تبني القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية لتطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي وانعكاسها على أدائه المهني

د/ندية عبد النبي محمد القاضي(*)

مقدمـــة :

تـأثر مجـال الإعـلام عمومـا , والصـحافة خصوصـا بظهور شـبكة الانترنـت ومـن بعدها – وبشكل أكبر – بثورة التطبيقات الذكية عبر الهاتف المحمول التي دخلت عالمه ، وأحدثت ثورة في الطريقة التي ننظر بها لصناعة الصحافة , حيث أضافت لها بعدا آخر، وسّع آفاقها وخلق فرصا جديدة لاكتشاف مناطق جديدة وهامة ذات صلة بالنشر, وغيرت من واقـع صـناعة الخبـر المكتـوب والإلكترونـي، حيـث تـأثرت الصـحافة بـالتطور التكنولـوجي الاتصـالي وأفادت منه في أداء مفاصل عملها، خاصـة التطورات التي طرأت على التليفون المحمول وتطبيقاته ، حيث ظهرت العديد من التطبيقات عبر الهاتف الذكي التي تساعد القائم بالاتصال في الصحف على أداء عمله بكفاءة وسرعة , ومن أهمها: تطبيقات التراسل الفوري Instant Messaging applications **(IM)** اللامتناهية المجانية وغير المجانية , والتي تمكن الصحفي من خلال استخدامها عبر الهواتف الذكية من تحقيق أهدافه وتنفيذ برامجه , فأصبح بإمكانه تنفيذ أعماله بسرعة وفي وقت وكلفة أقل من السابق , حيث توفر هذه التطبيقات إمكانيات متقدمة تسهل وتيسر على الصحفي التواصل مع صحيفته من أي مكان وفي أي وقت , كما تمكنه من سرعة الحصول على ما يريد بدءا من جمع المعلومات حول الأحداث , وتسجيل الأخبار وتحليلها , وإعداد التقارير الصحفية المختلفة , وانتهاءً بتحديث الموقع ونشر الأخبار من أي مكان وفي أي وقت دون طلب المساعدة من أحد.

وقد بدأت تطبيقات التراسل الفوري **(IM)** عبر الهاتف الذكي مع ازدياد عددها وتنوع خصائصها وتعدد إمكانياتها, تفرض نفسها على العملية الصحفية ومنتجاتها من خلال استخدامها في غرف الأخبار و مكاتب المحررين للمساعدة في أداء العديد من العمليات في

(*) أستاذ مساعد بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنوفية.

الصحف ، بما في ذلك استقاء المعلومات من مصادر متعددة ، وتحريرها, ونشرها، أو تخزينها في أوعية إلكترونية تمثل أرشيف المحرر بعد ذلك , بالإضافة إلى ما تقدمه من خدمات تتعلق بالبحث داخل الصحيفة، وخدمات الربط بمواقع أخرى وخدمات الرد الفوري، والوصول إلى الأرشيف ، بالإضافة إلى خدمات الوسائط المتعددة النصية و المصورة.

ومع استمرار التطور السريع للتكنولوجيا ، تتطور تطبيقات التراسل الفوري**(IM)** بشكل أفضل وأقوى ، فبعد تطبيق "واتس آب" الذي احتل الصدارة بحسب الإحصائيات، يأتي تطبيق "تيلجرام" بخصائص جديدة ليأخذ حصة كبيرة من الاهتمام حاله كحال بعض التطبيقات التي تشق طريقها، مثل "إيمو" و "زيلو" وغيرها من التطبيقات الصاعدة.

إن التنافس بين تطبيقات التراسل الفوري **(IM)** شديد جدا، ويحاول كل منها التفوق على نظيره من حيث المميزات التي يمنحها كل تطبيق للمجموعة التي تتشكل فيه , وإن الربط بين مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات التراسل الفوري والمواقع الإخبارية أعطى الصحافة دفعة أكبر للبقاء على إطلاع دائم والوصول للحدث فور وقوعه وتحقيق نسب وصول إلى الجماهير والتفاعل معهم بشكل كبير وفّعال.

وتأتي هذه الدراسة لتتناول تبني القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية لتطبيقات التراسل الفوري **(IM)** عبر الهاتف الذكي والتعرف على مستوى استخدام هذه التطبيقات, مع دراسة أهم هذه التطبيقات, ومدى انعكاسها على أدائه المهني.

مشكلة الدراسة :

لاشك أن شدة المنافسة التي تواجهها الصحف الالكترونية من وسائل الإعلام الأخرى , سواء كانت التقليدية , أو التي تعتمد على الإنترنت تتطلب قدرا كبيرا من الأداء المهني المتميز من جانب القائم بالاتصال في تلك الصحف وتفرض عليه تقديم خدمات إعلامية متميزة مستفيدا من الإمكانيات التي تتيحها التطورات التكنولوجية , ومن أهم هذه التطورات تطبيقات التراسل الفوري **(IM)**عبر الهاتف الذكي والتي تطورت بشكل هائل في إمكانياتها بشكل ملحوظ في الفترة الأخيرة , وتعددت مجالات استخدامها ولاسيما في مجال الإعلام عامة والصحافة خاصة , حيث فرضت نفسها على العملية الصحفية ومنتجاتها من خلال تنفيذها العديد من المهام بشكل أسهل وأسرع وأقل كلفة من السابق .

ومن ناحية أخرى وبناء على الملاحظة العلمية , وفي ضوء الفرضية الرئيسية لنظرية الفعل المبرر, والتي تفترض أن السلوكيات الإرادية تتأثر مباشرة بالنوايا السلوكية ، وأن النوايا السلوكية هي نتيجة كل من الاتجاهات نحو أداء السلوك والمعايير الشخصية المرتبطة به ، وكذا في ضوء نموذج تقبل التكنولوجيا والذي يفترض أن الفائدة (المنفعة) المتوقعة **perceived usefulness (PU)** وسهولة الاستخدام المدركة **Perceived Ease of Use (PEOU)** نوعان من المحددات الأساسية لقبول الأفراد التقنيات التكنولوجية الجديدة وتؤثران علي الميل السلوكي للاستخدام **Behavioral Intention To Use**، وأن اتجاهاتهم نحو استخدامها تخضع لتأثير المتغيرات الخارجية ، في ضوء ذلك تتحدد مشكلة الدراسة فى معرفة واقع تبني القائم بالاتصال في الصحف المصرية لتطبيقات التراسل الفوري **(IM)** وانعكاس ذلك على أدائه المهني, والتعرف على العوامل التي يمكن أن تتنبأ بنية استخدامه لهذه التطبيقات, وذلك في محاولة لفهم سلوكه تجاهها , وذلك من خلال دراسة أهم تطبيقات التراسل الفوري **(IM)** عبر الهاتف المحمول الأكثر تبنيا واستخداما من قبل القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية ، والوقوف على أهم العوامل التي تؤثر على تقبل تجربة استخدامها, ودراسة المنافع التي قد تعود عليه جراء تبني استخدامها ورصد كافة المتغيرات المرتبطة بهذا الاستخدام .

أهمية الدراسة :

1- أهمية تطبيقات التراسل الفوري **(IM)**عبر الهاتف المحمول كتكنولوجيا حديثة في تطور تقني مستمر، وانتشار متواصل وسريع غير مسبوق , لذا فإن الدراسة الحالية قد تساعد في تحديد واضح لأبعاد مفهوم تطبيقات التراسل الفوري كوسائل جديدة حظيت باهتمام متزايد من قبل الجمهور والقائم بالاتصال يزداد بصورة مستمرة مع انتشار استخدام الانترنت والهواتف الذكية .

2- أهمية دراسة تبني القائم بالاتصال في الصحف لتطبيقات التراسل الفوري **(IM)**عبر الهاتف الذكي , وتزايد أهمية دراسة علاقتها بمتغيرات متنوعة , ومن بينها علاقتها بالأداء المهني لديهم .

3- تتبع أهمية هذه الدراسة من اختبارها لفروض نظرية الفعل المبرر **Theory of Reasoned Action (TRA)** , ونموذج قبول التقنية **Model Technology Acceptance**، حيث تعد هذه النظرية وهذا النموذج ذا أهمية حيث يفسران دوافع تبني الأفراد للتطورات التكنولوجية وانعكاسات ذلك علي سلوكياتهم وتفسيرها , ولأهميتهما في معالجة موضوع الدراسة بما يسهم في تحليل الظاهرة والوقوف على أسبابها والمتغيرات المؤثرة فيها[1].

4- اتضح للباحثة أنه علي مستوي الدراسات السابقة العربية تبرز الحاجة العلمية لإجراء مزيد من الدراسات في مجال تطبيقات الهاتف المحمول نظرا لتزايد معدلات استخدامها وانتشارها على مستوى الجمهور والقائم بالاتصال , وذلك بالاعتماد في دراستها علي أطر نظرية جديدة يمكن من خلالها تفسير العلاقة بين المتغيرات قيد الدراسة , حيث أن هذه الظاهرة لم تأخذ الاهتمام الكافي من قبل الباحثين في مجال وسائل الإعلام والاتصال في مصر والدول العربية .

5- قلة البحوث التي تناولت تبني القائم بالاتصال في الصحافة الالكترونية المصرية لتطبيقات التراسل الفوري **(IM)** عبر الهاتف الذكي و انعكاسها على الأداء المهني.

أهداف الدراسة :

تهدف تلك الدراسة إلي تحقيق هدف رئيسي يتمثل في التعرف علي مدى تبني القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية لتطبيقات التراسل الفوري **(IM)**عبر الهاتف الذكي , وانعكاس ذلك على أدائه المهني, وعلاقة ذلك ببعض النماذج والنظريات الإعلامية , ويتفرع من هذا الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية والتي يتمثل أهمها في الآتي :

1- التعرف على مدى تبني القائم بالاتصال في الصحف المصرية عينة الدراسة لتطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي .

2- رصد أهم أسباب تبني القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية عينة الدراسة لتطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي .

3- التعرف على مدى اعتماد المبحوثين على تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي في عملهم .

4- رصد أكثر تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي استخداما من قبل القائمين بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية عينة الدراسة .

5- التعرف على اتجاه القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية عينة الدراسة نحو تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي .

6- التعرف على المعايير الشخصية للقائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية المرتبطة بتبني تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي.

7- الكشف عن نية القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية نحو تبني تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي في عملهم .

8- الكشف عن أوجه استفادة القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية من تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي في عمله .

9- رصد أوجه سهولة استخدام تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي لدي القائم بالاتصال في الصحف المصرية .

10- التعرف علي أنماط السلوك التي يقوم بها المبحوثين بعد استخدامهم تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي في عملهم.

خلفية معرفية عن موضوع البحث : تطبيقات التراسل الفوري Instant Messaging applications **(IM):**

شهد عام 2008 أول ظهور لكلمة **app** التي هي اختصار لعبارة " **application software**" فتفجّر الطلب في السوق على الهواتف الذكية، والحواسيب اللوحية , وأصبح هناك تطبيقات لكلّ شيء , وأصبحت التطبيقات اليوم تجيب على كل الحاجات والمتطلبات المحتملة للحياة اليومية في أي مجال من مجالات الحياة . وفي مجال الصحافة ظهرت تطبيقات التراسل الفوري Instant Messaging applications **(IM)** التي أصبحت تستخدم

في كل مراحل العمل الصحفي وإنتاج الصحيفة , حيث يمكن من خلالها تغطية الأحداث وتصويرها وكتابة الأخبار وتحريرها , وعمل المونتاج ، وبعد ذلك إرسالها مباشرة إلى الصحيفة لرفعها على موقعها ، بل ساهمت هذه التطبيقات في توسيع نطاق تغطية المراسلين للأحداث وذلك على الهواء مباشرة أو بشكل مسجل بالصوت فقط أو بالصوت والصورة معا, ويتميز استخدام تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي بأنه أسرع وأسهل وذو تكلفة أقل تكاد لا تذكر .

وإن تطبيقات التراسل الفوري **(IM)** ليست متشابهة في صفاتها أو على نمط واحد من حيث المميزات التي تتمتع بها، بل هي مختلفة المزايا , وكل واحد منها يتمتع بسمات مغايرة عن التطبيقات الأخرى , فعلى سبيل المثال إن المجموعة التي تتشكل في الواتس آب تختلف في خواصها عما هو موجود في مجموعات تطبيقي الفايبر والتيلجرام وغيرهما ، كما أن ميزة إنشاء القناة هي خاصية فريدة بتطبيق التيلجرام ولا تجد لها نظير في بقية تطبيقات التراسل الفوري التي يعتمد عليها الصحفيون في تلقي الأخبار .

وفي السطور التالية سيتم الحديث عن أهم تطبيقات التراسل الفوري وبعض سماتها, والتي تساعد الصحفي في أداء عمله في الصحف الالكترونية بشئ من التفصيل , وذلك كما يلي :

ـ واتس آب WhatsApp:

من أشهر وأقوى تطبيقات التراسل الفوري ، تم إنشاؤه عام 2009 من قبل بريان أكتون وجان كوم ، وفي عام 2014 م استحوذت شركة فيس بوك عليه مقابل تسعة عشر مليار دولار أمريكيّ) ويعمل واتس أب على جميع الهواتف الذكية بمختلف أنواعها, ويقوم الواتس آب بإرسال الرسائل النصية والصور وملفات الفيديو والوسائط المتعددة على الهواتف الذكية مجاناً حول العالم ، ويتميز هذا التطبيق بسهولة الاستخدام، وتشفير المحادثات الخاصة، والحصول على الإشعارات حتى أثناء إغلاق التطبيق ، كما يتميز بسهولة التحكم في الصور لرفعها وحفظها، وكذلك مشاركة الملفات من خلال المحادثة سواء كانت خاصة أو جماعية ويتيح التطبيق إنشاء المجموعات المشتركة ، وهو ما كان دافعاً قوياً في إقبال الكثير من الشبكات

الصحفية على إنشاء مجموعات عليه.والتي تتيح للصحفي إمكانية نشر الأخبار، كذلك إتاحة فرصة للمواطنين في صناعة الحدث وتطوير مفهوم المواطن الصحفي والاستفادة من مقاطع الصور والفيديو التي يتم إرسالها[2]. وتعمل واتس آب على تحديث تطبيقها وإضافة مميزات جديدة باستمرار.

ـ فيس بوك ماسنجر (Face book Messenger) :

هو تطبيق دردشة من فيسبوك يُتيح للمستخدم الدردشة مع الأصدقاء وإنشاء مجموعات وإرسال رموز تعبيرية وإرسال الصور ، التطبيق متوفر لبعض الأنظمة منها ويندوز، ماكنتوش، أندرويد، آي أو اس ويدعم بعض اللغات ومنها العربية ، لا يشترط على المستخدم أن يكون له حساب على فيس بوك لتسجيل الدخول إلى التطبيق فيمكن إنشاء حساب عن طريق رقم الهاتف , ويُتيح ماسنجر مراسلة المستخدمين مجانًا، من خلال الوصول إليهم على هواتفهم أو على الويب، ومعرفة الأشخاص الذين قرءوا الرسائل المرسلة والذين لم يقرءوها، كما يتيح عمل محادثة جماعية، ومشاركة الصور والفيديوهات والملصقات، كما يمكن المستخدم من الوصول إلى رسائله ومحادثاته أينما سجل دخوله إلى فيسبوك[3] ، وتقوم فيس بوك بتحديث هذا التطبيق باستمرار, ومن بينها تحديث جديد في عام 2016 م أضاف له إمكان التبديل بين حسابات الماسنجر الأخرى، كما حصل التطبيق على ميزة الرسائل ذات التدمير الذاتي والتي تحذف نفسها بنفسها بعد وقت يحدده المستخدم [4] .

ـ الفايبر(Viber) :

هو تطبيق للمكالمات والمحادثات المجانية يعمل على الهواتف الذكية متعدد المنصات، وهو من أكثر البرامج المستخدمة على مستوى العالم , يتيح للمستخدمين المراسلة الفورية وإجراء مكالمات هاتفية مجانية وإرسال رسائل (نصية، صور، فيديو، صوت) بشكل مجاني إلى أي شخص لديه هذا البرنامج، وهو من تطوير شركة فايبر ميديا يعمل على الشبكات الخلوية (جيل ثالث وجيل رابع) والشبكات اللاسلكية واي- فاي على حد سواء ، يتوفر البرنامج بـ 10 لغات من بينها اللغة العربية[5] ، وأصبح يحل محل الهاتف العادي في الكثير من المكالمات .

من ايجابيات استخدام تطبيق الفايبر أنه لا يتطلب أي تكلفة سوى ضرورة وجود اتصال بالإنترنت, وإعداده بسيط وسهل , وأعلنت فايبر أيضا عن إطلاق ميزة لتشفير محادثات المستخدمين، كما أطلقت أيضًا ميزة المحادثات المخفية التي تسمح للمستخدمين بإخفاء محادثات محددة من الشاشة الرئيسية بحيث لا يمكن لأي أحد أن يعلم بوجودها [6] .

