنتاج، مما يؤكد أن الصحفيين المصريين لم يصلوا بعد لدرجة احتراف تطبيقات الهاتف المحمول في العمل الصحفي.

جدول (16) متوسط درجات استخدام الصحفيين للتطبيقات وفقاً لمجالاتها

درجة الاستخدام / التطبيقات	مرتفع		متوسط		ضعيف		الوزن المئوي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%		
التقاط الصور وتحريرها	41	21.9	54	28.9	92	49.2	576	4
الفيديو والمونتاج	21	11.2	47	25.1	119	63.6	40.8	6
تسجيل الصوت	42	22.5	46	24.6	99	52.9	64	5
البث المباشر	8	4.3	21	11.2	158	84.5	38.8	7
النصوص ومعالجتها	61	32.6	98	52.4	28	15	72.5	3
الاتصال والتواصل	165	88.2	16	8.6	6	3.2	95	1
تطبيقات متنوعة	78	41.7	87	46.5	22	11.8	76.6	2

نستنتج من بيانات الجدول السابق أن أكثر التطبيقات استخداماً من قبل الصحفيين كانت تطبيقات الاتصال والتواصل، وبلغت وزنها المئوي 95% وهذا ما تؤكده نتائج جلسات النقاش المركزة ونتائج العديد من الدراسات، ويليها التطبيقات المتنوعة وهي التطبيقات التي لا يمكن إدراجها تحت أي من المجالات السابقة، ولكنها تتعدد الاستخدام وتتنوع بوزن مئوي 76.6%، ثم تطبيقات تسجيل الصوت 64%، ويليها تطبيقات النصوص ومعالجتها بوزن مئوي 72.5%، يليها تطبيقات التقاط الصور 57.6%، ويأتي بعدها تطبيقات الفيديو والمونتاج 40.8%، وأخيراً تطبيقات البث المباشر.

يفسر الباحث هذه النتائج بأن تطبيقات التواصل تستخدم بكثرة بين الأفراد العادين وكذلك بالنسبة للصحفيين لكونها أصبحت وسيلة مهمة للتواصل مع الزملاء والرؤساء والمرؤوسين، ووسيلة مهمة في إرسال الأعمال الصحفية واستقبالها، ولا يمكن أن تستغنى عنها جريدة، أو موقع، أو أية وسيلة إعلامية، ويشترك في ذلك القائمين بالوظائف الإشرافية (القيادات التحريرية)، والمحررين والمراسلين، بينما التطبيقات الأخرى نجدها تقل في اعتماد القيادات التحريرية كالتقاط الصور ومعالجتها، أو تصوير الفيديو والمونتاج أو تسجيل الصوت، أو البث المباشر. بالإضافة إلى أن بعض التطبيقات تحتاج إلى تدريب على استخدامها وهو غير متوفر بالنسبة لعدد كبير من الصحفيين، وكذلك تطبيقات البث المباشر لها صلاحيات لا تسمح إلا لعدد محدود من الصحفيين. إضافة إلى ما سبق لم تسد ثقافة استخدام تطبيقات الهاتف في إنجاز الأعمال الصحفية لدى الكثير من الصحفيين.

3) استخدام الصحفيين لمعدات (الإكسسوارت) الملحقة بالهاتف المحمول

3-1) معدل استخدام الصحفيين لمعدات (الإكسسوارت) الملحقة بالهاتف المحمول

جـــــدول (17) الإكسسوارت (المعدات) التي تستخدمها عينة الدراسة مع الهاتف المحمول

المعدات (الإكسسوارت)	الإجمالي ن =187		المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الترتيب
	ك	%			
مقبض الموبايل	30	16	0.16	0.368	6
الميكروفون والسماعات الخارجية	120	64.2	0.64	0.481	2
حامل كاميرا أو عصا سيلفي	36	19.3	0.19	0.395	5
شاحن محمول	142	75.9	0.76	0.429	1
ذاكرة	80	42.8	0.43	0.5	3
فلاش	48	25.7	0.26	0.438	4
عدسات	5	2.7	0.03	0.162	9
جهاز حمل الهاتف لتصوير الأهداف المتحركة	13	7	0.07	0.255	8
حاجب الرياح	3	1.6	0.02	0.126	10
أخرى مثل	2	1.1	0.01	0.103	11
لا أستخدمها مطلقا	18	9.5	0.1	0.296	7

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن المعدات (الإكسسوارت) الملحقة بالهاتف الذكي والأكثر استخداما من قبل الصحفيين وجاءت في الترتيب الأول هي الشاحن المحمول Power Bank بمجموع تكرارات بلغ 142تكراراً، وبنسبة 75.9% ومتوسط حسابي بلغ 0.76 وانحراف معياري قدره 0.43 ، وجاء في الترتيب الثاني الميكروفون والسماعات الخارجية(Hand Free) بمجموع تكرارات بلغ 120 تكراراً، وبنسبة 64.2% ومتوسط حسابي بلغ 0.64 وانحراف معياري قدره 0.48، تلاها في الترتيب الثالث الذاكرة، وبمجموع تكرارات أقل بكثير حيث بلغ 80 تكراراً، وبنسبة 25.7%، وجاءت المعدات التالية بعد ذلك، وبدرجات أقل، ومنها على التوالي جهاز حمل الهاتف لتصوير الأهداف المتحركة الفلاش، وحامل الكاميرا أو عصا السيلفي، ثم مقبض الموبايل بينما كانت أقل

المعدات استخداماً هي العدسات، وحاجب الرياح، وهي معدات تستخدم بدرجة احترافية عالية، وذات أهمية في عملية الإنتاج الإخباري، خاصة في إعداد التقارير الإخبارية المصورة. مما يؤكد أن أغلبية الصحفيين (عينة الدراسة) لم يصلوا بعد لدرجة الاحترافية في استخدام تطبيقات الهاتف المحمول.

بينما أشارت بيانات الجدول السابق أيضا إلى أن 9.5% من اجمالي حجم العينة لا يستخدمون هذه المعدات مطلقا وبمجموع تكرارات بلغ 18 تكراراً.

2-3) تقييم عينة الدراسة للإكسسوارات (المعدات) التي تستخدمها في انجاز الأعمال الصحفية:

جدول (18) تقييم عينة الإكسسوارت (المعدات) التي تستخدمها في انجاز الأعمال الصحفية

التقييم	ك	%
مفيدة بدرجة كبيرة	87	51.5
مفيدة إلى حد ما	72	42.6
ليس لها أثر يذكر	10	5.9
جملة من سئلوا	169	100

نستنتج من بيانات الجدول السابق أن تقييم الصحفيين لأهمية هذه المعدات في انجاز المهام الصحفية جاء تقييم مفيدة بدرجة كبيرة بمجموع تكرارات 87 تكراراً، وبنسبة 51.5 %، تلاها مفيدة إلى حد ما بمجموع تكرارات بلغ 72 تكراراً، وبنسبة 42.6%، في جاءت ليس لها أثر يذكر في المرتبة الأخيرة بمجموع تكرارات قدره 10تكرارات وبنسبة 5.9%.

4) أسباب استخدام عينة الدراسة لتطبيقات الهاتف المحمول في العمل الصحفي:

جـــــدول (19) أسباب استخدام عينة الدراسة لتطبيقات الهاتف المحمول في العمل الصحفي

الأسباب	الإجمالي ن =187		المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الترتيب
	ك	%			
سهولة الحركة	128	68.4	0.68	0.466	2
سرعة متابعة الأحداث	145	77.5	0.78	0.418	1
تكاليف أقل	78	41.7	0.42	0.494	4
توفير الوقت والجهد	123	65.8	0.66	0.476	3
الجودة والتقنية العالية	67	35.8	0.36	0.481	6
توافر السلامة والأمان	49	26.2	0.26	0.441	9
التجريب والإبداع في التغطية	37	19.8	0.2	0.399	10
انجاز العمل دون احتياجي لزملائي الأخرين	75	40.1	0.4	0.491	5
الحصول على أفكار غير تقليدية لقصص خبرية	56	29.9	0.3	0.459	7
التغلب على القيود المفروضة على تغطية الأحداث	56	29.9	0.3	0.459	7
أخرى مثل	7	3.7	0.04	0.19	11

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن سرعة متابعة الأحداث جاءت في مقدمة الأسباب التي دفعت الصحفيين لاستخدام تطبيقات الهاتف المحمول، بمجموع تكرارات بلغ 145

تكراراً، وبنسبة 77.5%، تليها في المرتبة الثانية سهولة الحركة بمجموع تكرارات بلغ 128 تكراراً، وبنسبة 68.4% ، وجاء في الترتيب الثالث وبفارق بسيط توفير الوقت والجهد بمجموع تكرارات بلغ 123 تكراراً، وبنسبة 66%، وفارق كبير جاء في الترتيب الرابع تكاليف أقل بمجموع تكرارات بلغ 78 تكراراً، وبنسبة 41.7%، ثم انجاز الأعمال دون احتياجي لزملائي بفارق بسيط عن سابقه بمجموع تكرارات بلغ 75 تكراراً، وبنسبة 41.1%، ثم جاء في المرتبة السادسة الجودة والتقنية العالية بمجموع تكرارات بلغ 67 تكراراً، وبنسبة 35.8%، ثم في الترتيب السابع الحصول على أفكار غير تقليدية لقصص خبرية و التغلب على القيود المفروضة على تغطية بعض الأحداث بمجموع تكرارات بلغ 56 تكراراً، وبنسبة 29.9% لكل منهما، وجاء في المرتبة الثامنة توافر السلامة والأمان بمجموع تكرارات بلغ 49 تكراراً، وبنسبة 26.8% وجاء التجريب والابداع في التغطية في المركز الأخير. وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة دراسة قرماط عماد [58] مع بعض الأسباب وان اختلف الترتيب خاصة فيما يتعلق بالسهولة، وتوفير الوقت والجهد، والانجاز، والابداع.