ـ الإنستجرام Instagram :

وهو تطبيق مجاني من التطبيقات الحديثة التي تم تحديثها وإنشاؤها للهواتف الذكية وأطلق عام 2010م، ويتيح التطبيق للمستخدم نشر الصور المختلفة التي يرغب في عرضها بالإضافة إلى تنزيل مقاطع الفيديوهات القصيرة، بالإضافة إلى متابعة حسابات أخرى لديها حساب على الإنستجرام ، وحقق هذا التطبيق نجاحاً كبيرا ، مما فتح شهية الفيسبوك للاستحواذ عليه في أبريل 2012 م بقيمة مليار دولار والاستفادة منه مادياً عبر الإعلانات التي تظهر لدى المستخدمين[7] ، وما يميز هذا التطبيق هو الخصوصية العالية الموجودة فيه، حيث أنه لا يمكن لأي أحد أن يرى الصور المنشورة في الحساب إلا الأشخاص الذين يقومون بمتابعة هذا الحساب، و يمكن لصاحب الحساب أن يمنع أي شخص بمتابعة الحساب إلا عن طريق موافقته, وذلك من خلال الإعدادات الموجودة في التطبيق ، وفي 2016 م أعلنت إنستجرام أن عدد مستخدمي التطبيق على مستوى العالم، وصل إلى رقم قياسي جديد هو 500 مليون مستخدم شهريا [8] .

ـ تطبيق ايمو Imo :

الإيمو من التطبيقات الحديثة على الهواتف الذكية التي انتشرت بكثرة في الآونة الأخيرة، ويتميّز بإمكانية إجراء مكالمات صوتية بالفيديو وبجودة عالية ، ويجمع ما بين المميزات التي يقدّمها كل من السكايب والواتس آب، كما يمكن المستخدم من استعمال المحادثات الكتابية الجماعية مع عدد كبير من الأشخاص، بالإضافة إلى سهولة استخدامه , بالإضافة إلى ذلك فإن تطبيق **imo** يقدم مكالمات صوتية ومرئية مجانية ، وتشير الأرقام إلى أنه تم تنزيل تطبيق **imo** لأجهزة أندرويد أكثر من ٥٠ مليون مرة على الأقل ، ويتوفر التطبيق لأجهزة الهواتف والأجهزة اللوحية العاملة بنظامي أندرويد و **IOS** وبلغات عدة، بما فيها اللغة العربية [9] .

ـ التيليجرام (Telegram):

تأسس في سنة 2013 من قِبل الأخوين نيكولاي، وبافل دروف , وينفرد هذا التطبيق بالعديد من المميزات الخاصة به حيث يتيح للمستخدم إمكانية تبادل الرسائل الصور والفيديوهات والبريد الالكتروني بكل سهولة وبسرعة عالية جدا، يتميز التطبيق بأنه حر ومجاني , والأهم من ذلك أنه يصب اهتمامه على الناحية الأمنية من حيث الخصوصية، فهو من أكثر التطبيقات أمانا في تبادل المعلومات ويعزى السبب إلى خاصية التشفير التي يقدمها التطبيق للمستخدم ، كما يوفر خدمة التدمير الذاتي للرسائل المشفرة .

- سناب شات (Snapchat) :

من أهم تطبيقات التراسل الفوري , ومن مميزاته إرسال مقاطع الفيديو والصوت والرسائل النصية بسهولة وسرعة وإمكانية مشاركة مقاطع الفيديو المصورة مع جهات الاتصال , وإمكانية إضافة التعليقات على الفيديو الذي تمت مشاركته وإمكانية إضافة النصوص إلى الصور , والقدرة على استخدام الملصقات في المحادثة , كما يحتوي على مؤثرات للفيديو والصور المتبادلة[10] , كما يتميز التطبيق بأنه يقدم خدمة اكتشف , وهي طريقة لإيجاد القصص المرسلة من فرق تحرير محددة، وهذه ميزة لا توجد في تطبيقات أخرى . كما يقدم سناب شات فرصة مشاركة الصور ومقاطع الفيديو مع الأصدقاء دون الحاجة إلى القلق من امتلاء ذاكرة الجهاز، فكل ما تشاركه على سناب شات يتم تخزينه بشكل مؤقت ، والمحتوى لا يبقى سوى لمدة محدودة ليتم إزالته لاحقا حيث يحدد المستخدمون مهلة زمنية لعرض لقطاتهم من ثانية واحدة إلى عشر ثوانٍ، وبعد ذلك ستكون هذه اللقطات قد حذفت من الجهاز المستلم وتحذف من الخوادم الخاصة بسناب شات أيضًا [11] .

ـ زيلو Zello Walkie Talkie :

تطبيق مجاني وخال من الإعلانات التجارية يتيح للمستخدم إمكانية الاتصال الصوتي بالآخرين بصورة فورية ، ويتميز هذا التطبيق بالسهولة والسرعة في الاستخدام , واستطاع اختصار الحواجز, ويتيح هذا التطبيق فرصة الحديث الصوتي للصحفيين من مناطق عملهم لتغطية الأحداث فور وقوعها بلا حاجة للكتابة إطلاقا، إضافةً لوجود خاصية السماع للمواطنين من قبل الإدارة فقط، وهو ما يفعّل دور المواطن الصحفي" [12].

الدراسات السابقة :

تم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين هما :

المحور الأول: الدراسات الخاصة بتطبيقات التراسل الفوري (IM) عبر الهواتف الذكية:

1- استهدفت دراسة **Fan-Chen, Tseng (2018)** [13] التعرف علي العوامل التي تعزز استخدام العملاء للرسائل الفورية ، توصلت الدراسة إلى وجود ثلاثة متغيرات أساسية ترتبط ارتباطًا إيجابيًا بثلاث قيم مدركة للمستخدم ، وهي مدي الاستفادة المدركة للمستخدم ، والمعايير الشخصية والقيم الاجتماعية. وهي بدورها ترتبط ارتباطًا إيجابيًا بإرضاء احتياجات المستخدم , والتي تحدد أيضا مدى كفاءتها واستقلاليتها على التوالي ، مما يؤدي إلى مزيد من تعزيز استخدام الرسائل الفورية من جانب المستخدم .

2- توصلت دراسة **Yongqiang Sun& others,** وآخرون (2017)[14] إلى أن تطبيقات الرسائل الفورية تكتسب شعبية متزايدة في الصين ، حيث أظهرت النتائج أن 91.9٪ من مستخدمي الإنترنت يستخدمون تطبيقات **IM** ، والتي احتلت المرتبة الأولى بين تطبيقات الهاتف المحمول نتيجة المميزات التي تتمتع بها هذه التطبيقات , ومن أهمها: سهولة الاستخدام ووسائل الراحة الهائلة التي توفرها للعملاء ، مثل إرسال الرسائل بحرية , والدردشة الصوتية ، الفيديو ,والدردشة الجماعية ، وما إلى ذلك. بالإضافة إلى الخدمات المستندة إلى الكمبيوتر، والمزايا الفريدة مثل الوجود والراحة والفورية , والتي تمكن المستخدمين من التفاعل مع أصدقائهم .

3- توصلت دراسة **Vania Liwondouw & Alz Wowor (2017)**[15] إلى أن استخدام تطبيقات التراسل الفوري **(IM)** عبر الهاتف الذكي للاتصال انتشرت بشكل كبير ويصبح اختيار تطبيق التشفير الصحيح لتأمين البيانات خلال استخدامها أمرًا مهمًا. لذا فقد قدمت هذه الدراسة العديد من تطبيقات التشفير التي تعمل على منصات أندرويد و **iOS** ، كما قدمت توصيات للمستخدمين فيما يتعلق بتطبيقات التشفير التي اجتازت الاختبار وتكون قادرة على تأمين الرسائل بحيث يمكن تحقيق الخصوصية والاتصالات السرية دون الحاجة إلى تفضيل **IM** واحدة فقط.

4- استهدفت دراسة **Al-Sanaa, Bashaiar (2017)**[16] التعرف علي تأثير الرسائل الفورية وخدمة الرسائل القصيرة على حجم وقوة العلاقات الاجتماعية (العائلة والأصدقاء والمعارف) في الكويت, وتوصلت الدراسة إلى نتائج متناقضة ومتباينة فيما يتعلق بتأثيرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على السلوك البشري والتواصل الاجتماعي, حيث أظهرت النتائج أن استخدام تكنولوجيات الاتصال الذاتية الجديدة ممثلة في الرسائل الفورية له مزايا عديدة وعيوب غير مقصودة , فقد أحدثت هذه التكنولوجيا ثورة في كيفية اكتساب الناس للقرب المكاني والتواصل, حيث توفر هذه التقنيات وصولاً غير مكلف إلى أي شيء وأي شخص في العالم ، وأصبح الاتصال الفعلي يتناقص لصالح الاتصال عبر الإنترنت ، مما يؤدي إلى روابط اجتماعية أكثر ولكن أضعف.

5- حاولت دراسة**Ying Tang& Khe Foon Hew (2017)** [17] الإجابة على التساؤل التالي : هل الرسائل الفورية **(IM)** مفيدة في التعليم؟ وأجابت الدراسة بأن الرسائل الفورية لها دور كبير في التعليم حيث تتميز بأنها سهلة الاستخدام ، وأقل تكلفة ، ومتعددة الأساليب ولها تأثير على تحسين النتائج المعرفية للطلاب .

6- حاولت دراسة **Vivian C. ,& Riceb E. (2016)**[18] التعرف علي العلاقة بين كيفية استخدام المراسلات الفورية للجوّال ، والقدرة على تحمل التكاليف ، ورأس المال الاجتماعي وهل تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على النتائج الإيجابية للموظفين. وأظهرت نتائج المسح الميداني الذي أجري على 245 من وكلاء العقارات في هونج كونج أن استخدامهم للرسائل الفورية و تحمل التكاليف يرتبطان بشكل إيجابي بقدرتها على أداء العديد من المهام في وقت قصير، وأن هناك رضا الوظيفي نتيجة استخدام هذه التطبيقات, حيث ساعدت في انجاز الكثير من الأعمال في وقت قياسي .

7- استهدفت دراسة **khan & wang (2016)**[19] التعرف على مدي فعالية استخدام الوسائط المتعددة في تطبيقات المراسلة الفورية وأظهرت النتائج أن استخدام تطبيقات المراسلة الفورية **(IM)** أصبح أكثر انتشارا على الهواتف الذكية اليوم .والتي أصبحت أكثر فعالية نتيجة اعتمادها علي استخدام الوسائط المتعددة (الصور وروابط الويب ومقاطع الفيديو والرسائل الصوتية) , كما أن هذه

الوسائط كان لها تأثيرا سلبيا , حيث يؤدي استخدام هذه الوسائط المتعددة عبر تطبيق **IM** إلى استنفاد بطارية الهاتف الذكي بسبب عمليات تحميل / تنزيل البيانات المكثفة عند مشاركة المستخدمين لرسائل الوسائط المتعددة.

8- أكدت دراسة. **Hidalgo c** وآخرون (2016) [20] علي أن انتشار الهواتف الذكية ساهم في نمو استخدام تطبيقات المراسلة الفورية والرسائل النصية القصيرة عبر الإنترنت كوسيلة بديلة للاتصال بشكل مضطرد سنويا.، إلا أن هذه الرسائل عادة ما تكون قصيرة إلى حد ما ، ومليئة بالتعبيرات ، والرموز ، والمختصرات , لذا تقترح هذه الدراسة طريقة جديدة للحصول على سمات أفضل وتعزيز أداء هذه التطبيقات. من بينها تقنية معالجة النصوص المقترح لها توفر قواميس معجمية ودلالية إلى جانب أحدث التقنيات للتحليل الدلالي والتحري عن السياق , والتي يمكن أن تعمل على تعزيز تصفية الرسائل الفورية والرسائل غير المرغوب فيها.

9- اهتمت دراسة **simon so (2016)**[21] بتقييم استخدام تطبيقات المراسلة الفورية لدعم التعليم والتعلم في التعليم العالي. وطبقت الدراسة على تطبيق الواتس آب , وأظهرت النتائج أن واتس آب قام بتحسين الإنجازات التعليمية للمشاركين ، وأظهر المشاركون إدراكًا إيجابيًا وقبولًا لاستخدام تطبيق **WhatsApp** للتدريس والتعلم ، ورفض المشاركون بشكل طفيف وجهة النظر القائلة بأن تلقي المواد التعليمية والأسئلة خارجيا يمكن أن تتداخل مع ساعات الدوام المدرسي ومع حياتهم الخاصة.

10- استهدفت **yang, Teing Yee (2016)**[22] دراسة التأثيرات الناتجة عن استخدام تطبيقيات المراسلة الفورية في بعض الأنشطة , دراسة حالة على تطبيقي الفيس بوك وسكاي بي , وتوصلت النتائج إلى أن تطبيقات المراسلة الفورية **(IM)**غيرت من طريقة تواصل الأشخاص مع بعضهم البعض , حيث إن الطبيعة التفاعلية والفورية لهذه التطبيقات جعلتها خيارًا جذابًا في كثير من المجالات , وساهم هذا البحث في فهم متعمق لأنواع هذه التطبيقات والآثار التي يحتمل أن تظل بعد استخدامها .

11- استهدفت دراسة**Chao Xu & Pathak, (2015)**[23] التعرف علي مميزات تطبيقات

التراسل الفوري عبر الهواتف الذكية , وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها : أثار انتشار الأجهزة الذكية ازدياد استخدام تطبيقات التراسل الفوري المتنقلة **(IM)** بوتيرة سريعة. بل أصبحت هذه التطبيقات تحظى بشعبية متزايدة ، نتيجة العديد من المميزات التي تتمتع بها, ومن بينها استخدامها عبر الهاتف الذكي الذي يسهل حمله , والتنقل به من مكان لآخر , كما تتميز هذه التطبيقات بسهولة في الاستخدام , والسرعة في انجاز العديد من المهام , واعتمادها على استخدام الوسائط المتعددة .

12- وتوصل **Silla, Chandrika (2015)**[24] في دراسته إلى أنه يتم استخدام تطبيقات التراسل الفوري **(IM)** عبر الهواتف الذكية في جميع أنحاء العالم في مختلف وسائل الاتصال. وأن هذه التطبيقات اكتسبت شعبية بسبب مجانيتها , كما أن كل تطبيق من تطبيقات **IM** يتبع بروتوكول الاتصال الخاص به ، فهناك تنوع كبير في المعلومات التي يمكن تخزينها بواسطة تطبيقات **IM** على الهواتف الذكية , ويمكن أن تتضمن ملفات الوسائط المتعددة بداية من الصور المرسلة والمستلمة ومقاطع الفيديو والتسجيلات الصوتية والملصقات والصور ومقاطع الفيديو التي تم تنزيلها.

13- هدفت دراسة **Eileen Heriyanni, & Others (2015)**[25] إلى التعرف على مدى استخدام تطبيقات التراسل الفوري عبر الهواتف الذكية في تلبية احتياجات الاتصال بين الطلاب والمحاضرين في المؤسسات التعليمية ، وتوصلت الدراسة إلي أن تطبيقات التراسل الفوري أدت إلي تلبية احتياجات الاتصال بين الطرفين بشكل سريع وفعال , واستخدمت في الدردشة الشخصية والمحادثة الجماعية ورسائل البث والرسائل المجدولة وتبادل الملفات , كما أمكن من خلال هذه التطبيقات تسهيل الاتصال بين المؤسسات التعليمية المختلفة .

14- توصل **Robert F. Smallwood (2015)** [26]إلى إن استخدام المؤسسات وسائل التواصل الاجتماعي ومنصات **Web 2.0** لربط الجمهور بالشركات والحكومات ، تمثل أحد أكبر المخاطر التي يفرضها التواصل الاجتماعي على المؤسسات حيث أن الموظفين قد يعرضون معلومات هامة للتسريب , بينما نجد هناك الاختلافات الرئيسية بينها وبين

أنظمة الاتصالات الإلكترونية الأخرى ، مثل البريد الإلكتروني والمراسل الفوري **(IM)** في كثير من الأحيان لا يتم إدارة محتوى الوسائط الاجتماعية بواسطة سياسات إدارة المعلومات بل يتم مراقبتها مع ضرورة مراعاة الضوابط التي تضمن حماية أصول المعلومات المهمة والحفاظ على سجلات الأعمال .

15- هدفت دراسة **Adam Joinson & Lukasz Piwek (2015)** [27]إلى التعرف علي استخدام المراهقين لتطبيق المراسلة الفورية **Snapchat** وأظهرت النتائج أن **Snapchat** كخدمة مراسلة فورية يستخدم بشكل كبير بين المراهقين.وإن الطبيعة الدقيقة لاستخدام **Snapchat** لا يزال من الصعب فحصها بسبب التدمير الذاتي للرسائل المرسلة والمستلمة , وأن المستخدمين يشاركون بشكل أساسي بالصور الشخصية مع إضافة النصوص التي تتضمن "رسومات لشعارات مبتكرة"، ويشاركونها في المقام الأول من أجل التواصل مع الأصدقاء المقربين والعائلة كبديل "أسهل وأكثر تسلية" .

16- سعت دراسة **Apollos Patricks Oghuma, & Others(2015)** [28] إلى دراسة تأثير قابلية الاستخدام المدركة من قبل المستخدمين لتطبيقات المراسلة الفورية على نية الاستمرار لاستخدام **IM** , وأجريت الدراسة علي 334 مستخدم **IM** في كوريا الجنوبية. أظهرت النتائج أن جودة الخدمة المتصورة وسهولة الاستخدام يؤثران على الاستخدام المدرك بشكل كبير وعلى رضا المستخدم وعلى النية في استمرار الاستخدام , وقدمت النتائج رؤى لمقدمي خدمات الرسائل الفورية عند وضع استراتيجية لزيادة استمرارية العملاء في استخدام **IM** .

17- وأكدت دراسة **Bong Kiata & Weiqin Chena, (2015)**[29] على أنه بالرغم من أن استخدام تطبيقات التراسل الفوري عبر المحمول **(IM)** تم تطويرها بشكل كبير جنبا إلى جنب مع تكنولوجيا المحمول , إلا أن هذه التطبيقات لم تعالج بما فيه الكفاية بما يتناسب مع احتياجات المستخدمين من المسنين, وذلك من حيث خصائص تصميم واجهة التطبيق مثل: حجم الخط الصغير فهي مربكة , بل إن الرموز في تطبيقات **IM** الحالية تجعل من الصعب على كبار السن التعلم لتحقيق سهولة الاستخدام , وقدمت الدراسة

تصميم وتطوير نموذج **IM** خاص بهم , يمكن من حل مشاكل الاستخدام التي يواجهها كبار السن عند استخدام**.IM** .

18- واستهدفت دراسة **(2014) E. Koh & R. Prybutok** [30] التعرف على العوامل التي تؤثر على الحضور الاجتماعي ورضا المستخدمين مع استخدام تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف المحمول الذكي ,وأشارت النتائج إلى أن تجربة المستخدم ، والتأثير الاجتماعي ، والثراء المدرك هي محركات مهمة للحضور الاجتماعي ورضا المستخدم عن تطبيقات المراسلة الفورية.

19- استهدفت دراسة **(2014) Wenhong** [31] التعرف على أثر استخدام الهواتف الذكية على المشاركة الثقافية لمواطني الولايات المتحدة الأمريكية من خلال تطبيقات المراسلة المتاحة عبر الهواتف المحمولة والتي تعتمد على الإنترنت. وتوصلت الدراسة إلى أن التطبيقات الترفيهية والتطبيقات المهنية من أكثر التطبيقات التي تعمل على زيادة المشاركة الثقافية في الولايات المتحدة . وأن تطبيقات المراسلة الفورية عملت على تضييق الفجوة بين السكان في مناطق الحضر والريف, كما سمحت للمستخدمين بإجراء مجموعة من الأنشطة الإعلامية

20- استهدفت دراسة **Debora, Lynn, & Patricia,** (2014)[32] التعرف على أهمية صحافة الموبايل في التوظيف لدى كبرى المؤسسات الصحفية في الولايات المتحدة الأمريكية، وأظهرت النتائج استخدام عدد كبير من المتقدمين للوظائف تطبيقات التراسل الفوري عبر الهواتف الذكية في التصوير والتحرير , كما تم استخدامها في العمل الميداني , وأوصت الدراسة بضرورة تدريب خريجي الجامعات والعاملين في المؤسسات الإعلامية على صحافة الهواتف الذكية وعلي استخدام تطبيقات المراسلة الفورية في المؤسسات

21- اهتمت دراسة **(2010) Junco & R. Cotten**[33] بدراسة التأثيرات الأكاديمية (التعليمية والاجتماعية) المدركة لاستخدام تطبيقات المراسلة الفورية, وأشارت النتائج إلى أن طلاب الجامعات يستخدمون تطبيقات المراسلة الفورية بمستويات عالية للقيام بمهام متعددة , وبأشكال مختلفة بالمقارنة مع الأجيال السابقة , كما أظهرت النتائج أن أكثر من

نصف العينة أكدت أن الرسائل الفورية تعيق عملية التعلم , وأن لها تأثير ضار على النتائج التعليمية المرجوة وعلي القيام بواجباتهم المدرسية.والقيام بالأنشطة المختلفة نتيجة تعدد المهام أثناء استخدام تطبيقات المراسلة الفورية.

22- اهتمت دراسة **Wu,Dan (2010)** [34] بدراسة استخدام تطبيقات الرسائل الفورية كأداة من أدوات الإنترنت في التسويق , وقدمت تعريفًا موجزًا للتسويق عبر تطبيقات التراسل الفوري , ثم ركزت بشكل خاص على الجدوى والمزايا المحتملة لتطبيق المراسلة الفورية على صناعة الكتب ، توصلت النتائج أن عمليات التسويق عبر تطبيقات التراسل الفوري حققت نجاحا كبيرا .

23- توصلت دراسة **Chigona, and Others(2009)**[35] أن الرسائل العاجلة الفورية **Instant Messages (IM)** عبر التليفون المحمول لها شعبية بين الشباب في جنوب أفريقيا. وبالرغم من وجود وعي بسلبياتها من قّبل مستخدميها من الشباب وأهلهم إلا أنهم مازالوا يستخدمونها بكثافة. وقد أصبحت الرسائل الفورية عبر التليفون المحمول عادة تحولت إلى إدمان بعد ذلك لمستخدميها.

24- ناقش **Van Camp, Scott** (2004)[36] تأثير المراسلات الفورية **(IM)** على استراتيجيات الإعلان في العديد من مؤسسات الأعمال في الولايات المتحدة .وأظهرت النتائج أن 72٪ من المراهقين يتبادلون الرسائل الفورية يوميًا ، وفقًا لبيتر باناجوبولوس، مدير التسويق الأعلى في شركة بولاروید , وأن العدد التقديري للمواطنين الأمريكيين الذين يستخدمون تطبيقات المراسلة الفورية يقترب من 64 مليون مواطن أمريكي , وأن المستخدمين يقضون حوالي 57 دقيقة يوميًا في استخدام خدمة الرسائل الفورية .

المحور الثاني : الدراسات التي تناولت استخدام القائم بالاتصال في الصحف للتكنولوجيا الحديثة :

25- هدفت دراسة **نيفين حسن أحمد معمر(2017)**[37] إلى التعرف على فاعلية بيئة العمل الداخلية في تطوير الأداء المهني بالصحف الفلسطينية اليومية، بالتطبيق على عينة من القائمين بالاتصال في الصحف الفلسطينية , وتوصلت الدراسة إلى أن هناك معوقات للبيئة الداخلية تحد من تطور الأداء المهني منها: (قلة الكوادر البشرية المؤهلة على استخدام التقنيات الحديثة بنسبة

30.5%، ضعف الاهتمام بعقد دورات تدريبية وورش عمل متخصصة بنسبة 29.1%، ضعف الأمان الوظيفي والحوافز والمكافآت ولوائح الترقي بنسبة 33.3%، نمط ملكية الصحيفة والسياسات التحريرية بنسبة 34%).

26- هدفت دراسة **معتز أحمد عبد الفتاح** (2016)[38] إلى التعرف على تأثير التأهيل والتدريب في المؤسسات الصحفية وعلاقته بالأداء المهني للصحفيين المصريين ، وتوصلت إلي عدة نتائج من أبرزها:هناك اهتمام إلي حد ما من قبل المؤسسات الصحفية لتنظيم الدورات التدريبية للمحررين العاملين بها. أبرز هذه المشكلات التي تواجه الصحفيين في مجال التدريب : قلة الموارد والإمكانيات والميزانيات المخصصة للتدريب, وعدم وجود برامج تدريبية حديثة ومتطورة مثل التي تقدم في الدول المتقدمة في مجال التدريب والتأهيل الصحفي , ضعف قدرات ومهارات المدربين, عدم الربط التدريب النظري بالتطبيق العملي والميداني, أبرز الصعوبات المهنية هي صعوبة الوصول إلى مصادر الأخبار الرسمية، ثم تقلص هامش الحرية في المعالجة الصحفية، ثم الصعوبة في تغطية الأحداث ميدانياً.

27- هدفت دراسة **جمال السماك**(2016)[39] إلى التعرف على الأساليب التي تؤدي إلى تطوير الأداء المهني للإعلاميين الفلسطينيين في ظل الانتشار الواسع لتوظيف تكنولوجيا الاتصال في العمل الإعلامي, وأشارت النتائج إلى أن أهم دوافع الاستخدام لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في العمل الإعلامي تسريع نقل المعلومات والاتصال، والوصول إلى كم كبير من المعلومات بسرعة، والتقليل من عناء الحصول عليها , وجاءت في مقدمة تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة زيادة السرعة في تنفيذ الأعمال، وزيادة ارتباط الإعلامي ومواكبته لأحدث التطورات التكنولوجية في مجال عمله.

28- استهدف **هشام سمير زقوت** (2016)[40] التعرف على مدى استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية وأظهرت النتائج أن تطبيق الفيس بوك هو الأكثر شيوعاً في تطبيقات التواصل الاجتماعي بنسبة **95.4** ،%يليه تطبيق التراسل الواتس أب بنسبة **92.6** % ومن أهم دوافع استخدام تطبيقات

الهاتف المحمول كانت تلقي الأخبار بنسبة **94.3 %** وإن أبرز الإيجابيات التطبيقات على الهواتف الذكية، كانت سرعة تلقي الأخبار بنسبة **84.4** % يليها سهولة الحصول على المعلومات بنسبة**77.3** %.

29- هدفت دراسة **عبير الرحباني** (2016) [41] إلى التعرف على كيفية استخدام الصحفيين الأردنيين صحافة المحمول ,وانعكاساتها على الصحف الورقية وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها : احتلت – صحافة المحمول -المرتبة الأولى كأفضل وسيلة للحصول على الأخبار من قبل الصحفيين. وكانت أهم دوافع الصحفيين للتعرض لصحافة المحمول -كانت دوافع نفعية تمثلت بدافع مهني في المرتبة الأولى، حيث يستخدم يومياً لمتابعة الأخبار ونشرها وتحديثها , والوصول إلى مصادر متعددة للمعلومات بسرعة.

30- هدفت دراسة **فلاح الصفدي** (2015)[42] إلى التعرف على مدى استخدام القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي، وفهم دوافع هذا الاستخدام والتعرف على أنماطه، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:إن الغالبية العظمى من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي وبنسبة **98.7%**، بينما **%1.3**لا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي , وأن التعرف على الأخبار والأحداث الجديدة والمتوقعة جاء في مقدمة الإشباعات التي يرى **50 %**من المبحوثين أنها تحققت بدرجة متوسطة.

31- استهدفت **رانده ماضي فكري(2014)**[43] التعرف على العوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائمين بالاتصال فى المواقع الإلكترونية الإخبارية , وأظهرت النتائج : اعتماد القائم بالاتصال على استخدام الإمكانيات التقنية التي توفرها شبكة الانترنت، مثل البريد الإلكتروني. كما يتم الاعتماد على المراسلين والمتعاونين في الكتابة للموقع كمصدر رئيسي للمعلومات وذلك بنسبة (44.7%)، وذلك إلى جانب قيام المحررين بإعادة صياغة المحتوى المنشور على الويب ووكالات الأنباء. وأن نسبة (62.90%) من المبحوثين قد تلقوا دورات تدريبية متخصصة، وأن هذه الدورات صقلت مهاراتهم في التعامل مع التقنيات الحديثة، وفي استخدام الوسائط المتعددة في مجال العمل داخل

المواقع الإخبارية، وفي استخدام أنظمة تحريرية جديدة، وساهمت في تطوير مهاراتهم في جمع المعلومات من الانترنت، وصقل مواهبهم في تصميم وإخراج المواقع التي يعملون بها.

32- هدفت **دراسة Soo Jung Moon & Patrik Hardley(2014)**[44] :إلى التعرف على تأثير استخدام القائمين بالاتصال التقنيات الحديثة في غرف الأخبار في عدد من الصحف الإلكترونية ، وذلك بالتطبيق على سبع وسائل إعلامية في الولايات المتحدة الأمريكية وهي (نيويورك تايمز، واشنطن بوست، **ABC News، NBC News، Fox News، CNN)**. وكشفت الدراسة عن اعتماد الصحف على تويتر كمصدر للأخبار بنسبة كبيرة بلغت 57.8%، وجاءت صحيفة نيويورك تايمز في المركز الثاني من حيث الاعتماد على تويتر بعد قناة **CNN**، وتلاها صحيفة الواشنطن بوست في المركز الثالث.

33- هدفت **دراسة وسام محمد أحمد حسن (2013)**[45] إلى التعرف على واقع استخدام القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية للوسائط المتعددة والكشف عن كثافة استخدام الوسائط المتعددة فى تقديم المحتوي بالصحف الإلكترونية, توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها :اعتنت الصحف الإلكترونية باستخدام الوسائط المتعددة إلا أن توظيفها لم يكن جيدا بالرغم من الوعي الكبير لدي الصحف محل الدراسة بأهمية كل عنصر من عناصر الوسائط ولم يعد المضمون وحده كافيا لتقديم الرسالة الاتصالية فالشكل الذي يتم تقديمه به يشغل أهمية كبيرة أيضا.

34- وسعت دراسةNatalia Vasilen Diuc (2012)[46] نحو تحديد مدى تأثير التكنولوجيا الحديثة متمثلة في الإنترنت على الممارسات المهنية الجديدة وعمل الصحفيين في رومانيا، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها (140) مفردة متمثلة في 73 صحفيا، 67 من وسائل الإعلام المحلية، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية واعتمدت على منهج المسح الإعلامي وقد تم جمع البيانات من خلال الاستبيان الإلكتروني، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن الإنترنت أصبحت

لدى حراس البوابة الرومانيين مصدرا لا غنى عنه للمعلومات وتوزيع الأخبار والتواصل مع الجمهور، وقللت الإنترنت الممارسات الصحفية التقليدية وقامت بتغييرها.

35- هدفت **دراسة ثائر محمد تلاحمة (2012)**[47] إلى وصف الإمكانيات التفاعلية المتاحة من قبل حارس البوابة الإعلامية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت. وتوصلت الدراسة إلى أن المواقع الإخبارية الفلسطينية استخدمت بشكل كبير نظام الوسائط المتعددة **(Multi Media)** بكافة أشكاله (نص، صورة، فيديو) في نشر المادة الخبرية داخل مواقعها.

36- وفي إطار تأثير تكنولوجيا الاتصال وخاصة تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي علي الأداء المهني للقائمين بالاتصال في الصحافة توصلت دراسة **Stephanie Rapp, (2012)**[48] إلي أن تطبيقات المراسلة الفورية أدت إلى السرعة والكفاءة والترتيب سواء في متابعة الأحداث أو تغطيتها أو تقديم الخلفيات عنها مما خلق نظاما مختلفا لتدفق الأخبار وعرضها .

37- عنيت **دراسة مبارك الحازمي (2012)**[49] بالتعرف على العوامل المؤثرة في طبيعة الأداء المهني وإنتاج المضامين الصحفية للقائم بالاتصال في الصحف السعودية سواء أكانت هذه العوامل والضغوط داخلية خاصة بهم أو خارجية ترتبط ببيئة العمل الصحفي داخل مؤسساتهم.وكشفت النتائج أن من أهم معايير انتقاء الأخبار و نشرها لدي القائم بالاتصال في الصحف السعودية هى ارتباط الموضوعات بسياسة التحرير و كذلك ارتباط الموضوعات بسياسة المملكة.

38- سعت دراسة **فريد بن زايد** (2010)[50]إلى الوقوف على مستويات استخدام وتملك الصحفيين الجزائريين للتكنولوجيا الحديثة للإعلام , وتأثيرات استخدامها على الممارسات اليومية للصحفيين، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:إن مجمل الصحفيين يمتلكون التكنولوجيات الحديثة , وأن هذه التكنولوجيا وفرت طرقا جديدة ومبتكرة للتواصل بين الصحفيين , كما أعادت تشكيل النموذج التنظيمي والهرمي في المؤسسة الصحفية وغيرت في تركيب عناصرها المعروفة , كما تركت آثارا في شكل الصحافة المكتوبة وصناعتها

في الجزائر.

39- وتوصلت دراسة **Mythen Gabe (2010)** [51] إلى العديد من النتائج التي تعكس تأثيرات تتردد بين الايجابية والسلبية لاستخدام التكنولوجيا الحديثة علي الأداء الصحفي للقائم بالاتصال، فمن أهم الايجابيات في هذا السياق السرعة في تنفيذ الأعمال، ومواكبة أحدث التطورات التكنولوجية في مجال عمله , ومن أهم السلبيات تزايد ضغوط العمل علي الصحفيين في هذه البيئة الجديدة التي فرضت مزيدا من المهام الصحفية عليهم .

40- وأشارت دراسة **Goode, Luke** (2009)[52] إلى أن من أهم تأثيرات استخدام التكنولوجيا علي أداء القائم بالاتصال السرعة في الحصول على المعلومات , والتي نتج عنها نظاما مختلفا لتدفق الأخبار وعرضها , بل وأوجدت قيما إخبارية بديلة تحركها الرغبة في تحقيق السبق الصحفي واجتذاب المعلنين والقراء.