5) أثر استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف المحمول على أدائهم المهني

5-1) الآثار الإيجابية التي عادت على عمل الصحفيين عينة الدراسة من استخدام التطبيقات:

جـــــدول (20) الآثار الإيجابية التي عادت على عمل الصحفيين من استخدام التطبيقات

الآثار الإيجابية	الإجمالي ن =187		المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الترتيب
	ك	%			
الحصول على أفكار غير تقليدية لقصص خبرية	93	49.7	0.5	0.501	5
التقاط صور معبرة عن الحدث دون الاستعانة لمصور	130	69.5	0.7	0.462	1
تحرير الصور الصحفية مباشرة	111	59.4	0.59	0.492	4
التقاط عدد كبير من الصور ومقاطع الفيديو	118	63.1	0.63	0.484	2
كثرة الأعمال الصحفية التي يتم إنجازها	89	47.6	0.48	0.5	6
اتمام القصة الخبرية كاملة دون مساعدة الأخرين	79	42.2	0.42	0.495	8
تطوير مهاراتي في مجال العمل	79	42.2	0.42	0.495	8
البث المباشر للأحداث من وموقع الحدث	85	45.5	0.45	0.499	7
السرعة والسهولة في انجاز المهام	114	61	0.61	0.489	3
اكتساب الخبرات المختلفة	47	25.1	0.25	0.435	11
امكانية التعديل بعد النشر	67	35.8	0.36	0.481	10
تحقيق السبق الصحفي	76	40.6	0.41	0.492	9
مواكبة التطورات الجديدة في مجال العمل	85	45.5	0.455	0.499	7
أخرى مثل	1	0.5	0.01	0.073	12

من بيانات الجدول السابق نستنتج أن من الآثار الإيجابية التي عادت على الصحفيين من استخدام تطبيقات الهاتف الذكي في مجال عملهم الصحفي ، التقاط الصور المعبرة عن الحدث دون اللجوء لمصور صحفي جاءت في الترتيب الأول، بمجموع تكرارات بلغ 130 تكراراً، وبنسبة 69.5%، بمتوسط حسابي 0.7 وانحراف معياري 0.46، بينما جاء في الترتيب الثاني التقاط عدد كبير من الصور ومقاطع الفيديو بمجموع تكرارات بلغ 118

تكراراً، وبنسبة 63.1%، وبفارق بسيط جاء في الترتيب الثالث السرعة والسهولة في انجاز المهام بمجموع تكرارات بلغ 114 تكراراً، وبنسبة 61%، تلاها مباشرة تحرير الصور الصحفية مباشرة بمجموع تكرارات بلغ 111 تكراراً، وبنسبة 59.5%، ثم جاء في الترتيب الخامس الحصول على أفكار غير تقليدية لقصص خبرية بمجموع تكرارات بلغ 93 تكراراً، وبنسبة 49.7%، وجاء في الترتيب السادس كثرة الأعمال الصحفية التي يتم انجازها بمجموع تكرارات بلغ 89 تكراراً، وبنسبة 47.6%، ثم تلاه في الترتيب السابع كل من البث المباشر للأحداث من وموقع الحدث ومواكبة التطورات الجديدة في مجال العمل بمجموع تكرارات بلغ 85 تكراراً، وبنسبة 45.5% لكل منهما، وجاء في الترتيب الثامن كل من امكانية اتمام القصة الخبرية كاملة دون مساعدة من زملائي الأخرين، وتطوير مهاراتي في مجال العمل بمجموع تكرارات بلغ 79 تكراراً، وبنسبة 42.2% لكل منهما، بينما جاء في الترتيب التاسع تحقيق السبق الصحفي بمجموع تكرارات بلغ 76 تكراراً، وبنسبة 40.6%، وجاء في الترتيب العاشر امكانية التعديل بعد النشر بمجموع تكرارات بلغ 67 تكراراً، وبنسبة 35.8%، وجاء في الترتيب الأخير اكتساب الخبرات المختلفة بمجموع تكرارات بلغ 47 تكراراً، وبنسبة 25.1%. وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسات كل دراسة محمد اسماعيل ياسين[59] فيما يتعلق بتحقيق السبق، دراسة محمد بن على السويد [60] فيما يتعلق بالسهولة وتطوير المهارات،

5-2) الفوائد الشخصية التي عادت على الصحفيين عينة الدراسة من استخدام هذه التطبيقات

جـــــدول (21) الفوائد التي عادت على الصحفيين على المستوى الشخصي من استخدام هذه التطبيقات

الفوائد الشخصية	الإجمالي		المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الترتيب
	ك	%			
عرض علىَ العمل في أكثر من وسيلة	47	25.1	0.25	0.435	3
زيادة الدخل المادي	29	15.5	0.16	0.363	5
الحصول على ترقيات أو حوافز أو مكافأت	30	16	0.16	0.368	4
امكانية العمل في أي وسيلة إعلامية (صحف– مواقع – منصات عبر شبكات التواصل – قنوات تليفزيونية – راديو).	93	49.7	0.5	0.501	1
أصبحت صحفياً مميزاً داخل الصحيفة أو الموقع	58	31	0.31	0.464	2
أخرى مثل	8	4.3	0.04	0.203	6

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن المزايا التي تحققت لدى الصحفيين على المستوى الشخصي من استخدامهم لتطبيقات الهاتف الذكي كانت كالتالي: يرى 49.7% من الصحفيين أن بإمكانه العمل في أي وسيلة إعلامية (صحف – مواقع – منصات عبر شبكات التواصل – قنوات تليفزيونية – راديو). تلاها في المرتبة الثانية أصبحت صحفياً مميزاً داخل الصحيفة أو الموقع بنسبة 31%. ويرجع الباحث لتصدر هاتين الميزتين لكونهما حكم شخصي يصدره الصحفي على نفسه دون وجود معايير يحتكم إليها لأنها تعتبر معايير ذاتية، وكثير منا يعتز بنفسه وبقدراته حتى وإن كانت على غير الوقع، في حين جاء في المرتبة الثالثة عرض علىَ

العمل في أكثر من وسيلة بنسبة 25.1%، تلاها في المرتبة الرابعة الحصول على ترقيات أو حوافز أو مكافأت بنسبة 16%، ثم في المرتبة الخامسة والأخيرة زيادة الدخل المادية بنسبة 15.5%، ويرجع الباحث ذلك كون معدل استخدام بعض الصحفيين لهذه التطبيقات متوسطة، لأنه من الطبيعي إذا تحققت المزايا السابقة لزاد الدخل المادي وخاصة أن البدائل من الثالث حتى الخامس يمكن قياسها بطريقة منطقية لكونها تستند إلى معايير مادية ملموسة.

6) معوقات التي تحد من استفادة الصحفيين من تطبيقات الهاتف الذكي:

جـــــدول (22) معوقات التي تحد من استفادة الصحفيين من تطبيقات الهاتف المحمول

المعوقات	الإجمالي =187		المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الترتيب
	ك	%			
ضعف البيئة الأساسية لخدمات الانترنت في موقع الحدث	121	64.7	0.65	0.479	1
ضعف خدمات الانترنت بمقر الموقع أو الجريدة	64	34.2	0.34	0.476	3
صعوبة التعامل مع بعض التطبيقات	46	24.6	0.25	0.432	6
عدم تقديم الدعم اللازم من الجريدة للحصول على هواتف حديثة	50	26.7	0.27	0.444	5
الخوف من قرصنة الهاتف من خلال التطبيقات العشوائية	68	36.4	0.36	0.482	2
عدم تقديم الدعم من الجريدة للحصول على تطبيقات غير المجانية	43	23	0.23	0.422	7
عدم الحصول على دورات تدريبية	51	27.3	0.27	0.447	4
أخرى مثل	4	2.1	0.02	0.145	8

نستنتج من بيانات الجدول السابق أن من أكثر المعوقات التي تحد من الاستفادة القصوى للصحفيين من تطبيقات الهاتف المحمول كانت في مقدمتها ضعف البيئة الأساسية لخدمات الانترنت في موقع الحدث بمجموع تكرارات بلغت 121 تكراراً ، وبنسبة 64.7% ، وهي نتيجة تتفق مع واقع خدمة الانترنت بالمجتمع المصري نظراً لضعف مستوى الخدمة بوجه عام، كما تتفق مع نتائج دراسة Johan Mills et al[61] ، ويأتي في الترتيب الثاني وبفارق كبير عن سابقه الخوف من قرصنة الهاتف المحمول من خلال التطبيقات العشوائية المنتشرة بمجموع تكرارات 68 تكراراً، وبنسبة 36.4% ، ويفسر الباحث ذلك كون نسبة كبيرة من الصحفيين لا يجيدون التعامل مع التكنولوجيا الحديثة، واستخدامهم سطحي قاصر على تحقيق المنفعة من هذه التكنولوجيا في عملية الاتصال والتواصل، ولا يزال الخوف من كل ما هو جديد يتعلق بأذهانهم وقد تكون النسبة الأكبر منهم من كبار السن.

ويأتي في الترتيب الثالث ضعف خدمات الانترنت بمقر الموقع أو الجريدة بمجموع تكرارات 64 تكراراً، وبنسبة 34.2% ، بينما جاء في الترتيب الرابع عدم الحصول على دورات تدريبة بمجموع تكرارات 51 تكراراً، وبنسبة 27.3% ، في حين جاء المعوق عدم تقديم الدعم اللازم من الجريدة أو الموقع للحصول على هواتف حديثة أكثر كفاءة في الترتيب الخامس بمجموع تكرارات 50 تكراراً، وبنسبة 26.7% ، ويأتي في الترتيب السادس صعوبة التعامل مع بعض التطبيقات بمجموع تكرارات 46 تكراراً، وبنسبة 24.6% ، وجاء في الترتيب السابع والأخير عدم تقديم الدعم من الجريدة أو الموقع للحصول على التطبيقات غير المجانية الضرورية لإنجاز العمل بمجموع تكرارات 43 تكراراً، وبنسبة 23%، ويلاحظ الباحث أن المعوقات من الترتيب الثاني وحتى الترتيب الأخير كانت الفوارق بينهم متقاربة جداً، حيث تراوحت بين

النسبتين 36.4% : 27.3% . وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة نعيم فيصل المصري 2018[62]، والتي أكدت على ضرورة تزويد الإعلاميين بأجهزة اتصال حديثة (الهواتف الذكية) لمواكبة الأحداث والتطورات بسرعة، وتوفير اتصال مستمر لشبكة الإنترنت عبر الهاتف النقال وبسرعات عالية.