41- استهدفت **دراسة أميمة عمران (2009)**[53] التعرف علي المهارات والأدوار و المسئوليات المنوطة بالقائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية وأثر استخدام التكنولوجيا الحديثة على الأداء المهني, وكشفت النتائج عن تنوع التقنيات التي يستخدمها القائمون بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية لجمع المادة الصحفية عبر الانترنت و كان من أبرزها: الخدمات الإلكترونية ، وقواعد البيانات والخدمات الصحفية الشخصية ثم القواميس والموسوعات الإلكترونية فالجماعات الإخبارية في حين كان هناك استخدام محدود لحجرات الدردشة والمكتبات الإلكترونية والقوائم البريدية كآليات حديثة لاستقاء المعلومات.

42- استهدفت **دراسة ماجد تربان** (2007) [54] التعرف على تجربة الصحافة الإلكترونية الفلسطينية واستغلالها للإمكانيات التكنولوجية المتاحة عبر الإنترنت , وكشفت النتائج أن هناك العديد من المميزات التي تحققها شبكة الانترنت للقائم بالاتصال في الصحف الالكترونية وجاءت السرعة في نقل المعلومات في المقدمة وتلتها ميزة أنها رصيد غنى من مصادر المعلومات، ثم إمكانية نقل الصور والنصوص عن طريق البريد

الإلكتروني، ثم سهولة الاستخدام وتوفير الاتصال في جميع الأوقات، وتوفير رجع الصدى الفوري.

43 ـ حاولت دراسة **رضا عبد الواحد** (2007)[55]التعرف على اتجاهات الصحفيين نحو علاقة الإنترنت بممارسة حرية الرأي والتعبير في الصحافة الإلكترونية العربية،وأشارت النتائج إلى الاستخدام الكثيف للإنترنت من جانب الصحفيين، و أن سرعة النفاذ إلى الأخبار والمعلومات واستكمال الموضوعات الصحفية هي أهم أوجه الاستفادة من الإنترنت، كما أظهرت النتائج أن الإنترنت أتاحت فرصاً جيدة لكسر حدة قيود الحريات الإعلامية بشكل عام من خلال عدة آليات مثل المدونات وغرف الحوار، والمنتديات، والتعليق على الموضوعات والمقالات.

44- هدفت **دراسة فيصل نعيم المصري (2003)**[56] التعرف على استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين لشبكة الإنترنت , وتوظيفهم لها في مجال الإعلام , وأظهرت النتائج أن الإعلاميين الفلسطينيين يستخدمون الإنترنت بكثافة، حيث إن نسبة المبحوثين المستخدمين للإنترنت بصورة دائمة بلغت **84.6** %، وبلغت نسبة من يستخدمون الإنترنت أحياناً **16.4** %, وأن **95.8%** من المبحوثين ازداد استخدامهم للإنترنت خاصة عندما تقع أحداث ضخمة يزداد فيها استخدام المبحوثين للإنترنت كمرتبة أولى، تلاها عندما يكونون بحاجة إلى معرفة الجديد في موضوع معين ، ثم متابعة التطورات المتلاحقة الهامة ، ثم لتبادل المواد الإخبارية العاجلة , وأن الاطلاع على أحدث الأخبار والمستجدات العالمية، وإرسال المعلومات للجهة التي يعملون بها .

45- استهدفت **دراسة Wilson Lee And B. Backer (2001)**[57] التعرف على تأثير المهارات التكنولوجية على النجاح في الوظيفة في سوق العمل الإعلامي , وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: إن امتلاك خريجي أقسام الصحافة والإعلام لمهارات التعامل مع التكنولوجيا الحديثة ساعدهم على تطوير قدراتهم في أداء الأعمال التي تسند إليهم في الوسائل الإعلامية، وقد أسهمت بدورها في حصولهم على فرص عمل متنوعة في سوق العمل الإعلامي، وقد أشارت النتائج إلى أن مستوى المهارات التكنولوجية يعتبر

مؤشرا هاما في السيطرة على المعدل التراكمي للعمل والنشاط الإعلامي ككل ويؤدي للنجاح في سوق العمل من خلال مهارات استخدام التقنيات الحديثة في العمل.

46- اهتمت **إيناس أبو يوسف** (2000)[58] بدراسة استخدامات الصحفيين المصريين لشبكة الانترنت كمصدر من مصادر المعلومات حيث أظهرت النتائج تركز تصورات الصحفيين المصريين حول مجالات الاستفادة من الانترنت في الحصول على المعلومات والمتابعة الخبرية , ومتابعة الأحداث العالمية , وأن عدد الصحفيين المصريين الذين نجحوا في استيعاب التعامل مع الشبكة محدودا للغاية مما أسفر عن وجود نمطين من الاستخدامات الأول: ويمارسه غالبية الصحفيين من خلال التعامل مع قسم المعلومات أو قسم الانترنت كما يطلق عليه في الصحف (للحصول على المعلومات والصور المطلوبة), والثاني :عدد محدود (وهو أن يقوم الصحفي بنفسه بالدخول على شبكة الانترنت والبحث عن المعلومات التي يريدها).

التعليق على الدراسات السابقة:

1- أكدت الدراسات السابقة المتعلقة بتطبيقات التراسل الفوري علي أهمية هذه التطبيقات بالنسبة للمبحوثين واعتمادهم عليها كوسيلة للتواصل , بل وفي مجالات أخرى كالتعليم والإعلان ، كما أكدت النتائج على وجود العديد من المتغيرات المؤثرة على تقبل المبحوث استخدام هذه التطبيقات , والنية نحو استمرار استخدامها ، ومن أهمها سهولة الاستخدام , ومدي الاستفادة منها .

2- تنوعت الدراسات التي تناولت القائم بالاتصال واستخدامه للتكنولوجيا في عمله ما بين دراسات ركزت على واقع استخدامه لها ، ودراسات ركزت على العوامل المؤثرة على استخدامه لها وانعكاس ذلك على أدائه المهني , وقد أكدت نتائجها على أهمية تكنولوجيا الاتصال بالنسبة للصحفيين, وبرغم ذلك فقد توصل معظمها إلي أنه رغم الإمكانيات الكبيرة والمزايا التي تتيحها تكنولوجيا الاتصال إلا أن القائم بالاتصال في الصحف العربية لم يصل بعد إلي مرحلة الاستفادة الكاملة من هذه الإمكانيات .

3- تنوعت المداخل النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة ما بين مدخل التفاعلية

وحارس البوابة الإعلامية ونظرية المسئولية الاجتماعية ونظرية ثراء الوسيلة الإعلامية , والاستخدامات والإشباعات ، وقلت الدراسات التي استندت إلى نظرية الفعل المبرر ونموذج تقبل التقنية.

4- اهتمت بعض الدراسات السابقة باستخدام القائم بالاتصال تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي كأحد وسائل للتكنولوجيا الحديثة في الصحف ، إلا أنها لم تتطرق إلى تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي ولا استخدام القائم بالاتصال لها , حيث قل اهتمام البحوث العربية بدراسة تبني واستخدام تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف المحمول في الوقت الذي تزايد فيه الاهتمام بها في البحوث الأجنبية .

5- ندرة الدراسات التي تناولت تبني القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية لتطبيقات المراسلة الفورية وانعكاس ذلك على أدائه المهني .

6- جاءت الدراسات كثيرة ومتنوعة من حيث الهدف والمنهج واختيار العينة، مما مكن الباحثة من الاستفادة من النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات في تحديد المشكلة وصياغة الفروض،، فضلا عن الاستفادة منها في تعميق جوانب التصور البحثي وإضافة أبعادا أخري لهذه الدراسة وفي التعرف على المنهج المناسب والأدوات البحثية وكيفية الاستفادة منها لتوظيفها لخدمة الدراسة .

وبصفة عامة يمكن القول أن تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي حظيت باهتمام الباحثين الأجانب, وأن هذا الموضوع ما زال بحاجة إلى المزيد من الدراسات العربية.

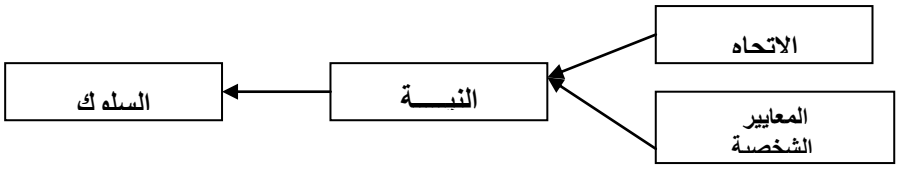
الإطار النظري للدراسة :

اعتمدت هذه الدراسة على استخدام بعض النظريات والنماذج العلمية التي ترتبط بالتكنولوجيا وتبنيها وانتشارها , حيث استندت إلى عدة مداخل نظرية أساسية هي :

1ـ نظرية الفعل المبرر(TRA) Theory of Reasoned Action :

جاءت هذه النظرية لفهم العلاقة بين المعتقدات والاتجاهات والنوايا السلوكية والسلوك، ويوضح "فيشبن وأجزن" **Fishbien & Ajzen** مكونات نظرية الفعل المبرر

والعلاقات المفترضة بين متغيراتها في ضوء تلك النظرية ويتضح ذلك في الشكل التالي[59]:



شكل (1)

يوضح أبعاد ومتغيرات نظرية الفعل المبرر كما قدمها فيشبن وأجزن (1980)

وأضاف بعض العلماء أبعادا ومكونات إضافية تفسر العوامل التي تؤدي لتبني الفرد سلوك ما في ضوء هذه النظرية، ومن أهمها المعتقدات وقوتها وتقييمه لها , والدافع للامتثال , وهذه العوامل تنعكس علي الاتجاهات والمعايير الشخصية لديه وتؤدي للتأثير علي النية السلوكية مما يؤدي للقيام بالسلوكيات المختلفة .

فروض نظرية الفعل المبرر[60] :

أ) تفترض النظرية أن السلوكيات الإرادية تتأثر مباشرة بالنوايا السلوكية، كما أن النوايا السلوكية هي نتيجة كل من الاتجاهات نحو أداء السلوك والمعايير الشخصية المرتبطة بالسلوك.

ب) أن السلوكيات الإرادية المتوقعة هي الأكثر قوة والأكثر قرب هي أكثر السلوكيات التي يتجه لها الأفراد والنوايا السلوكية يعتقد أنها نتيجة لتأثير كل من التأثيرات الفردية **The Individual Influence** والتأثيرات المعيارية**The Normative Influence**.

ت) أن الاتجاهات والمعايير الشخصية هي التأثيرات ذات المعني للنوايا السلوكية والمرتبطة بالسلوكيات الإرادية.

ث) أن البشر عقلانيون ويسعون للاستفادة من المعلومات المتاحة وينظرون للآثار المترتبة علي أفعالهم.

ج) يتم تحديد سلوك الشخص من قبل وفق النية لأداء هذا السلوك وحسب اتجاهاتهم ونيتهم نحو أداء السلوك وفق المعايير الشخصية .

متغيرات النظرية ومصطلحاتها [61] :

(1) الاتجاه:Attitude وهو الحالة النفسية التي تنطوي علي المعتقدات والمشاعر والقيم والتصرفات نحو الفعل بطرق معينة، كما تعني كيف يشعر الفرد تجاه السلوك.

(2) المعايير الشخصية: Subjective Norms تصور وإدراك الفرد للمعايير الاجتماعية أو معرفته للمعتقدات حول السلوك، وكيف أن السلوك يمكن رؤيته وفق دائرتنا الاجتماعية أو أولئك الذين يؤثرون علي قراراتنا.

(3) النية: Intention هي الميل للانخراط في السلوك واستعداد الفرد لأدائه.

(4) السلوك: Behavior هو السلوك الفعلي الذي يقوم به الأفراد.

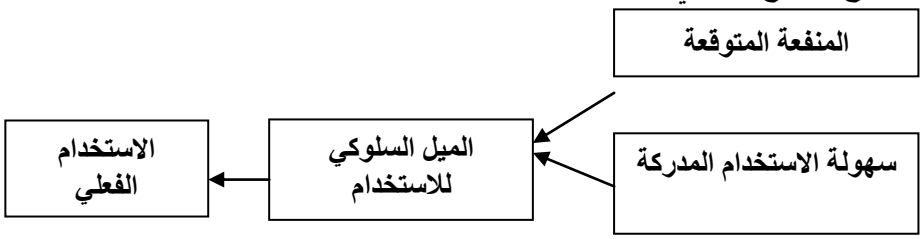
تطبيق النظرية في الدراسة الحالية:

وقد تم اختيار نظرية الفعل المبرر باعتبارها نموذجا هاما لقياس سلوك المبحوثين نحو تبني تطبيقات التراسل الفوري وذلك من خلال أربع عوامل تشتمل عليها هي : الاتجاه والنية والسلوك والمعايير الشخصية. كما تم اختيار هذه النظرية لأن المكونين الرئيسيين لهذه النظرية وهما الاتجاهات والمعايير الشخصية ذو أهمية كبري في دراسة استخدام تطبيقات التراسل الفوري, وكذلك لأن هذه النظرية توفر بيانات شاملة حول التنبؤ بالسلوكيات وفهم استخدام التقنيات الجديدة من جانب القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية .

2ـ نموذج تقبل تكنولوجيا المعلومات Technology Acceptance Model (TAM)

قدم **(Davis Fred)** لأول مرة عام 1989 نموذجا لدراسة تقبل التكنولوجيا , وأسماه نموذج تقبل التكنولوجيا **Technology Acceptance Model (TAM)**، ويعتبر هذا النموذج تطوير لنظرية الفعل المبرر **Theory of reasoned actions** ، التي تفترض أن هناك مجموعة من المتغيرات الخارجية تؤثر على الاتجاهات نحو تقبل تكنولوجيا المعلومات وتتمثل في أهمية الاستخدام المدركة **Perceived Usefulness**, وإدراك سهولة الاستخدام **Perceived Ease Of Use**[62], ويكمن الاختلاف بين نظرية الفعل المسبب ونموذج تقبل تكنولوجيا المعلومات في كون الأخير يحدد النوايا السلوكية باتجاه الشخص نحو الاستخدام، الذي يتشكل من إدراك الشخص لأهمية الاستخدام، ومن إدراكه لسهولة استخدام النظام.

ويشير نموذج تقبل التكنولوجيا **(TAM)** إلى أن تبنى المستخدم لنظم معلومات جديدة يحدده نية المستخدم تجاه استخدام النظام **(Behavior Intention to Use)** ، والذي بدوره يتحدد في إطار معتقدات المستخدم حول النظام. ووفقا لهذا النموذج فإن كل من الفائدة المتوقعة وسهولة الاستخدام المدركتان هما محددان رئيسيان لتبنى الأفراد استخدام التكنولوجيا ، وأن اتجاهاتهم نحو استخدامها تتأثر بعوامل خارجية منها (المتغيرات الديموجرافية، السمات الشخصية، الاعتقادات حول الموضوع، خصائص العمل، المتغيرات الوظيفية) , وقد اقترح "دافيس1989" شكل يوضح العلاقة بين المتغيرات المكونة لهذا النموذج وتتضح فيما يلي [63] :



شكل رقم (2) يوضح العلاقة بين المتغيرات المكونة لنموذج قبول التقنية

- **متغيرات نموذج قبول التقنية**:

– يقوم نموذج قبول التقنية علي مجموعة من المتغيرات وهي [64] :

أ) الفائدة (المنفعة) المدركة: حيث تعتبر المتنبئ الرئيسي لاستخدام تكنولوجيا المعلومات, وتعني المدى الذي يعتقد عنده الأفراد أن استخدام تكنولوجيا جديدة سوف يعزز أداء مهمتهم ضمن السياق التنظيمي.

ب) إدراك سهولة الاستخدام : وتعرف على أنها الدرجة التي يمكن للفرد عندها أن يعتقد أن استخدام تكنولوجيا معينة سوف يكون خاليا من أي جهد ، وقد برهنت نتائج العديد من الدراسات التجريبية أن السهولة المدركة للاستخدام تؤثر إيجابيا على النية السلوكية سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة ، وهناك عدد قليل من الدراسات التجريبية قامت باختبار سهولة الاستخدام على نية التبني ، وقد اكتشف البعض أن تلك النية تمارس تأثير

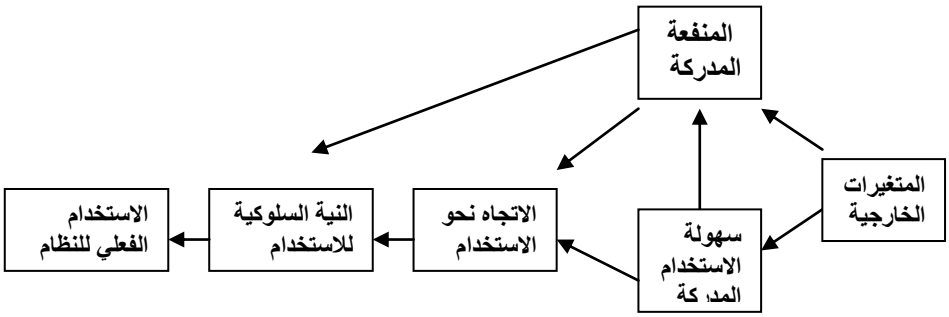
الوساطة. وهي واحدة من المعتقدات السلوكية الرئيسية التي تؤثر على نية المستخدم لقبول التكنولوجيا[65].