7) الدورات التدريبية

7-1) حصول الصحفيين عينة الدراسة على دورات تدريبية في صحافة الهاتف المحمول:

جـــــــدول (23) حصول عينة الدراسة على دورات تدريبية في صحافة الهاتف المحمول

الحصول على دورات تدريبية	ك	%
نعم	40	21.4
لا	147	78.6
جملة من سئلوا	187	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع نسبة الصحفيين (عينة الدراسة) الذين لم يحصلوا على دورات تدريبية في صحافة الهاتف المحمول بنسبة 78.6%، بينما أشار21.4% حصلوا على دورات تدريبية، وهذه النتيجة تتفق مع ما أفضت إليه جلسات النقاش المركزة، أن أغلبهم لم يحصلوا على دورات تدريبة في صحافة الهاتف. كما تتفق مع نتائج دراسة سولاف بوصبع [63].

7-2) عدد الدورات التي حصل عليها الصحفيين عينة الدراسة في صحافة الهاتف المحمول:

جـدول (24) عدد الدورات التي حصل عليها الصحفيين في صحافة الهاتف المحمول

عدد الدورات	ك	%
دورة واحدة	21	52.5
دورتان	10	25
ثلاثة فأكثر	9	22.5
جملة من سئلوا	40	100

توضح بيانات الجدول السابق أن 21% من الصحفيين حصلوا على دورة واحدة فقط في تطبيقات الهاتف المحمول، و25% حصلوا على دورتين، بينما من حصلوا على ثلاث دورات فأكثر بلغت نسبتهم 22.5%.

7-3) قيام الجريدة أو الموقع بتقديم دورات تدريبية لصحافة الهاتف المحمول:

جـدول (25) قيام الجريدة أو الموقع بتقديم دورات تدريبية لصحافة الهاتف المحمول

قيام الجريدة بتقديم دورات تدريبية	ك	%
نعم	72	38.5
لا	115	61.5
جملة من سئلوا	187	100

توضح بيانات الجدول السابق أن الوسيلة التي يعمل بها الصحفيين (جريدة مطبوعة أو موقع إخباري) لا تقدم دورات تدريبية أو تقديم أي شكل من أشكال الدعم للصحفيين فيما يتعلق بتطبيقات الهاتف المحمول بمجموع تكرارات 115 تكراراً، وبنسبة 61.5%، في حين أشار 38.5% أن الجهة التي يعملون بها تقدم دورات تدريبية. وبمقارنة من حصلوا على دورات تدريبية والذي بلغ عددهم 40 صحفياً بما يعادل 21.4% من اجمالي حجم العينة، نجد أن 38.5% أقروا بأن الصحف قدمت دورات تدريبة في تطبيقات الهاتف المحمول، يرجع الباحث الاختلاف في النتيجتين إلى أن بعض الصحفيين لم يلتحقوا بهذه الدورات، أو أنهم سمعوا عنها بعد انعقادها، في حين أن بعضهم نفي قيام الصحيفة أو الموقع بعقد دورات تدريبية، على عكس ما أشارت إليه نتائج جلسات النقاش المركز التي أكدت وجود دورات في مجال تطبيقات الهاتف بمؤسسة الأخبار، وأكده البعض من خلال استيفاءه للاستبيان وهو ما لاحظه الباحث أثناء المقابلات الشخصية لتطبيق الاستبيان، أو لاحظه من خلال عملية تفريغ البيانات، كما أشارت نتائج المجموعات النقاش المركزة أن الدورة التدريبية التي قدمتها الجريدة كانت في التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي واستخدامها فقط .

8) تقييم الصحفيين لأنفسهم كمستخدمين لتطبيقات الهاتف المحمول:

جدول (26) ويوضح تقييم استخدام الصحفيين لأنفسهم لتطبيقات الهاتف المحمول

التقييم	ك	%
محترف	55	29.4
متوسط	127	67.9
مبتدئ	5	2.7
جملة من سئلوا	187	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن تقييم الصحفيين لأنفسهم كمستخدمين لتطبيقات الهاتف المحمول كانت على النحو التالي: أكد 67.9% من مفردات العينة أنهم متوسطي في درجة اتقانهم لاستخدامات تطبيقات الهواتف الذكية، بينما أشار 29.4% منهم أنهم وصلوا للمستوى الاحترافي في التعامل مع تطبيقات الهاتف المحمول، بينما قيم 5% أنهم مبتدئون في التعامل مع تطبيقات الهاتف.

ثانيا: نتائج الدراسة الكيفية:

المحور الأول: أهمية تطبيقات الهاتف في مجال الصحافة:

- الصحفي الذي لا يطور من ذاته ليواكب التكنولوجيا الجديدة يحكم على نفسه بعدم الوجود.
- تطبيقات الهاتف الذكي أصبحت وسيلة أساسية لا غنى عنها لعرض الأخبار والوصول إلى الجمهور من خلال تطبيقات خاصة بكل موقع إخباري أو جريدة مثل تطبيق اليوم السابع – المصري اليوم – الأهرام -الوطن - ..... إلخ.

- متابعة الأحداث أولاً بأول خاصة في الأحداث الرياضية ونتيجة المباريات وارتباط الصحف الورقية بموعد محدد للطباعة، وبالتالي صعوبة التغطية، وهو ما وفرته صحافة المواقع وتطبيقات الهاتف سواء من حيث عرض الأخبار أو إنتاجها.
- الهاتف الذكي من الأدوات الأساسية للصحفي لا يمكن الاستغناء عنه، وذكر محمد درويش مدير تحرير الأخبار أنه هاتفه توقف عن العمل ذات يوم وبالتالي توقف عمله تماماً لصعوبة متابعته لمقالات الكتاب من خارج الجريدة، وعدم وجود أرقام هواتفهم للاتصال بهم لإرسال المقالات من خلال أي وسيلة أخرى.
- السرعة والسهولة في تغطية الأحداث.
- الهاتف الذكي هو الوسيلة الأساسية بعد الانتقال من النسخة المطبوعة إلى البوابة الإخبارية.
- الصحف المطبوعة استفادت من تطبيقات عرض الأخبار مثل المواقع الإخبارية.
- تطبيقات الهاتف الذكي مفيدة جداً في إجراء التحقيقات الاستقصائية والتي تتطلب تخفي الصحفي، وبالتالي استحالة استخدامه للكاميرا الاحترافية، أو الاعتماد على مصور صحفي.
- أكد البعض أنه لا يمكن الاستغناء عن الحاسب الآلي (الكمبيوتر أو اللاب توب) في انجاز أعماله.

المحور الثاني: استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف وأثارها:

- من أكثر التطبيقات التي يستخدمها الصحفيون "Note" وهو تطبيق محمل على نظام تشغيل أو أي إس (خاص بأجهزة الأيفون) – تطبيقات البريد الإلكتروني– الواتس– الماسنجر– الانستجرام.
- الاعتماد على تطبيقات السوشيال ميديا كمصدر للمعلومات والحصول على أفكار لقصص إخبارية، كما أنها تستخدم لتسويق الصحف ومواقعها الإخبارية.

بالنسبة للصحفيين العامليين بمنصات شبكات التواصل يستخدمون تطبيقات (فيس بوك- وبيدجز (لإدارة صفحات السوشيال)– جوجل ماب- هوت سيوت (يستخدم للنشر على أكثر من شبكة من شبكات التواصل في وقت واحد)).

- في جريدة الأهرام النسخة الورقية لا يعتمد على الصور التي يتم التقاطها من خلال الهاتف إلا في أضيق الحدود وهي تعليمات إدارية.
- أجمعت مجموعات النقاش المركزة على استخدام الواتس أب whats app كتطبيق على الهاتف في الاتصال والتواصل ومتابعة العمل، حيث أن جميع صحف الدراسة تعتمد عليه بشكل رئيسي سواء من خلال مجموعات رئيسية على المستوى التحريري للجريدة، أو مجموعات على مستوى الأقسام بالإضافة لوجود فروع داخل الأقسام، تتنوع تخصصاتها في القسم الواحد.
- أجمعت المجموعات النقاشية على استخدام تطبيقات الهاتف في مجال الاتصال والتواصل.