ج) الاستخدام الفعلي للنظام: السلوك الفعلي والذي يتراوح بين الاستخدام القليل إلي الاستخدام الكثيف.

وتتحدد النية لتبنى القائم بالاتصال لتطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي (متغير تابع) في إطار مجموعة من العوامل التحفيزية (المتغيرات المستقلة) والتي تتضمن مجموعة من التأثيرات المرجعية، ومعايير أخرى شخصية أو ذاتية ترتبط باتجاه الأفراد نحو تبني الأفكار المستحدثة[66].

فروض نموذج قبول التقنية [67] :

يقوم نموذج قبول التقنية علي فرضية رئيسية وهي أن الفائدة(المنفعة) المتوقعة **perceived usefulness (PU)** وسهولة الاستخدام المدركة **Perceived Ease of Use (PEOU)** نوعان من المحددات الأساسية لتبني التقنيات التكنولوجية الجديدة وتؤثران علي الميل السلوكي للاستخدام **Behavioral Intention To Use**، كما أن كلا من المنفعة المتوقعة وسهولة الاستخدام المتوقعة تخضع لتأثير المتغيرات الخارجية، وكذا النية السلوكية للاستخدام تتأثر بشكل مباشر بالمنفعة المدركة وتتوسط العلاقة بين الاتجاه للاستخدام والاستخدام الفعلي وفي ضوء ذلك تم تطوير هذا النموذج عدة مرات وقد تم تقديمه في الشكل التالي [68] :



شكل رقم (3)

يوضح التطور في العلاقة بين المتغيرات المكونة لنموذج قبول التقنية

تطبيق نموذج قبول التقنية في الدراسة الحالية:

وقد تم اختيار هذا النموذج في الدراسة الحالية لأنه يفسر دوافع القائم بالاتصال في الصحافة المصرية نحو تبني تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف المحمول الذكي, وعلاقتها بالاستخدام الفعلي لهذه التطبيقات من خلال تأثير عاملين رئيسيين هما: المنفعة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة، وكذا فإن النموذج يوفر بيانات شاملة حول التنبؤ بالسلوكيات , وكذا فهم اعتماد القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية على التقنيات الجديدة في عمله , ومدى انعكاسها على أدائه المهني .

3ـ نظرية البناء الاجتماعي للتكنولوجيا Social Construction of Technology:

تقوم النظرية على فكرة أن التكنولوجيا لا تحدد السلوك أو الفعل الإنساني بل على العكس فإن السلوك أو الفعل الإنساني هو الذي يشكل التكنولوجيا. وتشير إلى أنه يجب فهم المجتمع لفهم أسباب وعوامل قبول أو رفض التكنولوجيا داخله، فتؤكد النظرية أن معايير وأسباب قبول أو رفض التكنولوجيا يختلف وفقاً لاختلاف الفئات والجماعات داخل أي مجتمع [69] .

وقد تم الاستفادة بالأسباب والعوامل التي طرحتها هذه النظريات والنماذج لانتشار تبني واستخدام التكنولوجيا لتطبيقها على القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية لتطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي وانعكاسها علي أدائه المهني , بالإضافة إلى الاستفادة من هذه النظريات والنماذج في وضع تساؤلات وفروض الدراسة وتفسير النتائج .

تساؤلات الدراسة :

تهدف الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية:

1- ما معدل استخدام القائم بالاتصال في الصحف المصرية تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي في عمله ؟

2- إلى أي مدى يعتمد المبحوثون على تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي في عملهم؟

3- ما أسباب تبني القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية تطبيقات التراسل الفوري للهاتف الذكي في عملهم؟

4- ما أكثر تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي استخداماً من قبل القائمين بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية عينة الدراسة ؟

5- ما اتجاه القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية نحو تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي ؟

6- ما نية المبحوثين نحو استمرار تبني تطبيقات التراسل الفوري ؟

7- ما العلاقة بين المعايير الشخصية للمبحوثين والفائدة والسهولة المدركتين تبني القائم بالاتصال لتطبيقات التراسل الفوري ؟

8- ما أوجه استفادة القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية من تبنيه تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي في عمله ؟

9 – ما مدى سهولة استخدام تطبيقات التراسل الفوري للهاتف الذكي لدي القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية ؟

10- ما أنماط السلوك التي يقوم بها المبحوثون بعد استخدامهم تطبيقات التراسل الفوري في الصحف الإلكترونية المصرية ؟

فروض الدراسة:

يمكن تحديد فروض الدراسة فيما يلي:

1- توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين كل من (الفائدة المدركة – سهولة الاستخدام المدركة) لتطبيقات التراسل الفوري والاستخدام الفعلي لها لدي القائمين بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية .

2- توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين الاعتقاد بسهولة الاستخدام المدركة لتطبيقات التراسل الفوري والفائدة المدركة منها لدي القائمين بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية .

3- توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات عينة الدراسة نحو تبني استخدام الصحفيين تطبيقات التراسل الفوري والاستخدام الفعلي لها.

4- توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية لتطبيقات التراسل الفوري ونية تبني استخدامه لها .

5- توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين (الاتجاهات نحو استخدام تطبيقات التراسل الفوري- المعايير الشخصية للقائمين بالاتصال- الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة) من تطبيقات التراسل الفوري والنية السلوكية لاستخدامها لدي القائمين بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية .

6- تؤثر المعايير الشخصية للمبحوثين بشكل ايجابي على كل من :

-الفائدة المدركة من تبني استخدام تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي .

- السهولة المدركة من تبني استخدام تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي.

7 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تبني المبحوثين لتطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي وفقا للمتغيرات الديموجرافية (السن - النوع- المستوى التعليمي - المستوي الاقتصادي والاجتماعي) والخبرة .

المفاهيم الإجرائية للدراسة:

1ـ القائم بالاتصال :

ويقصد به وفقا لأهداف هذه الدراسة، هو الذي يمارس بصفة منتظمة العمل الصحفي داخل الصحف الإلكترونية سواء تقاضى عن هذا العمل أجرا ثابتا أم لا، وسواء كان متفرغا للعمل الصحفي أم يباشره إلى جانب عمله الأساسي. ويشمل كل من يسهم في جمع وتحرير وتصوير المادة الإعلامية المنشورة ورفعها على الموقع الإلكتروني للصحيفة.

2ـ تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي :

هي برامج صممت خصيصا للعمل على أنظمة التشغيل الخاصة بالهواتف الذكية، ويتم تنزيلها يدويا من قبل المستخدم عن طريق متجر خاص موجود على هذه الهواتف, وهي

تطبيقات تستخدم للتواصل بين أفراد المجتمع، حيث تعمل بشكل أساسي على تقديم خدمات التراسل الفوري بأنواعها المختلفة , ويكون التراسل الفوري بالنص والصوت والفيديو، كما تعمل على استخدام تكنولوجيا الإنترنت لتحويل الاتصالات إلى حوار تفاعلي لتبادل المعلومات وتطوير العلاقات الاجتماعية والمهنية.من خلال الأجهزة الذكية مثل تطبيقات الواتس أب، التليجرام ، السناب شات، والفايبر.

3ـ **الصحيفة الإلكترونية**: Online Journalism :

تتبنى الدراسة الراهنة مفهوما للصحيفة الإلكترونية– سواء أكانت جريدة أو مجلة– علي أنها الصحيفة التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الإنترنت كإصدارات إلكترونية للصحف الورقية، أو كصحف إلكترونية خالصة ليست لها إصدارات ورقية.

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية والتي لا تقف عند مرحلة جمع البيانات بل تمتد إلى تصنيفها وتحليلها وتفسيرها، واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة للتعرف على تبني القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية لتطبيقات التراسل الفوري وانعكاس ذلك على أدائه المهني.ومعرفة العوامل المؤثرة عليها وأيضاً التعرف على العلاقة بين الاتجاه نحو هذه التطبيقات والنية لاستخدامها والسلوك المتبع تجاهها . **منهج الدراسة** :

استخدمت هذه الدراسة منهج المسح حيث تم مسح عينة من القائمين بالاتصال فى الصحف المصرية الإلكترونية للتعرف على طبيعة استخدامه لتطبيقات التراسل الفوري وانعكاس ذلك على أدائه المهني ، كما اعتمدت على أسلوب المقارنة، للمقارنة بين استجابات المبحوثين فيما يتعلق بخصائصهم وسماتهم، وممارساتهم المهنية، وعلاقة ذلك بأدائهم المهني.

مجتمع الدراسة :

تحدد مجتمع الدراسة فى القائمين بالاتصال في الصحف المصرية الإلكترونية وذلك لعدة أسباب من أهمها : **أولا** : لأنهم الذين يقومون بعملية صنع وإنتاج الرسالة الصحفية بهذه الصحف حتى وصولها للجمهور، فهم الذين يشرفون على تحرير ونشر

الأخبار والمواد الصحفية ,إذ يمكن للصحفي بمفرده القيام بكل مفردات العمل الصحفي من اختيار الموضوع، وجمع البيانات، والاتصال بمصادره وكتابته، بل ونشره أيضاً والتغطية غير المحدودة والمستمرة، التي لا تتوقف 24 ساعة[70]، **وثانيا** : لأن الصحافة الإلكترونية تتميز بعدد من السمات والخصائص، منها: التغطية الصحفية الفورية الحية، والمتعمقة، والتفاعلية؛ والتغطية الرقمية من صور وبيانات ورسوم؛ والتغطية المتعددة الوسائط من صوت، وصورة، وألوان؛ والتغطية الذاتية[71] ويمكن التعديل في محتواها بشكل مستمر,وإن المميزات والخصائص التي تتميز بها تطبيقات التراسل الفوري يمكن أن تساعد القائم بالاتصال في هذه الصحف على تنفيذ هذه المهام بكل سهولة وسرعة وبكلفة أقل .

نوع العينة وطريقة اختيارها:

تم سحب مفردات العينة بنظام العينة العمدية الغير احتمالية وذلك من أجل ضمان أكبر قدر من التنوع في خصائص العينة , حيث تم توجيه الاستمارة للذين يمتلكون أجهزة هواتف ذكية ويستخدمون الانترنت , وقد تبين للباحثة أثناء إجراء الاختبار القبلي للاستمارة أن البعض منهم لا يعلم ببعض هذه التطبيقات أساسا . وتم التطبيق على القائمين بالاتصال في مواقع صحف : بوابة الأهرام , الأخبار، واليوم السابع , الوطن , المصريون , وأخبارك نت , المصري اليوم ، وقد بلغ إجمالي المبحوثين (400) مبحوث من القائمين بالاتصال في مواقع الصحف المصرية , وكان توزيعهم كالتالي:

* بوابة الأهرام 85 مفردة بنسبة 21.25% .
* الأخبار 68 مفردة بنسبة 17% .
* الوطن 55 مفردة بنسبة 13.75 % .
* المصري اليوم 58 مفردة بنسبة 14.5 % .
* البورصة الاقتصادية 27 مفردة 6.75 % .
* المصريون الإلكترونية 25 مفردة بنسبة 6.25%.
* اليوم السابع الإلكترونية 82 مفردة بنسبة 20.5%.

وفيما يلي جدول يوضح خصائص العينة وفقا للسن، ومستوى التعليم، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي, والخبرة :

جدول رقم (1)

يوضح خصائص العينة

المتغيرات	الفئات	ك	%
النوع	ذكر	221	55.25
	أنثى	179	44.75
العمر	أقل من 25	74	18.5
	من 25 لأقل من 40	220	55
	من 40لأقل من 55	67	16.75
	من 55فأكثر	39	9.75
التعليم	جامعي	355	88.75
	فوق جامعي	45	11.25
المستوى الاقتصادي الاجتماعي	منخفض	49	12.25
	متوسط	215	53.75
	مرتفع	136	34
الخبرة	أقل من خمس سنوات	41	10.25
	من 5 إلى أقل من10	231	57.75
	أكثر من 10 سنة	128	32
الإجمالي		400	

ـ أدوات جمع بيانات الدراسة:

(أ) استمارة الاستقصاء :

تم استخدام هذه الأداة لجمع البيانات التي تقيس الأبعاد والمتغيرات المختلفة للدراسة، وذلك في ضوء المشكلة البحثية، وأهدافها، فضلاً عن فروض الدراسة وتساؤلاتها، وقد تم تعديل صياغة الاستمارة بهدف التحقق من الصحة الموضوعية والمنهجية لأداة البحث، وتم إجراء كل التعديلات اللازمة لضمان فهم المبحوثين جيدا لأسئلة الاستمارة .

اشتملت الاستمارة على عدة مقاييس تجميعية لقياس متغيرات الدراسة بهدف دمج عدد من المتغيرات داخل مقياس واحد , وتتم على أساسه بعض الاختبارات الإحصائية، **وذلك** لضمان عدم تشتت النتائج، وقد أفادت هذه المقاييس في رسم صورة واضحة لعلاقة محاور الدراسة ببعضها البعض واتجاهات المبحوثين المختلفة , وقد كانت أهم هذه المحاور ما يلي :

1- مدى تبني القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية لتطبيقات المراسلة الفورية عبر الهاتف الذكي.

2- اتجاهات القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية نحو تطبيقات المراسلة الفورية عبر الهاتف الذكي.

3- رؤية القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية لمدي سهولة استخدام تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي.

4- تقييم القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية لمدى الاستفادة من تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي.

5- مقياس النية لدى القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية نحو تبني القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية لتطبيقات التراسل الفوري

6- المعايير الشخصية للقائمين بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية .

7- المتغيرات الديموجرافية للقائمين بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية.

(ب) المقابلة: حيث حرصت الباحثة على التواجد مع المبحوثين من القائمين بالاتصال في الصحف المصرية الإلكترونية أثناء الإجابة على استمارة الاستقصاء ، وذلك لضمان الحصول على إجابات دقيقة .

الصدق والثبات :

قامت الباحثة باختبار صدق صحيفة الاستقصاء من خلال عرضها على المحكمين(*) لاختبار مدى صلاحيتها لتحقيق أهداف البحث ، وبعد الأخذ بآرائهم، تم تعديل

الاستمارة بهدف التحقق من الصحة الموضوعية والمنهجية لأداة البحث ، واعتمدت الباحثة في قياس الثبات على إعادة الاختبار مع نفسها على 40 مفردة بواقع 10% من حجم العينة، وحققت إعادة الاختبار نسبة اتساق عالية .

المعالجة الإحصائية للبيانات :

1- اعتمدت الباحثة في عمليات التحليل الإحصائي على برنامج **SPSS v.17** حيث تم إدخال البيانات على الكمبيوتر، وتمت المعالجة الإحصائية لهذه البيانات عبر تطبيق العديد من المعاملات الإحصائية، وقد تنوعت المتغيرات بين متغيرات اسمية **Nominal** ، وترتيبية **Ordinal**، ووزنية **Scale** وعلى هذا فقد قامت الباحثة بتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلاءم كل متغير على النحو التالي :

أ- **المقاييس الوصفية** وتشمل : الجداول والتوزيعات التكرارية ومتوسط الوزن المرجح .

ب- **الاختبارات الإحصائية** : التي تقيس وجود فروق بين متغيرات الدراسة .و شملت : اختبار كا2 **Pearson Chi2** ، واختبار **T.Test**، اختبار **(F) One Way ANOVA**، كما تم استخدام معامل ارتباط بيرسون .

2. أسلوب التحليل الكيفي: وذلك لأهميته في تفسير النتائج الكمية التي أسفر عنها التطبيق الميداني.

النتائج العامة للدراسة :

1- مدى تبني القائم بالاتصال في الصحف المصرية لتطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي :

جدول رقم (2) يوضح مدى تبني القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية لتطبيقات التراسل الفوري

مدي تبني القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية لتطبيقات التراسل الفوري	ك	%
دائماً	284	71
أحياناً	107	26.8
نادراً	9	2.2
الإجمالي	400	100

كا2 : 291.39 درجة الحرية : 2 المعنويه : 0.000 داله

تشير بيانات الجدول السابق إلي عدة نتائج من أهمها :

- أن جميع أفراد العينة تتبني استخدام تطبيقات التراسل الفوري ولكن بنسب متفاوتة , حيث بلغت نسبة من يستخدمونها بشكل دائم 71 %من المبحوثين، بينما شكلت نسبة 26.8%

يستخدمونها أحيانا, بينما بلغت نسبة من يستخدمون هذه التطبيقات نادرا 2.2% وتعتبر هذه النسبة ضئيلة وتؤكد هذه النتائج على أهمية تطبيقات التراسل الفوري لدى الصحفيين , كما توضح وعيهم بأهمية هذه التطبيقات في عملهم وحياتهم.

- وباستخدام كا2 اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام تطبيقات التراسل الفوري للصحفيين , حيث كانت قيمة كا2=291.39 وهي دالة عند مستوى0.00 , وهذا يرجع إلى ارتفاع عدد المبحوثين الذين يستخدمون تطبيقات التراسل الفوري للصحفيين بشكل دائم . وتتفق هذه النتائج مع دراسة كلا من : هشام سمير زقوت (2016)[72], وجمال السماك (2016)[73] والتي جاء فيها أن.86.8 % من الإعلاميين الفلسطينيين يستخدمون تطبيقات التواصل الاجتماعي، ودراسة عبير الرحباني (2016)[74] التي توصلت إلى أن صحافة الموبايل تحتل المرتبة الأولى استخداماً من قبل الصحفيين، ودراسة راندة ماضي (2014)[75] والتي خلصت إلى أن 67.8% من المبحوثين يستخدمون الهواتف الذكية للدخول لشبكات التواصل الاجتماعي ودراسة **Silla, Chandrika** (2015)[76] , دراسة **(2015) Lukasz Piwek*, Adam Joinson** [77], ودراسة **Chigona, and Others,** (2009)[78] و دراسة فيصل نعيم المصري (2003)[79] .

2- مدة استخدام القائم بالاتصال في الصحف المصرية لتطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي :

جدول رقم(3) يوضح مدة استخدام المبحوثين لتطبيقات التراسل الفوري

مدة استخدام القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية لتطبيقات التراسل الفوري	ك	%
أقل من سنة	56	14
من سنة إلى أقل من عامين	255	63.7
من عامين إلى أقل من 4 سنوات	78	19.5
من 4 سنوات فأكثر	11	2.8
الإجمالي	400	100

كا2 : 343.660 درجة الحرية : 3 المعنويه : 0.000 داله

تشير نتائج الجدول السابق إلي عدة نتائج من أهمها :

- أن نسبة 63.7 % من القائمين بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية يستخدمون تطبيقات التراسل الفوري من عام إلى أقل من عامين حيث زاد انتشار هذه التطبيقات في

الآونة الأخيرة مما أدي لزيادة استخدامها وتزايد عدد مستخدميها ، وتشير هذه النتائج إلى أن الصحفيين يواكبون التطور التكنولوجي , بينما كان 19.5% من المبحوثين يستخدمونها من عامين إلى أقل من 4 أعوام ، وكان 14% يستخدمونها من أقل من عام , وأن نسبة 2.8 % يستخدمونها منذ 4 سنوات فأكثر.

- و باستخدام اختبار كا2 اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدة استخدام تطبيقات التراسل الفوري للصحفيين , حيث كانت قيمة كا2=343.660 وهي دالة عند مستوى0.000, وهذا يرجع إلى ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يستخدمون التطبيقات من سنة إلي أقل من عامين. وتتفق هذه النتائج مع دراسة **Jiming Wu and De Liu** (2007) [80] في أن عينة الدراسة يستخدمونها من (1-3 سنوات) بنسبة 51.4 % .

3- أسباب تبني القائم بالاتصال في الصحف المصرية الالكترونية تطبيقات التراسل الفوري :

جدول رقم(4) يوضح أسباب تبني القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية لتطبيقات التراسل الفوري

العبارات	موافق		محايد		معارض		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
استخدام التطبيقات يحسن من أدائي وقدراتي	374	93.5	21	5.3	5	1.3	2.92	0.311	97.3
. بحكم طبيعة عملي	363	90.8	33	8.3	4	1	2.90	0.335	96.7
توفر الكثير من الوقت والجهد	359	89.8	38	9.5	3	0.8	2.89	0.336	96.3
إمكانية تحديث المعلومات وفقا لتطورات الأحداث بكل سهولة	363	90.8	30	7.5	7	1.8	2.89	0.365	96.3
مصدر مهم وواسع للمعلومات	344	86	51	12.8	5	1.3	2.85	0.393	95.0
الثقة في المعلومات التي يتم الحصول عليها من خلال هذه التطبيقات	335	83.8	53	13.3	12	3	2.81	0.465	93.7
يمكن استخدام هذه التطبيقات فى اى وقت و فى اى مكان	284	71	100	25	16	4	2.67	0.549	89.0
لا تكلفني جهد أو مال	256	64	138	34.5	6	1.5	2.63	0.515	87.7
لسهولة تبادل المعلومات ونقلها إلى الموقع .	235	58.8	143	35.8	22	5.5	2.53	0.6000	84.3
تتيح لي سهولة الوصول للمعلومات	161	40.3	220	55	19	4.8	2.36	0.570	78.7
للتواصل مع المؤسسة التي أعمل بها	117	29.3	246	61.5	37	9.3	2.20	.0588	73.3

تشير بيانات الجدول السابق إلي أهم أسباب تبني القائم بالاتصال في الصحف المصرية الالكترونية لتطبيقات التراسل الفوري في عمله , حيث أظهرت النتائج ما يلي :

- كان السبب الأول لتبني القائم بالاتصال في الصحف المصرية تطبيقات التراسل الفوري هو أن استخدام التطبيقات يحسن من أدائي وقدراتي جاء بوزن نسبي 97.3 , ثم بحكم طبيعة عملي في المرتبة الثانية بوزن نسبي 96.7 , ثم جاءا في الترتيب الثالث سببين هما : أنها توفر الكثير من الوقت و الجهد , ثم إمكانية تحديث المعلومات وفقا لتطورات الأحداث بكل سهولة بوزن نسبي 96.3 لكل منهما , ثم لأنها مصدر مهم وواسع للمعلومات بشكل عام بل ومن مصادر متعددة في المرتبة الرابعة بوزن نسبي 95, ثم للثقة في المعلومات التي نحصل عليها من هذه التطبيقات حيث جاءت في المرتبة السادسة بوزن نسبي 93.7 , تليها لأنه يمكن استخدام هذه التطبيقات في أي وقت و في أي مكان بوزن نسبي 89, ثم لا تكلفني جهد أو مال بوزن نسبي 87.7 ، ثم لسهولة تبادل المعلومات ونقلها من خلالها , بوزن نسبي 84.3 , ثم لأنها تتيح لي سهولة الوصول للمعلومات **بوزن نسبي 78.7, ثم** للتواصل مع المؤسسة التي أعمل بها **بوزن نسبي 73.3** .
- ويمكن تفسير تعدد أسباب تبني القائمين بالاتصال بالصحف الالكترونية المصرية لتطبيقات التراسل الفوري في ضوء نظرية البناء الاجتماعي للتكنولوجيا **Social Construction of Technology** حيث تشير النظرية إلى أن معايير أسباب قبول أو رفض التكنولوجيا يختلف وفقاً لاختلاف الأفراد والجماعات والفئات داخل المجتمع الواحد.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسات كل من: **Yongqiang Sun** وآخرون (2018) [81] ، **Ying Tang, Khe Foon Hew(2017)**[82] هشام سمير زقوت (2016)[83] , وجمال السماك (2016)[84] ، وعبير الرحباني (2016) [85] , **Li Zhang • Chao Xu • Pathak,** (2015)[86] , و **Silla, Chandrika** (2015)[87] , و **Natalia Vasilen Diuc(2012)**[88] .

4- مدى اعتماد القائم بالاتصال في الصحف المصرية على تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي في أداء عمله :

جدول رقم (5)

يوضح مدى اعتماد القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية على تطبيقات التراسل الفوري في أداء عمله

اعتماد القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية على تطبيقات التراسل الفوري في أداء عمله	ك	٪
أعتمد بدرجة كبيرة	241	60.3
أعتمد بدرجة متوسطة	134	33.5
أعتمد بدرجة قليلة	25	6.2
الإجمالي	400	100

كا2 : 174.965 درجة الحرية : 2 المعنويه : 0.000 داله

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج من أهمها :

- أن الغالبية العظمى من القائمين بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية يعتمدون على تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي في أداء عمله بنسبة 93.8% منهم 60.3% يعتمدون عليها بدرجة كبيرة ، 33.5% يعتمدون عليها بدرجة متوسطة، وذلك في مقابل 6.2% فقط من يعتمدون على تلك التطبيقات بدرجة قليلة .
- وتشير هذه النتائج إلى أنه يكاد أن يكون هناك اتفاق عند القائمين بالاتصال في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة في اعتمادهم على استخدام تطبيقات التراسل الفوري للصحفيين في عملهم , وربما يرجع ذلك إلي الأسباب السابق ذكرها , حيث تأتي هذه النتائج متوافقة مع نتائج الجدول السابق رقم (4) وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة **García, T. & others** (2011)[89] والتي خلصت إلى أن تطبيقات التواصل الاجتماعي تتميز بالسرعة في نشر الخبر والمعلومة أو استقبالها والارتباط بها. و باستخدام اختبار كا2 اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى اعتماد القائم بالاتصال في عمله على تطبيقات التراسل الفوري , حيث كانت قيمة كا2= 174.965وهي دالة عند مستوى0.000, وهذا يرجع إلى ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يعتمدون على هذه التطبيقات بشكل كبير .

5- أهم تطبيقات الهاتف المحمول للصحفيين التي تعتمد عليها في أداء عمله

جدول رقم (6)

يوضح أهم تطبيقات التراسل الفوري التي تعتمد عليها القائم بالاتصال في أداء عمله

تطبيقات التراسل الفوري	دائماً		أحياناً		نادراً		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
واتس آب	244	61	148	37	8	2	2.95	0.532	98.3
ماسنجر	241	60.3	143	35.8	16	4	2.56	0.572	85.3
ايمو	175	43.8	161	40.3	64	16	2.28	0.722	76.0
الفايبر	131	32.8	202	50.5	67	16.8	2.16	0.685	72.0
تليجرام	115	38.8	111	27.8	134	33.5	2.05	0.849	68.3
سناب شات	132	33	115	28.7	153	38.3	1.95	0.844	65.0
انستجرام	121	30.3	128	32	151	37.8	1.93	0.822	64.3
سكاي بي	88	22	130	32.5	182	45.5	1.77	0.788	59.0
زيلو	42	10.5	163	40.8	195	48.8	1.62	0.669	54.0
بي بي إم	68	17	103	25.8	229	57.3	1.60	0.763	53.3
التانجو	52	13	96	24	252	63	1.50	0.7115	50.0

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج من أهمها :

- أن الواتس آب " شكل أهم تطبيقات المراسلة الفورية الأكثر استخداما من قبل القائم بالاتصال في الصحافة الالكترونية, حيث احتل المركز الأول وذلك بوزن نسبي 98.3، . ويرجع ذلك إلى عدة أسباب من أهمها: أن الواتس آب تطبيقا أثبت فعاليته بشكل كبير في نقل الأخبار لذلك هو مفضل كثيرا بين المجموعات المهنية التي تعتمد عليه ، وذلك لتعدد مميزاته بداية من الاتصال سواء بالصوت أو الفيديو ونقل الصور بنفس جودتها , وإمكانية الدردشة , كما أن المجموعات على واتس آب تتيح إمكانية نشر الأخبار وتدعيم موقع الصحيفة من خلال ربطهما ببعضهما ، كذلك إتاحة فرصة للمواطنين في صناعة الحدث وتطوير مفهوم المواطن الصحفي ، وربما يرجع أيضا إلى ما أكدته إحدى

الدراسات إلي ضعف الثقة بالأخبار التي يتم نقلها عبر الفيسبوك , وما تمت إثارته مؤخرا حول الكم الهائل من الأخبار المزيفة والشائعات التي تظهر على الفيسبوك , مما أدى إلى قوة وشهرة الواتس آب والتي كانت دافعاً قوياً في إقبال الكثير من الشبكات الصحفية على إنشاء مجموعات عليه[90] , وتتفق هذه النتيجة مع دراسة **Simon(2016)**[91] **So**, ودراسة هشام سمير زقوت (2016)[92] والتي توصلتا إلى أن الواتس آب هو الأكثر شيوعا بين تطبيقات التواصل الاجتماعي , لما يتمتع به من مميزات عديدة .

- أن تطبيق الماسنجر جاء في المرتبة الثانية حيث يستخدمه الصحفيين للتواصل مع المراسلين والمندوبين لصحفهم خاصة المتواجدين في أماكن بعيده لنقل وتغطية الأحداث, وذلك بوزن نسبي85.3، ثم جاء في المرتبة الثالثة تطبيق إيمو بوزن نسبي 76 ويرجع ذلك لما يتميز به هذا التطبيق من مميزات منها أنه يتيح إمكانية إجراء مكالمات صوتية ومرئية مجانية وبجودة ممتازة , مع إمكانية التراسل النصي وإنشاء مجموعات وغيرها من المزايا الأخرى التي تتوفر في معظم التطبيقات الشهيرة. ثم جاء الفايبر في المرتبة الرابعة وذلك لاستخدامه في الاتصال بين الصحفيين بوزن نسبي 72 ثم جاء تيلجرام في الترتيب الخامس بوزن نسبي68.3 ، ويرى الصحفيين أن هذا التطبيق وفر ميزة كبيرة لم توفرها تطبيقات التراسل الفوري الأخرى وهي الإرسال في اتجاه واحد، حيث يكون المرسل الوحيد هو صاحب المجموعة وإدارتها مما يخفف من فرص التشويش وإعاقة النشر .

- أما تطبيق " سناب شات فقد جاء في الترتيب السادس بوزن نسبي 65، ثم" جاء في الترتيب السابع الانستجرام وذلك بوزن نسبي 64.3 , ثم جاء سكاي بي في الترتيب الثامن بوزن نسبي 59 ثم زيلو في الترتيب التاسع بوزن نسبي 53.3 فهذا التطبيق يتيح فرصة الحديث الصوتي للصحفيين من مناطق عملهم لتغطية الأحداث فور وقوعها، إضافةً إلى أنه يفعّل دور المواطن الصحفي لوجود خاصية السماع للمواطنين ، أما باقي التطبيقات وهي : التانجو , بي بي ام , فقد احتلت المراتب الأخيرة حيث كان استخدامها قليل جدا من قبل الصحفيين , أو لم يتم استخدامها مطلقا, لأنهم لا يعرفون هذه التطبيقات .

- وبذلك يتضح من الجدول تعدد تطبيقات التراسل الفوري التي يستخدمها الصحفيين في أداء عملهم , و يرجع ذلك كما يرى الصحفيين إلى ان هذه التطبيقات ليست متشابهة في المميزات التي يتمتع بها كل تطبيق ، بل إن كل تطبيق منها يتمتع بمميزات مغايرة عن التطبيقات الأخرى, كما أوضح المبحوثين من الصحفيين بالمواقع الالكترونية أن استخدامهم لهذه التطبيقات يرتبط بمجال عمل كل مبحوث , فعلى سبيل المثال في القسم الفني يستخدم الصحفيين تطبيق الانستجرام أكثر من أي تطبيق آخر, وذلك بسبب اهتمامهم بمعرفة أهم الصور والأخبار التي يقوم الفنانين و المشاهير بوضعها علي حسابهم الشخصي علي الانستجرام لتكون مادة خصبه لدي الصحفيين , ولجذب اهتمام القراء للموقع الذي يعملون به .

6- مدى تلبية تطبيقات التراسل الفوري لاحتياجات القائم لاحتياجاته الإعلامية:

جدول رقم (7)

يوضح مدى تلبية تطبيقات التراسل الفوري للاحتياجات الإعلامية للقائم بالاتصال

مدى تلبية تطبيقات المراسلة الفورية للاحتياجات الإعلامية للقائم بالاتصال	ك	٪
بدرجة كبيرة	218	54.5
الي حد ما	84	21
بدرجة قليلة	98	24.5
الإجمالي	400	100

كا2 : 81.380 درجة الحرية : 2 المعنويه : 0.000 داله

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج من أهمها :

- أن الغالبية العظمى من المبحوثين من القائمين بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية يرون أن تطبيقات المراسلة الفورية تلبي احتياجاتهم الإعلامية وذلك بنسبة بلغت 75.5% , توزعت هذه النسبة بين من يراها أنها تلبي احتياجاته الإعلامية بدرجة كبيرة حيث جاءت بنسبة بلغت 54.5% من إجمالي عينة الدراسة من القائمين بالاتصال

بالصحف الإلكترونية المصرية , وبين من يرون أن تطبيقات المراسلة الفورية تلبي احتياجاتهم الإعلامية إلى حد ما بنسبة بلغت21%، في مقابل ذلك بلغت نسبة من يرون أن تطبيقات المراسلة الفورية تلبي احتياجاتهم الإعلامية بدرجة قليلة 24.5 % من إجمالي مفردات عينة الدراسة من القائمين بالاتصال في الصحف المصرية .

- وقد أكد عدد كبير من القائمين بالاتصال في الصحف المصرية أن تطبيقات المراسلة الفورية قدمت تسهيلات كبيرة في مجالات متعددة تتعلق بعملهم من أهمها: جمع المادة الإعلامية وتحريرها , كما أفادت في التواصل مع الزملاء والمصادر المختلفة , بل ومع الجمهور أيضا.

- وقد أكد اختبار كا2 وجود علاقة دالة إحصائيا بين القائمين بالاتصال في مدى تلبية تطبيقات التراسل الفوري لاحتياجاته الإعلامية , حيث بلغت قيمة كا2 **81.380** وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.000 ، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسات كل من : دراسة **Debora, Lynn, & Patricia,** (2014)[93] , و دراسة **Reynol Junco&,** **Shelia R. Cotten** (2010)[94] , و**دراسة ثائر محمد تلاحمة** **(2012)**[95] **Stephanie Rapp,** (2012)[96] .