- بعض الصحفيين وخاصة كبار السن لا يعلمون بوجود تطبيقات خاصة بكتابة النصوص ومعالجتها أو الفيديو والمونتاج أو البث المباشر، واستخدام التطبيقات قاصر على عملية البحث عن المعلومات من خلال شبكة المعلومات الدولية من خلال تطبيق جوجل ويوتيوب بالإضافة للاتصال والتواصل.
- بعض الصحفيين من كبار السن استفسر عن المقصود بالهاتف الذكي بالرغم من استخدامه، أثناء جلسة المناقشة.
- أكدت بعض المجموعات على صعوبة التعامل مع تطبيقات المونتاج على الهاتف وأنهم يفضلون الحاسب الآلي (اللاب توب) في إجراء عملية المونتاج فيما يتعلق بالتقارير الإخبارية المصورة أو انتاج الأفلام الوثائقية.
- اختلفت مجموعة نقاش اليوم السابع حول وجود تطبيق خاص بالصحيفة يم تحميله على الهاتف الذكي لمتابعة العمل، حيث أكد البعض بوجود التطبيق وهو نفس البرنامج الذي يتم العمل به داخل مقر اليوم السابع وإصدارته المختلفة (صوت الأمة – دوت مصر)
- اختلف الصحفيون في تحديد درجة تأثير الواتس وماسنجر الفيس على جودة الصورة والفيديو وأكدت مجموعة الأهرام على أن البريد الإلكتروني هو الأفضل لأنه لا يؤثر على جودة الصورة ومقاطع الفيديو، بينما الواتس والماسنجر يقلل كثيرا من الجودة.
- اتفقت مجموعتي الأهرام والأخبار على أن تطبيقات الهاتف الذكي لم تؤد إلى ترشيد النفقات أو تقليل عدد العامليين خاصة بعد أن أفرزت تطبيقات الهاتف الذكي ظاهرة صحفي الموبايل (MoJo)، أو الصحفي الشامل (One Man Unit)، بل أن البعض أشار إلى أن أعداد العامليين من الصحفيين بالصحف القومية زاد بعد أحداث ثورة 25 يناير، بسبب انتشار ظاهرة تعيين أبناء العامليين بالرغم من عدم حصولهم على مؤهل متخصص، وبالتالي زادت كبوة الصحف القومية، حيث أثرت سلباً على المحتوى.
- أكد بعض الصحفيين ممن سبق لهم العمل بدول الخليج أن تطبيقات الهاتف الذكي أدت إلى ترشيد النفقات، ويرجع ذلك إلى التقدم التكنولوجي، والبنية الأساسية المتقدمة في مجال الاتصالات والانترنت، والاهتمام بالتدريب، وهو ما دعا الباحث لإجراء جلسة نقاشية مع عدد من العاملين بالخارج من خلال ماسنجر الفيس بوك، وهو ما أكده النقاش بأن الوضع مختلف تماماً خارج مصر، من حيث الاستفادة من أدوات التكنولوجيا الحديثة بصفة عامة، وتطبيقات الهاتف بصفة خاصة، نظراً لتوافر الإمكانات المادية التي تساعد على توفير أدوات التكنولوجيا، ثم الاهتمام بالعنصر البشري وتدريبه التدريب المناسب لتحقيق أقصى استفادة ممكنه.

المحور الثالث: الدورات التدريبية

- لا تهتم الصحف المصرية بتدريب للصحفيين على تطبيقات الهاتف المحمول في جميع صحف العينة نهائياً، واتضح وجود دورة تدريبية واحدة فقط بأخبار اليوم حول

استخدام تطبيقات شبكات التواصل والتعامل معها. بينما لم تقدم الصحف أية نوعية من التدريب حول استخدام تطبيقات الهاتف المحمول في العمل الصحفي.

المحور الرابع: المعوقات التي تواجه الصحفيين في استخدام تطبيقات الهاتف المحمول.

- ضعف خدمات الانترنت على مستوى الجمهورية.
- ضعف خدمات الانترنت بمقر الجريدة في بعض الأحيان وانقطاعه.
- عدم وجود تدريب.
- القيود والضوابط الإدارية الروتينية.
- عدم تقديم الدعم اللازم للحصول على دورات تدريبية، أو امتلاك الصحفيين الهواتف الحديثة ذات الإمكانات المتميزة التي تساعدهم في تقديم محتوى بتقنيات جودة عالية.
- عدم تقبل بعض الصحفيين للتكنولوجيا الحديثة.
- اللامبالاة من قبل بعض الصحفيين وعدم الاهتمام بتطوير الذات، خاصة في الصحف القومية، حيث أن الصحفي يعتبر نفسه موظفاً وليس صحفياً، وبالتالي لا يطور من ذاته، وهناك فئة أخرى لا تتقبل التوجيهات وتتعلم ما ترغب تعلمه وليس ما يفترض أن تتعلمه.

المحور الخامس مفهوم الصحفي الشامل (One Man Unit)

- أثار مفهوم الصحفي الشامل عدة آراء بين معارض للفكرة ومؤيد لها، وفريق طالب بوضع اعتبارات ومعايير للحكم على الصحفي بأنه صحفي شامل.

ثالثاً: نتائج اختبار صحة الفروض:

الفرض الأول: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف المحمول وأثره على أدائهم المهني".

وهذا الفرض وفقا لنموذج تقبل التكنولوجيا يمكن صياغته كالتالي: توجد **علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين** متوسط درجات مقياس الاستخدام الفعلي لتطبيقات الهاتف المحمول ومتوسط درجات مقياس الفوائد المدركة من استخدام تطبيقات الهاتف المحمول.

جدول (27) معامل ارتباط بيرسون بين معدل استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف وأثره على أدائهم الصحفي

استخدام تطبيقات الهاتف المحمول	الأثر المترتب على الأداء الصحفي				
	العدد	معامل بيرسون	نوع الارتباط	مستوى الدلالة	
	187	0.334	طردية ضعيف	0.000	دالة عند 0.01

تشير قيمة معامل بيرسون (0.334) إلى وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين استخدام تطبيقات الهاتف المحمول والأثر المترتب على الأداء الصحفي؛ وهي علاقة دالة عند مستوى 0.01، وبذلك يمكن تأكيد فرض نموذج تقبل التكنولوجيا ولكن بتحفظ، في إطار هذه الدراسة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة Elsir Ali Saad Mohamed[64].

ويرجع الباحث هذه العلاقة الضعيفة إلى أن الصحفيين المصريين لم يصلوا بعد إلى درجة الاحترافية في استخدام تطبيقات الهاتف المحمول في انتاجهم للقصص الإخبارية، وذلك بسبب المعوقات التي سبق ذكرها في نتائج الدراسة وأهمها عدم وجود تدريب، وضعف خدمات الانترنت، وعدم تقديم الدعم اللازم لامتلاك الهواتف الحديثة بمعداتها.

الفرض الثاني: يوجد فروق ذات دالة إحصائية بين متوسط درجات مقياس استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف الذكي والمتغيرات (نمط ملكية الوسيلة - المؤهل- السن - مجال التخصص- طبيعة الوسيلة).

أولًا: الفروق بين استخدام الصحفيين عينة الدراسة لتطبيقات الهاتف حسب نمط ملكية الوسيلة والمؤهل:

جدول (28)

اختبار "ت" للفروق بين بين استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف ومتغيري نمط ملكية الوسيلة والمؤهل

استخدام تطبيقات الهاتف	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة t	درجة الحرية	مستوى الدلالة SIG	
نمط ملكية الوسيلة	خاص	84	2.01	0.503	8.727	186	0.000	دالة عند 0.01
	قومي	103	2	0.505				
المؤهل	تخصص إعلام	112	2.06	0.507	11.013	186	0.000	دالة عند 0.01
	مؤهل آخر	75	1.92	0.487				

تشير بيانات الجدول السابق وجود فروق بين الصحفيين العاملين في وسائل خاصة عن العاملين في وسائل قومية على مقياس استخدام تطبيقات الهاتف المحمول **لصالح العاملين في وسائل خاصة**، حيث كانت قيمة "t" 8.72 وهي قيمة دالة عند مستوى 0.01، ما يعني قبول صحة الفرض؛ يرجع الباحث ذلك إلى أن معظم الصحفيين العامليين بالصحف الخاصة من الشباب ممن تقل أعمارهم عن سن الأربعين، كما لاحظ الباحث أثناء تطبيق الاستبيان عدم وجود أقلام مع معظم الصحفيين بالصحف الخاصة لاستيفاء الاستبيان، خاصة بمقر صحيفة اليوم السابع. وهذا يعنى اعتمادهم على التكنولوجيا في الإنتاج الخبري.

وتشير أيضاً إلى وجود فروق بين الصحفيين الحاصلون على مؤهل متخصص في الإعلام عن غيرهم من العاملين الحاصلون على مؤهلات أخرى على مقياس استخدام تطبيقات الهاتف المحمول **لصالح الحاصلين على تخصص في الإعلام**، حيث كانت قيمة "t" 11.01 وهي قيمة دالة عند مستوى 0.01. ما يعني قبول صحة الفرض؛ ويرجع الباحث ذلك لقرب الصحفيين الدارسين لتخصص الإعلام من الإعلام الجديد، ودراستهم لتطور

وسائل الإعلام ولذلك فهم يحاولون مواكبة التكنولوجيا في مجال الإعلام. وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة سميرة شيخاني[65].

ثانيًا: الفروق بين استخدام الصحفيين عينة الدراسة لتطبيقات الهاتف ومتغير السن:

جـدول (29) اختبار " ف" لقياس الفروق بين استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف ومتغير السن

الاستخدام	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة f	درجة الحرية	مستوى الدلالة SIG	
السن	فأقل30سنة	61	2.15	0.451	3.84	186	0.011	دالة عند 0.05
	من 30 إلى لأقل من 40سنة	75	2.04	0.531				
	من 40 إلى لأقل من 55 سنة	46	1.85	0.47				
	55 سنة فأكثر	5	1.6	0.548				

تشير البيانات إلى وجود فروق على مقياس استخدام الصحفيين عينة الدراسة لتطبيقات الهاتف ومتغير السن؛ حيث كانت قيمة "ف" 3.84 وهي قيمة دالة عند مستوى 0.05؛ مما يعني قبوله صحة الفرض. ويوضحها اختبار (LSD) حسب الجدول التالي:

جدول(30) اختبار (LSD) لقياس الفروق بين استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف متغير السن

الاستخدام	المجموعات	المقارنة الثنائية بين المجموعتين	الفرق بين المتوسطين	مستوى الدلالة SIG	
السن	30 سنة فأقل	من 30 إلى لأقل من 40سنة	0.0748	0.379	غير دالة
		من 40 إلى لأقل من 55 سنة	0.267	0.006	دالة عند 0.01
		55 سنة فأكثر	0.515	0.026	دالة عند 0.05
	من 30 لأقل من 40سنة	من 40 إلى لأقل من 55 سنة	0.192	0.038	دالة عند 0.05
		55 سنة فأكثر	0.44	0.054	غير دالة
	من 40 لأقل من 55 سنة	55 سنة فأكثر	0.248	0.286	غير دالة