7- اتجاهات القائمين بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية نحو تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي .

جدول رقم (8)

يوضح اتجاهات المبحوثين نحو تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي

العبارات	معارض		موافق		محايد		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
استخدام التطبيقات يجعلني أكثر فاعليه في عملي	358	89.5	37	9.3	5	1.3	2.88	0.359	96.0
التطبيقات مهمة جدا	142	35.5	232	58	26	6.5	2.29	0.580	76.3
استخدام التطبيقات ضرورة لملاحقة تطورات الأحداث	174	43.5	104	26	122	30.5	2.13	0.851	71.0
التطبيقات تحسن من أدائي وقدراتي	162	40.5	100	25	138	34.5	2.06	0.865	68.7

استخدام التطبيقات ضروري لمواكبة التطور والتقدم	131	32.8	129	32.3	140	35	1.98	0.824	66.0
استخدامي التطبيقات جعلني أنجز المطلوب مني بسرعة	123	30.8	137	34.3	140	35	1.96	0.811	65.3
تطبيقات التراسل الفوري جيدة جدا وسأستخدمها باستمرار	127	31.8	124	31	149	37.3	1.95	0.830	65.0
التطبيقات خلقت إعلاما مختلفا عن الإعلام التقليدي في الطرح والتفاعل	123	30.8	12	31.8	150	37.5	1.93	0.824	64.3
التطبيقات تلبي احتياجاتي المهنية	110	27.5	151	37.8	139	34.8	1.93	0.787	64.3
أخطئ أحيانا عند استخدام التطبيقات	117	29.3	79	19.8	204	51	1.78	0.870	59.3
التطبيقات أدت إلى تزايد ضغوط العمل على الصحفي	89	22.3	102	25.5	209	52.3	1.70	0.810	56.7

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج من أهمها :

- أن اتجاهات القائم بالاتصال نحو تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي كانت ايجابية حيث جاءت العبارات التي تحمل هذا الاتجاه في المقدمة ، حيث جاءت عبارة أن هذه التطبيقات تجعلني أكثر فاعلية في عملي في الترتيب الأول بوزن نسبي 96, ثم عبارة أن هذه التطبيقات مهمة جدا في الترتيب الثاني بوزن نسبي 76.3، وجاءت عبارات " استخدام التطبيقات ضرورة لملاحقة تطورات الأحداث" بوزن نسبي 71 , ثم " التطبيقات تحسن من أدائي وقدراتي " بوزن نسبي68.7 , ثم " أن استخدام التطبيقات أمر ضروري لمواكبة التطور والتقدم " بوزن نسبي 66 ، ثم جاءت عبارة أن" التطبيقات جعلتني أنجز المطلوب مني بسرعة " بوزن نسبي 65.3 , ثم أن تطبيقات التراسل الفوري مفيدة جدا وسأستخدمها باستمرار بوزن نسبي 65, ثم جاءت عبارتا أن التطبيقات تلبي احتياجاتي المهنية , وأن التطبيقات خلقت إعلاما مختلفا عن الإعلام التقليدي في الطرح والتفاعل في نفس الترتيب وبوزن نسبي 64.3 , وأخيرا احتلت العبارات السلبية المراتب الأخيرة , حيث جاءت عبارة أن التطبيقات أدت إلى تزايد ضغوط العمل على الصحفي ، ثم عبارة أخطئ أحيانا عند استخدام التطبيقات.

- وتتفق هذه النتائج مع ما لاحظته الباحثة من ارتفاع معدلات الاستخدام المتزايدة لتطبيقات التراسل الفوري من قبل الصحفيين , ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء نموذج قبول التقنية فكلما كانت الاتجاهات ايجابية زاد استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة، وهذا يدعم فرضياتها الرئيسية، وكذا فإن مواقف الأفراد تجاه سلوك ما ينطوي علي اعتقاد الفرد أن هذا السلوك سوف يحقق بعض الفوائد والنتائج وهذا يتوقف علي مدي تقييم الفرد لتلك النتائج، ويعزو ذلك لاعتقاد الفرد أن نتيجة سلوكه ستكون مفيدة، ولذا يصبح أكثر اتجاهاً نحو القيام بسلوك ما وتنفيذه , مما يعزز من الاتجاهات الايجابية للقائم بالاتصال نحو استخدامه لتطبيقات التراسل الفوري ، وتتفق هذه النتائج مع دراسات كل من :هشام سمير زقوت (2016)[97] , ودراسة جمال السماك (2016)[98], ودراسة **(2010)** [99] **Mythen Gabe** .

8- المعـايير الشخصـية للقـائمين بالاتصـال بالصـحف الإلكترونيـة المصـرية والمرتبطة بتبني تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي :

(جدول رقم 9)

يوضح المعايير الشخصية للمبحوثين المرتبطة بتبني تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي

العبارات	موافق		موافق الي حد ما		غير موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
أفضل العمل مع زملائي الذين يستخدمون التطبيقات	311	77.8	74	18.5	15	3.8	2.74	0.518	91.3
زملائي يعتقدون أن هذه التطبيقات فكرة جيدة	275	68.8	104	26	21	5.3	2.64	0.581	88.0
انصح المقربين منى باستخدام هذه التطبيقات	228	57	160	40	12	3	2.54	0.556	84.7
اقتنع برأي زملائي فيما يتعلق باستخدام التطبيقات	216	54	165	41.3	19	4.8	2.49	0.588	83.0
الأفراد المقربين بالنسبة لي ينصحونني باستخدام التطبيقات	223	55.8	138	34.5	39	9.8	2.64	0.667	82.0
لدى فضول لتجربة استخدام تطبيقات مثل زملائي	213	53.3	145	36.3	42	10.5	2.43	0.675	81.0
تأثرت بتجارب البعض عند استخدامهم لتلك التطبيقات	191	47.8	172	34	37	9.3	2.38	0.650	79.3
لم أسعى لاستخدام التطبيقات لولا استخدام من حولي	176	44	162	40.5	62	15.5	2.29	0.718	76.3
أود أن أخوض تلك التجربة مثل زملائي	122	30.5	204	51	74	18.5	2.12	0.691	70.7

تشير بيانات الجدول السابق إلى المعايير الشخصية المرتبطة بتبني القائمين بالاتصال في

الصحف الإلكترونية المصرية لتطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي :

- حيث أشارت النتائج إلى أنهم يفضلون العمل مع زملائهم الذين يستخدمون التطبيقات, حيث جاءت في المرتبة الأولى بوزن نسبي 91.3 , تلاها أن زملائي يعتقدون أن هذه التطبيقات فكرة جيدة بوزن نسبي 88، ثم أنصح المقربين منى باستخدام هذه التطبيقات بوزن نسبي 84.7, ثم اقتنع برأي زملائي فيما يتعلق باستخدام التطبيقات بوزن نسبي 83, ثم الإفراد المقربين بالنسبة لي ينصحونني باستخدام التطبيقات بوزن نسبي82, ثم لدي فضول لتجربة استخدام التطبيقات مثل زملائي بوزن نسبي 81, ثم تأثرت بتجارب البعض عند استخدامهم لتلك التطبيقات بوزن نسبي 79.3 , ثم لم أسعى لاستخدام التطبيقات لولا استخدام من حولي حيث جاءت بوزن نسبي 76.3 , ثم أود أن أخوض تلك التجربة مثل زملائي بوزن نسبي 70.7 .
- ويمكن تفسير ذلك في إطار نظرية الفعل المبرر , وذلك فيما يتعلق بأن المعايير الشخصية تنعكس علي استخدام المستحدثات التكنولوجية , فالفرد يتأثر بآراء ومعتقدات من حوله حول السلوك , ويفسر هذا السلوك في ضوء الدائرة الاجتماعية التي يعيش فيها, وينعكس ذلك علي سلوكه ، فالمبحوثون (القائمون بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية) تأثروا بمعتقدات زملائهم والمقربين منهم حول سلوكيات استخدامهم لتطبيقات التراسل الفوري ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Fan-Chen, Tseng (2018) [100] والتي أكدت على أن المعايير الشخصية تعتبر من أهم المتغيرات التي تعزز استخدام العملاء للرسائل الفورية .

9- نية القائم بالاتصال بالصحف الإلكترونية المصرية نحو تبني تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي في عمله :

جدول رقم (10)

نية القائم بالاتصال نحو تبني تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي

العبارات	موافق		موافق إلي حد ما		غير موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
سأستمر في استخدام التطبيقات	295	73.8	98	24.5	7	1.8	2.72	0.487	90.7
اخطط لاستخدامها في حياتي كلها وأداء أعمالي	252	63	133	33.3	15	3.8	2.59	0.563	86.3
أتوقع أن استخدم التطبيقات في المستقبل	200	50	188	47	12	3	2.47	0.557	82.3
سأنصح الآخرين ممن حولي باستخدام هذه التطبيقات	179	44.8	213	53.3	8	2	2.43	0.534	81.0
سوف أظل استخدم هذه التطبيقات حتى لو ظهرت وسائل أخرى	184	46	204	51	12	3	2.43	0.553	81.0
سوف اخبر من حولي عن هذه التطبيقات	172	43	220	55	8	2	2.41	0.532	80.3

تشير بيانات الجدول السابق إلى نية المبحوثين نحو تبني تطبيقات التراسل الفوري حيث كانت كالتالي : جاءت عبارة سأستمر في استخدام التطبيقات في المرتبة الأولى بوزن نسبي 90.7 , ثم جاءت عبارة اخطط لاستخدامها في حياتي كلها وأداء أعمالي بوزن تسبي 86.3, وأتوقع أن استخدم التطبيقات في المستقبل بوزن نسبي 8203 , ثم جاءت عبارتا سأنصح الآخرين ممن حولي باستخدام هذه التطبيقات ، وسوف أظل أستخدم تطبيقات التراسل الفوري حتى لو ظهرت وسائل أخري حيث جاءت كلا العبارتين بوزن نسبي 81 , تلاها عبارة سأخبر من حولي عن هذه التطبيقات حيث جاءت بوزن نسبي80.3، ومما سبق يتضح وجود نوايا ايجابية من قبل القائمين بالاتصال في الصحف المصرية الالكترونية نحو تبني تطبيقات التراسل الفوري , ويرتبط ذلك باتجاهاتهم نحو استخدامها , ويمكن تفسير ذلك في ضوء نظرية الفعل المبرر فيما يتعلق بأن النية نحو القيام بسلوك ما تأتي نتاج للاتجاهات والمعايير الشخصية ، حيث أكدت النتائج في هذه الدراسة فيما يتعلق باتجاهات الصحفيين نحو استخدام تطبيقات التراسل الفوري , والتي كانت ايجابية , وكذلك بالنسبة للمعايير الشخصية , مما يجعل النية نحو استخدامها ايجابية أيضا.

10- مدي استفادة القائم بالاتصال بالصحف الإلكترونية المصرية من تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي :

جدول رقم (11)

يوضح مدي استفادة القائم بالاتصال بالصحف الإلكترونية المصرية من تطبيقات التراسل الفوري في عمله

مدي استفادة من تطبيقات التراسل الفوري	ك	٪
استفدت بدرجة كبيرة .	324	81
استفدت إلى حد ما	67	16.8
غير مفيدة على الاطلاق	9	2.2
الإجمالي	400	100

كا2 : 421.595 درجة الحرية : 2 المعنوية : 0.000 داله

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة استفادة القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية من تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي ، حيث تبين أن

81% من المبحوثين يرون أنهم استفادوا بدرجة كبيرة من تطبيقات التراسل الفوري, كما يري16.8% أن هذه التطبيقات استفادوا منها إلي حد ما , ونسبة 2.2% أشاروا إلي أن هذه التطبيقات غير مفيدة علي الإطلاق .

وأظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الفائدة التي تتحقق من استخدام القائم بالاتصال لتطبيقات التراسل الفوري, حيث كانت قيمة كا^2= 421.595 وهي دالة عند مستوى دلالة 0.00 ، وهذا يؤكد أنه كلما كان إدراك الفرد للفوائد المتحققة والتي تعود علية نتيجة تبني تطبيقات المراسلة الفورية يزداد مستوي أدائه عند استخدامها، وهذه النتيجة تتفق مع نظرية البناء الاجتماعي للتكنولوجيا **Social Construction of Technology** والتي تشير إلى أن الجماعات والفئات المختلفة حتى في المجتمع الواحد تختلف في تعاملها ودرجة تأثرها بالتكنولوجيا الحديثة.

11- أوجه استفادة القائم بالاتصال في الصحف المصرية من استخدام تطبيقات المراسلة الفورية عبر الهاتف الذكي :

جدول رقم (12)

يوضح أوجه استفادة القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية من استخدام تطبيقات التراسل الفوري

العبارات	موافق		موافق الي حد ما		غير موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
توفر لي الكثير من الوقت والجهد	308	77	79	19.8	13	3.3	2.74	0.509	91.3
تمكنني من انجاز عملي بسرعة ودقة غير تقليدية	282	70.5	99	24.8	19	4.8	2.66	0.567	88.7
متابعة تطورات الأحداث لحظة بلحظة	270	67.5	114	28.5	16	4	2.64	0.559	88.0
تمكنني من استكمال المعلومات بسرعة حول الحدث الذي أقوم بتغطيته	272	68	108	27	20	5	2.63	0.578	87.7
استخدام التطبيقات تفيدني في التعرف علي ما يقدم في مجموعاتها المختلفة	270	67.5	111	27.8	19	4.8	2.63	0.574	87.7
سرعة النفاذ إلى الأخبار والمعلومات	150	37.5	193	48.3	57	14.2	2.23	0.682	74.3
القدرة على التواصل مع الزملاء في داخل وخارج الصحيفة بالصوت والصورة	149	37.3	158	39.5	93	23.3	2.14	0.766	71.3
الوصل إلى مصادر متعددة بسرعة	158	39.5	131	32.8	111	27.8	2.12	0.813	70.7
سرعة إرسال المعلومات بمجرد الحصول عليها وإرسالها للمؤسسة	143	35.8	162	40.5	95	23.8	2.12	0.763	70.7
التطبيقات توفر عناء البحث والجهد للحصول على المعلومات	113	28.2	154	38.5	133	33.3	1.95	0.784	65.0

تشير بيانات الجدول السابق إلي أن أهم أوجه استفادة القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية من تطبيقات التراسل الفوري هو أن استخدام التطبيقات يوفر الكثير من الوقت والجهد حيث جاءت في المرتبة الأولى بوزن نسبي91.3, ثم أنها تمكنني من انجاز عملي بسرعة ودقة غير تقليدية بوزن نسبي 88.7, تلاها أنها تمكنني من متابعة تطورات الأحداث لحظة بلحظة بوزن نسبي 88, ثم أن استخدام التطبيقات يفيد في التعرف علي ما يقدم في المجموعات الإخبارية المختلفة, وأنها تمكن من استكمال المعلومات بسرعة حول الحدث الذي أقوم بتغطيته فقد حصلت كل منها علي نفس الوزن النسبي 87.7, وجاءت سرعة النفاذ إلى الأخبار والمعلومات من خلال تطبيقات التراسل الفوري بوزن نسبي 74.3, ثم للقدرة على التواصل مع الزملاء في داخل وخارج الصحيفة بالصوت والصورة بوزن نسبي71.3 , ثم أستفيد منها في التواصل مع المؤسسة التي أعمل بها وللسرعة في إرسال المعلومات بمجرد الحصول عليها وإرسالها للمؤسسة بوزن نسبي 70.7 , ثم لأن التطبيقات توفر عناء البحث والجهد للحصول على المعلومات بوزن نسبي 65 . وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسات كل من : **Vivian Riceb(2014)**[101] ,و **Wenhong (2014)**[102] ,و **Wu, Dan** (2010)[103] , و**راندة ماضي فكري (2014)**[104], ودراسة عبير الرحباني (2012)[105] , **وفريد بن زايد (2010)**[106] , **Goode, Luke (2009)**[107], وماجد تربان (2007)[108] , و دراسة رضا عبد الواحد (2007)[109] .

12- مدى سهولة استخدام تطبيقات التراسل الفوري من وجهة نظر القائمين بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية :

جدول رقم (13)

يوضح مدى سهولة استخدام تطبيقات التراسل الفوري من وجهة نظر القائمين بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية

مدى سهولة استخدام تطبيقات التراسل الفوري من وجهة نظر القائمين بالاتصال	ك	٪
سهلة الاستخدام الى حد كبير	313	78.3
سهلة الاستخدام الى حد ما	83	20.87
صعبة الاستخدام	4	1
الإجمالي	400	100

كا2 : 386.555 درجة الحرية : 2 المعنويه : 0.000 داله

يتضح من الجدول السابق أن نسبة99% من المبحوثين يرون أن تطبيقات التراسل الفوري سهلة الاستخدام , ووزعت هذه النسبة بين 78.3 من العينة يرون أن هذه التطبيقات سهلة الاستخدام إلى حد كبير, ونسبة 20.87% من العينة يرون أنها سهلة الاستخدام إلى حد ما, بينما أشار 1% من المبحوثين إلي أن هذه التطبيقات صعبة الاستخدام ، وتبين مما سبق وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى سهولة استخدام الصحفيين لتطبيقات التراسل الفوري, حيث كانت قيمة كا2= 386.555 وهي دالة عند مستوى دلالة 0.00 ، وهذا يؤكد أنه كلما كان إدراك الفرد لسهولة استخدام التطبيقات يزداد مستوي استخدامه لها .وتتطبق النتيجة أيضاً مع نموذج قبول التكنولوجيا **Technology Acceptance Model** والذي أكد على أن سهولة الاستخدام تُعتبر من أهم مقومات تبني التكنولوجيا الحديثة واستخدامها وقبولها والشعور بالرضا عنها. وذلك ما أكدته العديد من الدراسات في مجال التكنولوجيا بشكل عام والتليفون المحمول بشكل خاص [110] .