يتضح من بيانات الجدول السابق أن نتائج تطبيق اختبار "**Post Hoc Tests(LSD)**" تشير إلى صحة الفرض فيما الفروق بين استخدام الصحفيين عينة الدراسة لتطبيقات الهاتف حسب السن على النحو التالي:

- عدم وجود فارق بين الصحفيين عينة الدراسة في سن (30 سنة فأقل) وفي سن (من 30 إلى لأقل من 40سنة) على مقياس استخدام تطبيقات المحمول.
- وجود فارق بين الصحفيين عينة الدراسة في سن (30 سنة فأقل) وفي سن (من 40 إلى لأقل من 55 سنة) على مقياس استخدام تطبيقات المحمول، **لصالح الفئة (30 سنة فأقل).**
- وجود فارق بين الصحفيين عينة الدراسة في سن (30 سنة فأقل) وفي سن (55 سنة فأكثر) على مقياس استخدام تطبيقات المحمول، **لصالح الفئة (30 سنة فأقل).**

- وجود فارق بين الصحفيين عينة الدراسة في سن (من 30 إلى لأقل من 40سنة) وفي سن من 40 إلى لأقل من 55 سنة على مقياس استخدام تطبيقات المحمول، **لصالح الفئة (من 30 إلى لأقل من 40سنة)**
- عدم وجود فارق بين الصحفيين عينة الدراسة في سن (من 30 إلى لأقل من 40سنة) وفي سن (55 سنة فأكثر) على مقياس استخدام تطبيقات المحمول.
- عدم وجود فارق بين الصحفيين عينة الدراسة في سن (من 40 إلى لأقل من 50 سنة) وفي سن (55 سنة فأكثر) على مقياس استخدام تطبيقات المحمول.

ونستنتج من العرض السابق وجود فروق دالة إحصائياً بين استخدام تطبيقات الهاتف المحمول في العمل الصحفي ومتغير السن، وكانت هذه الفروق لفئة شباب الصحفيين خاصة ممن تقل أعمارهم عن ثلاثين عاماً، وتلاهم الفئة العمرية من 30 إلى أقل من 40 سنة. وبالتالي يثبت صحة الفرض جزئياً مع متغير السن. وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة سميرة شيخاني [66]، بينما تختلف مع نتائج دراسة Elsir Ali Saad Mohamed[67] والتي توصلت إلى وجود توازن في استخدام تطبيقات التكنولوجيا في الهواتف الذكية بين الصحفيين الشباب وكبار السن. ويرجع الباحث كون شباب الصحفيين أكثر تعاملاً مع أدوات التكنولوجيا، ولديهم حب استطلاع لمعرفة الجديد لكون هذه التكنولوجيا أصبحت جزءً من نسيج ثقافتهم التي نشأوا عليها. عكس كبار السن منهم من يتقبل التكنولوجيا ومنهم من يتعامل معها على استحياء ومنهم من يرفض التعامل معها باعتبارها مجهولاً يخشاه.

ثالثًا: الفروق بين استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف ومتغيري مجال التخصص وطبيعة الوسيلة:

جـــــــدول (31)

اختبار" ف" لقياس الفروق بين استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف ومتغيري التخصص وطبيعة الوسيلة

الاستخدام	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة f	درجة الحرية	مستوى الدلالة SIG	
مجال التخصص	التحرير	169	1.99	0.5	1.105	186	0.348	غير دالة
	التصوير	6	2	0.632				
	الإخراج	1	2	_				
	One Man Unit	11	2.27	0.47				
طبيعة الوسيلة	جريدة مطبوعة	89	1.96	0.601	1.541	186	0.217	غير دالة
	موقع إخباري	35	1.97	0.382				
	الجمع بين أكثر من وسيلة	63	2.1	0.39				

تشير البيانات إلى عدم تحقق الفرض الخاص بعدم وجود فروق على مقياس استخدام الصحفيين عينة الدراسة لتطبيقات الهاتف ومتغيري مجال التخصص وطبيعة الوسيلة:

- كانت قيمة "ف" للصحفيين عينة الدراسة على مقياس استخدام تكنولوجيا الهاتف المحمول حسب متغير مجال التخصص1.105، ومستوى المعنوية 0.348، مما يعني

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات مقياس استخدام الصحفيين عينة الدراسة لتطبيقات الهاتف ومتغيري مجال التخصص، حيث أن الدراسة اعتمدت بشكل كبير على العاملين في مجال التحرير، وبالتالي لم يكن من أهداف الدراسة تغطية التخصصات الأخرى. كما أن عدد المحررين في أي صحيفة هو العدد الأكبر من تخصصات التصوير والإخراج.

- وقيمة "ف" للصحفيين عينة الدراسة على مقياس استخدام تكنولوجيا الهاتف المحمول حسب متغير طبيعة الوسيلة 1.541؛ ومستوى المعنوية 0.34 وهي قيمة غير دالة عند مستوى 0.05.، وان كانت درجة الانحراف المعياري أقل مع One Mam Unit عن غيرها في مجالات تخصص الصحفيين. وكان من الطبيعي وجود دلالة مع هذا المتغير عن غيره باعتبارهم الفئة الأكثر استخداماً للتطبيقات وتعددها، ولكن هذه النتيجة هي تحليلاً إحصائياً للبيانات التي أدلت بها مفردات العينة، دون تدخل من الباحث، مما يعكس أيضا عدم وجود استخدام جيد لهذه التطبيقات، وعدم استغلالها الاستغلال الأمثل، وهو ما يتفق مع نتائج جلسات النقاش المركزة أنه لا غنى على الحاسب الآلي.
- ومستوى المعنوية 0.27 وهي قيمة غير دالة عند مستوى 0.05.، وإن كانت درجة الانحراف المعياري أقل مع الموقع الإخباري، والجمع بين أكثر من وسيلة على عكس الجريدة المطبوعة. ويرجع الباحث تفسير هذه النتيجة لما سبق ذكره آنفاً.

<u>الفرض الثالث:</u> توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين استخدام الصحفيين عينة الدراسة لمعدات وإكسسوارات الهاتف المحمول وتقييمهم لأهميتها".

جدول (32) معامل الارتباط بيرسون بين استخدام الصحفيين لمعدات المحمول وتقييمهم لأهميتها

استخدام المعدات	تقييمهم لأهمية المعدات				
	العدد	معامل بيرسون	نوع الارتباط	مستوى الدلالة	
	187	0.043-	عكسي ضعيف جدًا	0.557	غير دالة

تشير قيمة معامل بيرسون (-0.043) إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية ضعيفة جدًا بين حرص الصحفيين عينة الدراسة لاستخدام معدات المحمول وتقييمهم لأهميتها؛ حيث كان معامل ارتباط بيرسون - 0.043، ومستوى معنوية 0.557وهي علاقة غير دالة عند مستوى 0.05.

ويفسر الباحث ذلك لأن استخدام معظم الصحفيين لهذه المعدات اقتصر على مزود الطاقة (الشاحن المحمول والذاكرة – والميكروفون والسماعات الخارجية)، وهي من المعدات (الإكسسوارت) التي يستخدمها أغلب المستخدمين للهواتف الذكية، وبالرغم من أهميتها في العمل الصحفي إلا أن الأغلبية تعودت على استخدامها الاستخدام العادي، بما فيهم معظم الصحفيين، ولأن المعدات الأخرى تحتاج إلى تمرس وتدريب لاستخدامها الاستخدام الجيد، في حين أن النسبة الأعظم من الصحفيين لم يتلقوا تدريباً على تطبيقات

الهاتف المحمول. مما يؤكد أن الصحفيين المصريين لم يصلوا لدرجة الاحترافية في استخدام هذه التطبيقات.

كما لاحظ الباحث أثناء عملية التفريغ أن بعض المفردات أقرت أنها لا تستخدم هذه المعدات والإكسسوارات مطلقاً، في حين حكمت عليها أحيانا أنها مفيدة بدرجة كبيرة وآخرون بدرجة إلى حد ما.

الفرض الرابع: "توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل استخدام المعدات (الإكسسوارت) وأثرها على الأداء الصحفي".

جدول(33) معامل الارتباط بيرسون بين معدل استخدام المعدات (الإكسسوارت) وأثرها على الأداء الصحفي

استخدام المعدات (الاكسسوارت)	الأثر المترتب على الأداء الصحفي				
	العدد	معامل بيرسون	نوع الارتباط	مستوى الدلالة	
	187	0.354	طردية ضعيفة	0.000	دالة عند 0.01

تشير قيمة معامل بيرسون (0.354) إلى وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين استخدام المعدات (الاكسسوارت) والأثر المترتب على الأداء الصحفي؛ وهي علاقة دالة عند مستوى 0.01. مما يعنى قبول صحة الفرض.

الفرض الخامس: " توجد علاقة ذات دالة إحصائية بين متوسط درجات مقياس السهولة وبين متوسط مقياس الاستفادة المدركة". إحدى فروض نموذج تقبل التكنولوجيا.

جـــــــدول (3) معامل الارتباط بيرسون بين درجة السهولة والاستفادة المدركة

درجة السهولة	الاستفادة المدركة				
	العدد	معامل بيرسون	نوع الارتباط	مستوى الدلالة	
	187	0.583	طردية متوسطة	0.000	دالة عند 0.01

تشير قيمة معامل بيرسون (0.583) إلى وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين درجة السهولة والاستفادة المدركة؛ وهي علاقة دالة عند مستوى 0.01. **وهذا يعني قبول صحة الفرض**، وبالتالي تؤكد الدراسة إحدى فروض نموذج تقبل التكنولوجيا.

الفرض السادس: " توجد فروق دالة إحصائية بين الصحفيين عينة الدراسة على متوسط درجات مقياس استخدام تطبيقات الهاتف المحمول ومتغير نظام الشبكة المستخدمة".

جـــدول (35) اختبار" ف" لقياس الفروق بين استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف ونظام نظام الشبكة المستخدمة

الاستخدام	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة f	درجة الحرية	مستوى الدلالةSIG	
نظام الشبكة	4G	105	2.08	0.474	3.514	186	0.032	دالة عند 0.05
	3G	77	7.94	0.522				
	غير ذلك	5	1.6	0.548				

تشير البيانات إلى تحقق الفرض الخاص بوجود فروق على مقياس استخدام الصحفيين عينة الدراسة لتطبيقات الهاتف ونظام الشبكة المستخدمة؛ حيث كانت قيمة "ف" 3.84 وهي قيمة دالة عند مستوى 0.05؛ يوضحها اختبار (LSD) حسب الجدول التالي:

جدول (36) اختبار(LSD) لقياس الفروق بين استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف ونظام الشبكة المستخدمة

الاستخدام	المجموعات	المقارنة الثنائية بين المجموعتين	الفرق بين المتوسطين	مستوى الدلالة SIG	
نظام الشبكة المستخدم	4G	3G	0.141	0.059	دالة عند 0.05
		غير ذلك	0.476	0.037	غير دالة
	3G	غير ذلك	0.335	0.145	غير دالة

يتضح من بيانات الجدول السابق أن نتائج تطبيق اختبار "**Post Hoc Tests(LSD)**" تشير إلى صحة الفرض في وجود فروق بين استخدام الصحفيين عينة الدراسة لتطبيقات الهاتف ونظام الشبكة على النحو التالي:

- عدم وجود فروق بين المستخدمين لنظام الشبكة 4G (الجيل الرابع)، نظام 3G (الجيل الثالث) على مقياس استخدام تطبيقات الهاتف المحمول.
- وجود فروق بين المستخدمين لنظام الشبكة 4G (الجيل الرابع) وأنظمة غير ذلك على مقياس استخدام تطبيقات الهاتف المحمول؛ لصالح مستخدمي نظام 4G (الجيل الرابع).
- عدم وجود فروق بين المستخدمين لنظام الشبكة 3G (الجيل الثالث)، وأنظمة غير ذلك على مقياس استخدام تطبيقات الهاتف المحمول.

ويرجع الباحث ذلك إلى الخصائص والمميزات التي يتمتع بها نظام 4G (الجيل الرابع)، وخاصة من حيث قوة الإشارة، وسرعة نقل البيانات، وسرعة الانترنت، والحصول على درجة أعلى من الأمن والحماية للبيانات.

الخاتمة

اهتمت هذه الدراسة بالكشف عن درجة استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف الذكي، وفقاً للمجالات التالية (التقاط الصور وتحريرها – الفيديو والمونتاج – النصوص ومعالجتها – البث المباشر – الاتصال والتواصل – تطبيقات متنوعة). ومعرفة أسباب الاستخدام، وأنماط استخدام الهاتف الذكي، وتحديد أثر ذلك على الأداء المهني للصحفيين في ضوء متغيرات (مجال التخصص – ونمط ملكية الوسيلة (قومي – خاص) – طبيعة الوسيلة (موقع إخباري - جريدة مطبوعة) – والسن – وسنوات الخبرة) للصحفيين. مرتكزة على نموذج تقبل التكنولوجيا إطاراً نظرياً، مستخدمة منهج المسح الإعلامي كمياً وكيفياً، بالتطبيق على عينة عشوائية من الصحفيين المصريين. **وكانت أهم نتائجها:**

- أن الصحفيين المصريين لم يصلوا لدرجة الاحترافية في استخدام تطبيقات الهاتف المحمول في أدائهم الصحفي، حيث ارتفاع في الاعتماد على تطبيقات الاتصال والتواصل، يقابله انخفاض في استخدام تطبيقات تسجيل الفيديو والمونتاج والبث

المباشر وتحرير الصور، والتي ذات أهمية في عملية الإنتاج الإخباري، واستخدام ضعيف للمعدات الملحقة بالهاتف المحمول مثل العدسات والحامل والفلاش وحاجب الرياح، وهي معدات هامة لإنجاز بعض التقارير المصورة بجودة عالية ودقة، كما أنهم يواجهون صعوبة في التعامل مع بعض التطبيقات لقلة الفرص التدريبية وربما انعدامها في بعض الصحف.

- تشير نتائج الدراسة أن 56.7% من الصحفيين يستخدمون أكثر من شريحة واحدة، وأن 56.1% من الصحفيين (عينة الدراسة) يستخدمون الجيل الرابع لشبكات الهاتف المحمول 4G (الجيل الرابع)، ويدل ذلك على تقبل الصحفيين للتكنولوجيا، وأغلبية الصحفيين يعتمدون على الأجهزة التي تدعم نظام الأندرويد وبلغت نسبتهم 81.3%.

- أكدت النتائج أفضلية تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي لدى الصحفيين بنسبة 33.1%، تليها التطبيقات الإخبارية نسبتها 22.4%، ثم جاءت في المرتبة الثالثة التطبيقات المهنية بنسبة 17.6%.

- تشير النتائج أن تطبيق الواتس أب الأكثر استخداماً بوزن مئوي بين التطبيقات كافة حيث بلغ نحو 93.4%، يليه تطبيق الفيس بوك بوزن مئوي بلغ 89.1%، ثم في الترتيب الثالث تطبيقات البريد الإلكتروني وبلغ وزناً مئوياً 83.1%، ثم تطبيق كاميرا بلس بوزن مئوي 80.2%، ثم تطبيق مسجل الصوت بوزن مئوي 81%.

- وجاءت تطبيقات الاتصال والتواصل أكثر التطبيقات استخداماً من قبل الصحفيين كانت وبلغت وزنها المئوي 95%، ويليها التطبيقات متنوعة الاستخدام بوزن مئوي 76.6%، ثم تطبيقات تسجيل الصوت 64%، ويليها تطبيقات النصوص ومعالجتها بوزن مئوي 72.5%، يليها تطبيقات التقاط الصور 57.6%، ويأتي بعدها تطبيقات الفيديو والمونتاج 40.8%، وأخيراً تطبيقات البث المباشر.

- أكدت النتائج أن المعدات (الإكسسوارت) الخاصة بالهاتف الذكي والأكثر استخداما من قبل الصحفيين هي الشاحن المحمول Power Bank، ثم الميكروفون والسماعات الخارجية (Hand Free)، تلاها الذاكرة، بينما انخفض استخدام المعدات الأخرى والأكثر أهمية في إنتاج التقارير الإخبارية المصورة.

- من أبرز أسباب استخدام الصحفيين لتطبيقات الهاتف المحمول سرعة متابعة الأحداث، تلاها سهولة الحركة، وتوفير الوقت والجهد، تكاليف أقل، ثم انجاز الأعمال دون احتياجي لزملائي، ثم الجودة والتقنية العالية، ثم الحصول على أفكار غير تقليدية لقصص خبرية والتغلب على القيود المفروضة، ثم توافر السلامة والأمان.

- ومن أهم الآثار الإيجابية التي عادت على الصحفيين من استخدام تطبيقات الهاتف المحمول في أدائهم المهني، التقاط الصور المعبرة دون اللجوء لمصور صحفي، التقاط عدد كبير من الصور ومقاطع الفيديو، السرعة والسهولة، والحصول على أفكار غير

تقليدية، كثرة الأعمال الصحفية، ثم البث المباشر للأحداث ومواكبة التطورات الجديدة في مجال العمل وتحقيق السبق الصحفي.

- ومن أهم المعوقات التي تواجه الصحفيين للاستفادة من تطبيقات الهاتف المحمول كانت في مقدمتها ضعف البينة الأساسية لخدمات الانترنت، والخوف من قرصنة الهاتف المحمول، وضعف خدمات الانترنت بمقر الموقع أو الجريدة، وعدم الحصول على دورات تدريبية، وعدم تقديم الدعم اللازم من الجريدة أو الموقع، وصعوبة التعامل مع بعض التطبيقات.

- أكدت النتائج أن 21.4% من الصحفيين حصلوا على دورات تدريبية في صحافة الهاتف المحمول. بينما أشار 38.5% أن الجهة التي يعملون بها تقدم دورات تدريبية أو تقدم دعماً. وأكد 67.9% من مفردات العينة أنهم متوسطي في درجة اتقانهم لاستخدامات تطبيقات الهواتف الذكية، بينما أشار 29.4% منهم أنهم وصلوا للمستوى الاحترافي في التعامل مع تطبيقات الهاتف المحمول.

- ثبت صحة الفرض الأول وجود علاقة ارتباطية ضعيفة ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات مقياس الاستخدام الفعلي لتطبيقات الهاتف المحمول ومتوسط درجات مقياس الفوائد المدركة من استخدام تطبيقات الهاتف المحمول.

- وأكدت النتائج وجود فروق دالة إحصائياً بين استخدام تطبيقات الهاتف المحمول في العمل الصحفي ومتغير السن، وكانت هذه الفروق لفئة شباب الصحفيين خاصة ممن تقل أعمارهم عن ثلاثين عاماً، وتلاهم الفئة العمرية من 30 إلى أقل من 40 سنة.

- وكذلك وجود فروق بين الصحفيين العاملين في وسائل خاصة عن العاملين في وسائل قومية على مقياس استخدام تطبيقات الهاتف المحمول **لصالح العاملين في وسائل خاصة**.

- ووجود فروق بين الصحفيين الحاصلون على مؤهل متخصص في الإعلام عن غيرهم من العاملين الحاصلون على مؤهلات أخرى على مقياس استخدام تطبيقات الهاتف المحمول **لصالح الحاصلين على تخصص في الإعلام**.

- ثبت عدم صحة الفرض القائل: وجود فروق على مقياس استخدام الصحفيين عينة الدراسة لتطبيقات الهاتف ومتغيري مجال التخصص وطبيعة الوسيلة.

- ثبت صحة الفرض القائل: وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين درجة السهولة والاستفادة المدركة.

ثانيا: التوصيات والمقترحات

الاهتمام بتدريب الصحفيين على تطبيقات الهاتف المحمول، لما له من أثر كبير على الأداء الصحفي، والارتقاء بمستوى وجودة المضمون الصحفي، وتنوعه، والبعد عن

النمطية في الأفكار وكذلك المضمون. حيث أن من المتوقع أن تتغير طبيعة العمل الإعلامي في غرف أخبار وسائل الاعلام، وسيتم الاعتماد بشكل رئيسي على الهواتف الذكية أداة أساسية في صنع المحتوى الإعلامي، مما يفرض على وسائل الإعلام بإنشاء غرف أخبار لامركزية تتوائم مع التغيرات الجديدة التي ستحدثها الهواتف الذكية في العمل إنتاج الأخبار نظراً لتميزها بانخفاض التكاليف والنفقات.

1- تشجيع الصحفيين على استخدام تطبيقات الهاتف المحمول، وتقديم الدعم المستمر لهم، من قبل المؤسسات الصحفية، وتزويدهم بهواتف حديثة (الهواتف الذكية) لمواكبة الأحداث والتطورات بسرعة لما تتميز به من جودة عالية ودقة متناهية، وخصائص متميزة.
2- توفير اتصال مستمر لشبكة الإنترنت عبر الهاتف المحمول وبسرعات عالية، وتوفير البنية الأساسية بمقر الجريدة أو الموقع.
3- تبني نقابة الصحفيين الاهتمام بتطبيقات الهاتف المحمول وتشجيع الصحفيين على استخدامها.
4- إقامة مؤتمر علمي سواء من خلال المؤسسات الأكاديمية أو المؤسسات المهنية في مجال الإعلام أو الهيئات والنقابات الإعلامية حول واقع صحافة المحمول في الوطن العربي واستشراف المستقبل.
5- ضرورة تدريس صحافة الهاتف لطلاب كليات وأقسام الاعلام، والتدريب عليها، باعتبارها شكلاً جديداً في مجال الصحافة، وذلك لمواكبة متطلبات المؤسسات الإعلامية والصحفية.
6- ضرورة إصدار تشريع يمنع مزاولة المهن الإعلامية ومنها الصحافة لغير الدارسين، حيث كشفت الدراسة أن نسبة كبيرة من العاملين في مجال الصحافة بلغت 40.1% غير حاصلين على مؤهل متخصص في الدراسات الإعلامية.

ثالثا: ما تثيره الدراسة من إشكاليات بحثية.

- دراسة أثر استخدام الذكاء الاصطناعي في الإنتاج الإخباري.
- دراسة أثر الهواتف الذكية على العمل الصحفي واستشراف مستقبل صناعة الإعلام والصحافة.
- دراسة تطبيقات الهاتف المحمول كمنصات إعلامية وعلاقتها بتسويق الأخبار، وزيادة الإعلانات للمواقع الإخبارية.
- دراسة موقف الصحف الورقية من تكنولوجيا تطبيقات الهاتف، وكيفية تطويعها لخدمتها والحفاظ عليها من الانقراض.

هوامش الدراسة

1) وزارة الاتصال وتكنولوجيا المعلومات. **تقرير موجز عن مؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات**، يونيو 2018.

2) Oscar Westlund . MOBILE NEWS, A review and model of journalism in an age of mobile media .**Digital Journalism** , Vol 1, 2013 – No 1, Pages 6-26.

3) (Online), available at: institute.aljazeera.net/ar/ajr/article

4) (Online), available at: https://alarab.co.uk

5) Oscar Westlund . MOBILE NEWS, A review and model of journalism in an age of mobile media .**Digital Journalism** , Vol 1, 2013 – No 1, Pages 6-26.

6) (Online), available at: http://tawasulforum.org 10/9/2017.

7) Elsir Ali Saad Mohamed. The Use of Smartphone Applications with Press Coverage during Crisis: A Descriptive Study on a Sample of Sudanese Journalists in the Period from February to June 2016. **Studies in Media and Communication** Vol. 5, No. 1; June 2017 . (Online) smc.redfame.com 31/4/2018.

8) نجوى عبدالسلام فهمي، مها عبدالمجيد صلاح. استخدام الشباب العربي للمضمون الإخباري عبر المنصات المحمولة. **المجلة العربية للإعلام والاتصال** – االرياض السعودية، نوفمبر 2017، ص 167- 224.

9) شريف درويش وآخرون. الأحداث الجارية كما تقدمها التطبيقات الإعلامية لصحافة الهواتف الذكية: دراسة تحليلية مقارنة لتطبيقي الوطن والجزيرة نت، **مجلة دراسات الطفولة**، كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس، مج 20، ع 75 ص ص 173 – 180.

10) محمد محمد عبده بكير .اتجاهات الشباب السعودي نحو تطبيقات الهواتف الذكية وعلاقتها برأس المال الاجتماعي لديهم: دراسة مسحية، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، كلية الإعلام – جامعة الأهرام الكندية، مصر ع 17 يونيو 2017، ص ص 1- 30.

11) Sajid Umair. Mobile Reporting and Journalism for Media Trends, News Transmission and its Authenticity. **Mass Communicat Journalism National University of Sciences and Technology**, Pakistan Vol.6 , No.9 201

12) سارة شوقي عبدالستار المقدم. استخدامات تطبيقات الهاتف الخلوي في نقل الأخبار والمعلومات ومستوى مصداقيتها لدى الجمهور، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، (القاهرة: كلية الاعلام جامعة القاهرة، 2016).

13) مسفرة بنت دخيل الله الخثعمي. تطبيقات الهواتف الذكية من قبل طالبات كلية علوم الحاسب والمعلومات بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية : دراسة وصفية، **المجلة الأردنية في العلوم الاجتماعية** – الاردن مج9، ع1 2016 ص ص 92 – 75.

14) سائد سعيد محمد رضوان. اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات، دراسة ميدانية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (غزة: كلية الآداب، 2016).

15) إسحاق بوزيان بحاكم 2016. استخدام التطبيقات الاتصالية للهواتف الذكية ومساهمتها في تدعيم صحافة المواطن: دراسة وصفية تحليلية لعينة من طلبة وأساتذة قسم علوم الإعلام

والاتصال، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (الجزائر: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2016)، https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/handle (Online), available at: 18/9/2017

16) Oscar Westlund. MOBILE NEWS, A review and model of journalism in an age of mobile media .**Digital Journalism**, Vol 1, 2013 – No 1, Pages 6-26.

17) إنجي كاظم مصطفى فهيم (2012). دراسة كيفية لإمكانية تطبيق نماذج قبول التكنولوجيا على مستخدمي الهاتف المحمول من كبار السن، **المجلة العلمية لكلية الآداب** -كلية الآداب – جامعة دمياط – مصر، ع 2، يوليو 2012، ص ص 111، 136.

18) محمد رضا أحم سليمان. دوافع استخدام الجمهور للتطبيقات التكنولوجية للموبايل وعلاقتها بأنماط التواصل الاجتماعي. **مجلة البحوث الإعلامية** بجامعة الأزهر، 2011، العدد 35، ص ص 33 – 76.

19) دراسة شذى بنت عبدالواحد الحميد. استخدامات الهاتف الجوال كوسيلة اتصال في المجتمع السعودي والاشباعات المتحققة منه، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (الرياض: كلية الدعوة والاعلام، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية، 2010).

20) Cameron, D. Mobile journalism: a snapshot of current research and practice. In End of Journalism? **Technology, Education and Ethics Conference** 2008 (pp. 1-6). Luton: University of Bedfordshire. (Online), available at: https://researchoutput.csu.edu.au/en 21/9/2017.

21) Sun Kyong Lee. a comparative study of n-generation's mobile phone use between the U.S. and Korean society, **MA thesis unpublished**, (University of Kansas.2007).

22) نعيم فيصل المصري. استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين الهواتف الذكية في المجال الإعلامي: دراسة ميدانية. **المجلة العربية للعلوم الانسانية** -الكويت مج 36، ع 141، 2018، ص ص 272 – 217

23) أحمد حمود مفضى الشمري. اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد: دراسة ميدانية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (عمان: جامعة اليرموك، كلية الإعلام، 2017).

24) محمد بن على السويد. اعتماد المغردين الإعلاميين على معلومات تويتر وتقيمهم لمدى مصداقيتها: دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين السعوديين المغردين فى تويتر. **المجلة العربية للإعلام والاتصال** – الجمعية السعودية للإعلام والاتصال – السعودية، ع 16 ، نوفمبر 2016، ص ص 71: 142.

25) هشام سمير زقوت. استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية: دراسة ميدانية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (غزة: كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، 2016).

26) وديع العزعزي. استخدامات الصحفيين اليمنيين لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة: دراسة مسحية **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية** – جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية – السعودية. ع 41. يوليو 2016، ص ص 128 – 75

27) سهى محمد اسماعيل. استخدامات الصحفيين الأردنيين للفيسبوك والإشباعات المتحققة: دراسة مسحية على عينة من الصحفيين الأردنيين. **رسالة ماجستير غير منشورة**، (عمان: كلية الاعلام، جامعة اليرموك، 2014).

28) Yonghwan Kim, Youngju Kim, Joong Suk Lee, Jeyoung Oh & Na Yeon Lee Tweeting the public: journalists' Twitter use, attitudes toward the public's tweets, and the relationship with the public, Information., **Communication & Society**, Vol 18, No 4. (2015) p. 445- 458.

29) محمد بن على السويد. استخدامات الكتاب الصحفيين لتويتر وتأثيرها على أدائهم المهني: دراسة ميدانية على عينة من كتاب الصحف السعودية. **المجلة العربية للإعلام والاتصال** - الجمعية السعودية للإعلام والاتصال – السعودية. ع 14 نوفمبر 2015، ص ص 222 - 135

30) قرماط عماد. استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الاتصال الحديثة، **رسالة ماجستير غير منشورة.** (الجزائر: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2015).

31) Johan Mills et al .MoJo in action: The use of mobiles in conflict, community, and cross-platform journalism. **Journal of Media & Cultural Studies**, vlo 25 no 5. P 669-683

32) عبدالله على الزلب، بشار عبدالرحمن مظهر. الهاتف المحمول كوسيط إعلامى: دراسة مسحية. **مجلة شؤون العصر - اليمن**، مج 17. ع 46. سبتمبر 2012 ص ص75- 112.

33) أميمة محمد عمران. الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحافة الالكترونية المصرية " دراسة ميدانية، **المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر لكلية الإعلام** . جامعة القاهرة، يوليو2009.

34) نورالدين هادف،" تكنولوجيا الاتصال الحديثة "دراسات تطبيقية حول استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية في وسائل الاعلام الجزائرية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**،(الجزائر: كلية العلوم السياسية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر. 2007)

35) سولاف بوصبع، تأثير التكنولوجيا الاتصالية على العمل الصحفي في الجزائر، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (الجزائر: كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر،2005).

36) دراسة محمد اسماعيل ياسين. استخدامات تكنولوجيا الاتصال في تطوير شكل ومضمون الصحف الفلسطينية اليومية، **رسالة ماجستير، غير منشورة**، (غزة: كلية الآداب، الجامعة الاسلامية، 2015).

37) (Broersma, M, Graham, T: Twitter as a news sourc. How Dutch and British newspapers used, tweets in their news coverage, 2007-2011, **journalism Practice**, Vol. 7, No. 4, (2013) 446- 464.

38) بشرى حسين محمد الحمداني. انعكاسات التكنولوجيا الحديثة على الصحافة، **مجلة الدراسات التاريخية والحضارية**، جامعة تكريت العراق، مج 4، ع 11، 2012، ص ص 139- 181.

39) Francois Nel & Oscar Westlund. The 4 C's of Mobile News: Channels, Conversation, Content and Commerce. **Journalism Practice**,6, pp 744- 753.

40) Rena Kim Bivens.The Internt, Mobile Phones and Blogging: How new mediaare transforming traditional journalism. **Journalism Practice**.Vol 2, No1. 2008. 113-129.

41) أمل خطاب. دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير الأداء الصحفي: دراسة تطبيقية على عينة من الصحف القومية والحزبية المصرية، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، (القاهرة: كلية الاعلام – جامعة القاهرة، 2007).

42) السيد بخيت، تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسات الصحفية في الصحافة العربية، دراسة ميدانية على الصحف الإماراتية، **رسالة دكتوراه، منشورة في كتاب تكنولوجيا الاتصال:** الواقع والمستقبل، ص07.

43) سميرة محي الدين شيخاني. أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على تطور فنون الكتابة الصحفية، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، (القاهرة: كلية الاعلام، جامعة القاهرة ، 1999).

44) Davis, F. D. Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance of Information Technology. **MIS Quarterly**, Vol 13, No 3, (1989, September), 319-340.

40) Cowan, P. & Earls, J. (2016). Using the Technology Acceptance Model to determine Teachers' Attitudes towards the introduction of iPads in the Classroom. In Proceedings of Media: **World Conference on Educational Media and Technology** 2016. 921-92645

46) Davis, F. D User acceptance of information technology: system characteristics, user perceptions and behavioral impacts. **International Journal of Man-Machine Studies**, Vol 31. No 4. (1993, March), 475-487.

47) مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير. مرجع سابق، ص 3.

48) Cameron, D. Mobile journalism: a snapshot of current research and practice. In End of Journalism? **Technology**, **Education and Ethics Conference**. Luton: University of Bedfordshire. 2008 (p.1).

49) فاطمة الزهراء عبدالفتاح. الاندماج الاعلامي وانتاج الأخبار، ص52- 53. (Online), available at: books.google.com.eg 5/4/2018

50) بسمة العوفى. **موسوعة تطبيقات الهواتف الذكية المفيدة والمجانية للصحفيين**. https://ijnet.org/ar/users

51) مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير. مرجع سابق، ص 5.

52) محمد عبدالحميد. **دراسة الجمهور في بحوث الاعلام**، ط1، (القاهرة : عالم الكتب ،1993)، ص93.

53) **أسماء السادة المحكمين لاستمارة الاستبيان:**

أ.د. سهام نصار. عميدة كلية الاعلام – جامعة سيناء.

أ.د. غادة اليماني. أستاذ ورئيس قسم الاعلام بكلية الآداب – جامعة طنطا.

أ.م.د. محمود عبدالغني أستاذ الصحافة المساعد بقسم الاعلام بكلية الآداب – جامعة سوهاج، والمعار بكلية الدعوة بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة بالمملكة العربية السعودية.

د. هيثم جودة مؤيد. مدرس الصحافة بكلية التربية النوعية –جامعة الزقازيق. والمعار لكلية الاعلام بجامعة الامام محمد بن سعود بالمملكة العربية السعودية.

د. محمد بسيوني. مدير تحرير الأهرام.

أ. أحمد سامح. رئيس مجلس إدارة أخبار اليوم السابق.

أ. محمد ثروت. مدير تحرير اليوم السابع.

أ. أحمد عبدالباقي. المدير الفني لمجلة لغة العصر.

54) – المجموعة النقاشية الأولي: الأخبار

- أحمد سامح رئيس مجلس ادارة أخبار اليوم السابق.
- أحمد عطية صالح. رئيس تحرير اللواء الاسلامي
- شهاب العكلي. مدير تحرير الأخبار المسائي.
- محمد جلال. مدير تحرير بوابة الأخبار.
- محمد درويش. رئيس قسم المقالات بالأخبار.
- د. أسامة السعيد. رئيس قسم التحقيقات بالأخبار.

- أبراهيم المنيسي. رئيس القسم الرياضي بالأخبار ورئيس تحرير الأهلي. ومقدم برنامج بقناة الأهلي.

المجموعة الثانية: الأهرام

- نبيل الطاروطي. رئيس تحرير مجلة لغة العصر.
- محمد زمزم. نائب رئيس تحرير بوابة الأهرام.
- أحمد عبدالباقي. المدير الفني لمجلة لغة العصر.
- أحمد سعيد طنطاوي. مدير وحدة السوشيال ميديا ببوابة الأهرام.
- داليا عطية. صحفية بقسم التحقيقات والتقارير المصورة ببوابة الأهرام.
- نورهان رضوان. صحفية ببوابة الأهرام.

المجموعة الثالثة: إعلام المصريين (اليوم السابع – صوت الأمة – دوت مصر)

- عادل السنهوري. رئيس التحرير التنفيذي لصوت الأمة.
- عمرو جاد رئيس تحرير تنفيذي اليوم السابع.
- محمد ثروت. مدير تحرير اليوم السابع.
- جمال الشناوي. مدير تحرير صوت الأمة.
- سيد صابر. نائب رئيس قسم الفيديو ومسئول التخطيط بـ دوت مصر.

المجموعة الرابعة: المصري اليوم

- عمر الهاتي. رئيس تحرير تنفيذي المصري اليوم.
- مجدي الحفناوي. كاتب صحفي ومدير التوزيع بالمصري اليوم.
- حسام فضل. رئيس قسم التصوير المصري اليوم.
- محمد غريب. محرر الشئون البرلمانية المصري اليوم.
- ريهام العراقي. محرر بقسم التحقيقات المصري اليوم.

المجموعة الخامسة (العاملين بالخارج)

- ابراهيم العنقيلي. مدير تحرير جريدة الشاهد الكويتية.
- وجيه السباعي. محرر بقسم التحقيقات بجريدة الامارات اليوم.
- طلال فهد. محرر الأخبار بالامارات اليوم .
- أيمن محسن سلامة. صحفي حر وصانع أفلام وثائقية بالولايات المتحدة الأمريكية.

55) Elsir Ali Saad Mohamed. The Use of Smartphone Applications with Press Coverage during Crisis: **Op**, **cit**. (Online) smc.redfame.com 31/4/2018.

56) وديع العزعزي. استخدامات الصحفيين اليمنيين لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة: دراسة مسحية **مرجع سابق**، ص123.

57) سهى محمد اسماعيل. استخدامات الصحفيين الأردنيين للفيسبوك والإشباعات المتحققة، مرجع سابق.

58) قرماط عماد. استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الاتصال الحديثة، مرجع سابق.

59) دراسة محمد اسماعيل ياسين. استخدامات تكنولوجيا الاتصال في تطوير شكل ومضمون الصحف الفلسطينية اليومية، مرجع سابق.

60) محمد بن على السويد. استخدامات الكتاب الصحفيين لتويتر وتأثيرها على أدائهم المهني، مرجع سابق، ص219.

61) Johan Mills et al .MoJo in action: The use of mobiles in conflict, community, and cross-platform journalism. **Op**, **cit**.

62) نعيم فيصل المصري. **استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين الهواتف الذكية في المجال الإعلامي**، مرجع سابق، ص 269.

63) سولاف بوصبع، تأثير التكنولوجيا الاتصالية على العمل الصحفي في الجزائر، **مرجع سابق**.
64) Elsir Ali Saad Mohamed. The Use of Smartphone Applications with Press Coverage during Crisis: **Op**, **cit**.
65) سميرة محي الدين شيخاني. **أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على تطور فنون الكتابة الصحفية**، مرجع سابق.
66) سميرة محي الدين شيخاني. المرجع السابق.
67) Elsir Ali Saad Mohamed. The Use of Smartphone Applications with Press Coverage during Crisis. **Op**, **cit**.