13- أوجه سهولة استخدام تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي من وجهة نظر القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية :

جدول رقم (14)

يوضح أوجه سهولة استخدام تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي من وجهة نظر القائم بالاتصال بالصحف الالكترونية المصرية

العبارات	موافق		موافق الي حد ما		غير موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
أداء التطبيقات سلس و سهل	380	95	20	5	0	0	2.95	0.228	98.3
إتاحة استخدامها في أي وقت و في أي مكان	380	95	20	5	0	0	2.95	0.218	98.3
أسرع في رفع المعلومات على الموقع	368	92	30	7.5	2	5	2.92	0.297	97.3
أن التطبيقات تتسم بالتنظيم الجيد	326	81.5	71	17.8	3	8	2.81	0.413	93.7
لأن فتح التطبيق يتسم بالسرعة	294	73.5	99	24.8	7	1.8	2.72	0.488	90.7
صفحات التطبيق يتم تحميلها سريعا	299	74.8	87	21.8	14	3.5	2.71	0.525	90.3
أيقونات وأزرار التطبيق يسهل فهم الغرض منها بمجرد النظر إليها	279	69.3	106	26.5	15	3.8	2.66	0.548	88.7
التطبيق الواحد يجمع وظائف وأدوار عديدة	27	68.5	113	28.2	13	3.3	2.65	0.541	88.3
تحميل الصور واستعراضها يتسم بالسرعة والسهولة	260	65	130	32.5	10	2.5	2.63	0.534	87.7
استطيع التنقل بين التطبيقات بسهولة	256	64	123	33	12	3	2.61	0.546	87.0
إعدادها بسيط وسهل	233	58.3	135	38.3	14	3.5	2.55	0.564	85.0

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن هناك سهولة شديدة في استخدام تطبيقات التراسل الفوري لدي المبحوثين عينة الدراسة , وتمثلت أوجه سهولة الاستخدام من وجهة نظر المبحوثين في ما يلي:

– أن أداء التطبيقات سلس وسهل , ولإتاحة استخدامها في أي وقت و في أي مكان – وذلك لسهولة حمل الهاتف الذكي ولعدم الاحتياج لمصدر كهربائي و لا تكلفني كثيرا من المال – حيث احتلا المرتبة الأولى بوزن نسبي 98.3 لكل منهما , تلاها لأنها أسرع في رفع المعلومات على الموقع بوزن نسبي 97.3 , ثم جاء لأن التطبيقات تتسم بالتنظيم الجيد بوزن نسبي 93.7, ثم لأن فتح التطبيقات يتسم بالسرعة بوزن نسبي90.7 , ثم لأن صفحات التطبيق يتم تحميلها سريعا بوزن نسبي 90.3 , ثم لأن أيقونات وأزرار التطبيق يسهل فهم الغرض منها بمجرد النظر حيث جاءت بوزن نسبي 88.7 , ثم لأن التطبيق الواحد يجمع وظائف وأدوار عديدة بوزن نسبي 88.3 , ثم لأن تحميل الصور والفيديو واستعراضها يتسم بالسرعة والسهولة حيث جاءت بوزن نسبي 87.7 ثم لأني استطيع التنقل بين التطبيقات بسهولة حيث جاءت بوزن نسبي 87 , ثم لأن إعدادها سهل وبسيط بوزن نسبي 85 .

وتتفق هذه النتيجة مع نظرية انتشار المبتكرات ونشر الأفكار المستحدثة **Diffusion of Innovations** , وتحديدا بالخصائص التي حددها روجرز **Rogers** وتؤثر على سرعة تبني الابتكار وخاصة درجة التعقيد **Complexity**، حيث أشار أنه كلما كان الابتكار سهلا وغير معقد كلما تم تبنيه أسرع[111] ،وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراستي كل من : **Yang, Teing Yee**(2016)[112] , ودراسة جمال السماك (2016)[113] .

14- أنماط السلوك التي يقوم بها المبحوثون بعد استخدامهم تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي :

جدول رقم (15)

أنماط السلوك التي يقوم بها المبحوثون بعد استخدامهم لتطبيقات التراسل الفوري

العبارات	موافق		موافق الي حد ما		غير موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
احرص على قراءة كل ما في التطبيقات	331	82.8	68	17	1	0.3	2.83	0.387	94.3
تحميل الصور والفيديوهات واستعراضها	157	39.3	215	53.8	28	7	2.32	0.599	77.3
نسخ النص واستخدامه للتحرير في المؤسسة الصحفية	161	40.3	170	42.5	69	17.3	2.23	0.723	74.3
أتصفح ما في التطبيقات بسرعة	135	33.8	216	54	49	12.3	2.22	0.644	74.0
أتجاهل بعض الموضوعات في التطبيقات	124	31	237	59.3	39	9.8	2.21	0.603	73.7
أرسل كل ما أحصل عليه من التطبيقات إلى المؤسسة الصحفية	138	34.5	165	41.3	97	24.3	2.10	0.671	70.0

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج من أهمها :

- تعدد أنماط سلوك القائم بالاتصال بعد استخدام تطبيقات التراسل الفوري ، حيث جاءت أن القائم بالاتصال يقوم الحرص على قراءة كل ما في التطبيقات في المرتبة الأولى بوزن نسبي 94.3, ثم جاء أنه يقوم بتحميل الصور والفيديوهات واستعراضها في المرتبة الثانية بوزن نسبي 77.3, تلاها بنسخ النص واستخدامه للتحرير في المؤسسة الصحفية في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 74.3, جاء تصفح ما في التطبيقات بسرعة في المرتبة الرابعة بوزن نسبي 74، ثم أنه يتجاهل بعض الموضوعات فى التطبيقات في الترتيب الخامس بوزن نسبي73.7 , ثم قيامه بإرسال كل ما حصل عليه من التطبيقات إلى المؤسسة الصحفية في الترتيب الأخير بوزن نسبي 70 , وربما ترجع هذه النتائج إلى أن نمط السلوك الفعلي للقائم بالاتصال بعد استخدامه للتطبيقات يتوقف علي ما تقدمه له هذه التطبيقات من احتياجات مهنية تساهم في انجاز المطلوب منه في عمله بسرعة وسهولة .

ثانيا :الفروض

الفرض الأول :

توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين كل من (الفائدة المدركة – سهولة الاستخدام المدركة لتطبيقات التراسل الفوري) والاستخدام الفعلي لها لدي عينة الدراسة :

جدول رقم (16)

يوضح العلاقة بين (الفائدة المدركة– سهولة الاستخدام) والاستخدام الفعلي لتطبيقات التراسل الفوري

المتغيرات	الاستخدام الفعلي لتطبيقات التراسل الفوري			
	معامل الارتباط	الاتجاه	مستوي الدلالة	
الفائدة المدركة من تبني المبحوثين لتطبيقات التراسل الفوري	0.207	طردي	0.000	دالة
السهولة المدركة من تبني المبحوثين لتطبيقات التراسل الفوري	0.139**	طردي	0.005	دالة

يتضح من الجدول السابق عدة نتائج من أهمها :

أ- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الفائدة المدركة من استخدام الصحفيين للتطبيقات والاستخدام الفعلي لها , حيث كانت قيمة الارتباط 0.207وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000, أي أنه كلما كانت هناك فوائد تعود علي القائمين بالاتصال من استخدام تطبيقات التراسل الفوري زاد الاستخدام الفعلي لها، والفائدة المدركة تخضع لتأثير المتغيرات الخارجية التي تنعكس بدورها علي استخدام المستحدثات، فدائما يستخدم الفرد التقنيات التكنولوجية الضرورية لعمله ولحياته ، **وبذلك ثبت صحة الفرض في هذا الجزء .**

ب- وجود علاقة بين سهولة استخدام المبحوثين لتطبيقات التراسل الفوري والاستخدام الفعلي لها , حيث كانت قيمة الارتباط 0.139 , عند مستوى معنوية 0.005, أي أنه كلما كانت هناك سهولة في استخدام تطبيقات التراسل الفوري زاد الاستخدام الفعلي لها، وهذا يعني من وجهة نظر الباحثة أن متغير سهولة الاستخدام المدركة لا يسبق متغير المنفعة المدركة وأن تأثيره أقوي علي الاستخدام الفعلي ، **وبذلك ثبتت صحة الفرض في هذا الجزء . وتأسيسا على ما سبق يقبل الفرض الأول .**

الفرض الثاني :

توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين الاعتقاد بسهولة الاستخدام المدركة لتطبيقات التراسل الفوري والفائدة المدركة منها .

جدول رقم (17)

يوضح العلاقة بين الاعتقاد بسهولة الاستخدام والفائدة المدركة لتبني تطبيقات التراسل الفوري من جانب القائم بالاتصال

المتغيرات	سهولة الاستخدام المدركة من تبني التطبيقات		
	معامل ارتباط بيرسون	مستوي المعنوية	الدلالة
الفائدة المدركة من تبني التطبيقات	0.204**	0.000	دال إحصائيا
ن = العينة	400		

توضح بيانات الجدول السابق عدة نتائج من أهمها :

- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين السهولة المدركة من تبني استخدام تطبيقات التراسل الفوري من جانب القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية والاعتقاد بالفائدة المدركة منها ، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.204) عند مستوى معنوية (0.000)، أي كلما زاد إدراك الفرد لسهولة الاستخدام زاد الاعتقاد بالمنفعة المدركة منها **، وبذلك يقبل هذا الفرض .**
- وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت له دراسة **Hong, Sejoon, Thong, James Y. L & Tam, Kar Yan (2007)**[114] التي طبقت على 1826 مفردة من مستخدمي الإنترنت عن طريق التليفون المحمول إلى أن نموذج تقبل تكنولوجيا المعلومات يقدم إطاراً يمكن من خلاله تفسير سلوك ما بعد التبني لتكنولوجيا المعلومات والنية للاستمرار في الاستخدام حيث يؤثر الاعتقاد بسهولة الاستخدام إيجابياً على الاعتقاد بالمنفعة المدركة وعلى استمرار النية للاستخدام المتكرر ، **وتأسيساً على ما سبق ثبتت صحة الفرض .**

الفرض الثالث :

- توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات عينة الدراسة نحو تبني استخدام تطبيقات التراسل الفوري والاستخدام الفعلي لها.

جدول رقم (18)

يوضح العلاقة بين اتجاهات المبحوثين نحو تطبيقات التراسل الفوري والاستخدام الفعلي لها

المتغيرات	اتجاهات العينة نحو تطبيقات التراسل الفوري		
	معامل ارتباط بيرسون	مستوي المعنوية	الدلالة
الاستخدام الفعلي للتطبيقات	0.149**	0.003	دال
ن = العينة	400		

- أظهر اختبار كا2 عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو تطبيقات التراسل الفوري والاستخدام الفعلي لها ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.149) عند مستوى معنوية (0.003) ، **وبذلك يقبل هذا الفرض .**
- وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت له **دراسة Pavlos A. Vlachos** (2003)[115] والتي حاولت إلقاء الضوء على اتجاهات المستخدمين نحو تطبيقات البرامج الموسيقية عبر الهواتف الخلوية من خلال إجراء دراسة استكشافية في كل من فنلندا وانجلترا واليونان, وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة بين اتجاهات المستخدمين نحو تطبيقات البرامج الموسيقية عبر الهواتف الخلوية والاستخدام الفعلي لها.

الفرض الرابع :

توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية لتطبيقات التراسل الفوري ونية تبنيه لها .

جدول رقم (19)

يوضح العلاقة بين دوافع استخدام القائم بالاتصال لتطبيقات التراسل الفوري والنية نحو تبنيه لها

المتغيرات	دوافع استخدام القائم بالاتصال لتطبيقات التراسل الفوري		
	معامل ارتباط بيرسون	مستوي المعنوية	الدلالة
نية تبني استخدامها	+0.188**	0.000	دال إحصائيا
ن = العينة	400		

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة طردية بين دوافع استخدام القائم بالاتصال قي الصحف الالكترونية لتطبيقات التراسل الفوري , ونيتهم نحو استمرار تبنيهم لها , حيث بلغت معامل الارتباط 0.188وهي دالة عند مستوى معنوية 0.00.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة **Apollos Patricks Oghuma a، -Christian Fernando Libaque** (2015)[116] والتي توصلت إلى وجود علاقة بين قابلية الاستخدام المدركة وعلى النية في استمرار الاستخدام ، وتتفق هذه النتيجة مع فروض نظرية الفعل المبرر ، وبذلك ثبتت صحة هذا الفرض .

الفرض الخامس :

توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين (الاتجاهات نحو تطبيقات التراسل الفوري– المعايير الشخصية المرتبطة بتبني تطبيقات التراسل الفوري – الفائدة المدركة – سهولة الاستخدام المدركة) من تطبيقات التراسل الفوري والنية السلوكية لاستخدامها لدي القائمين بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية .

جدول رقم (20)

يوضح العلاقة بين (الاتجاهات نحو التطبيقات – المعايير الشخصية – الفائدة المدركة– سهولة الاستخدام) والنية السلوكية

المتغيرات	النية السلوكية لتبني استخدام تطبيقات التراسل الفوري			
	معامل الارتباط	الاتجاه	مستوي الدلالة	
الاتجاهات نحو تطبيقات التراسل الفوري	0.027**	طردي	0.589	غير
المعايير الشخصية المرتبطة بتبني تطبيقات التراسل الفوري	0.446**	طردي	0.000	دالة
الفائدة المدركة من تبني تطبيقات التراسل الفوري	0.464**	طردي	0.000	دالة
سهولة الاستخدام المدركة من تبني تطبيقات التراسل الفوري	0.119**	طردي	0.018	دالة

يتضح من الجدول السابق عدة نتائج من أهمها :

أ– عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية نحو تطبيقات التراسل الفوري والنية السلوكية لتبني استخدامها, حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.027 عند مستوى0.589,

وهذا يتفق مع ما أشار إليه نموذج قبول التقنية والذي يشير إلي أن الاستخدام الفعلي للتقنيات الجديدة لا يكون نتيجة مباشرة للاتجاهات والنوايا السلوكية، كما تختلف مع افتراض نظرية الفعل المبرر التي تؤكد على وجود علاقة قوية بين الاتجاه والنية والسلوك ، **وبذلك لم تثبت صحة الفرض في هذا الجزء** .

ب- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعايير الشخصية المرتبطة بتبني القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية تطبيقات التراسل الفوري والنية السلوكية لاستخدامهما, حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.446 عند مستوى معنوية0.000, أي أنه كلما زادت المعايير الشخصية كانت النية السلوكية لتبني استخدام التطبيقات مرتفعة، وهذا يتفق مع ما أشارت له نظرية الفعل المبرر والتي حاولت تفسير العلاقة بين المعايير الشخصية والنية السلوكية والتي تشير إلي أن المعايير الشخصية المرتبطة بالسلوك تعتبر من المحددات الرئيسية للنية نحو القيام بسلوك ما. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة Ogara ، Koh b ،. Prybutok b (2014)[117] والتي أكدت على وجود علاقة بين المعايير الشخصية والنية السلوكية ، **وبذلك ثبتت صحة الفرض في هذا الجزء** .

ج- أظهرت النتائج وجود علاقة بين الفائدة المدركة من استخدام تطبيقات التراسل الفوري والنية السلوكية نحو تبني استخدامها , حيث بلغت قيمة معامل الارتباط0.464, وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000, أي أنه كلما كان تقييم القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية لحجم المنافع المتحققة من استخدام تطبيقات التراسل الفوري أكبر زادت النية السلوكية لديهم نحو تبني استخدام هذه التطبيقات ، وتتفق هذه النتيجة مع فروض نموذج قبول التقنية، وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه **دراسة Rajnish Tiwari (2006)**[118] التي حاولت إلقاء الضوء على استخدام الهواتف الذكية في مجال الأعمال المصرفية مع تزايد قبول المستخدم لها واعتماده عليها في كثير من المعاملات البنكية, من خلال

إلقاء الضوء على طبيعة الاحتياجات والمنافع والاستخدامات التي تحققها الهواتف الذكية في هذا الصدد, وتوقعات المستخدم للفوائد التي يمكن أن توفرها ، **وبذلك ثبت صحة الفرض في هذا الجزء .**

د- تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين سهولة الاستخدام المدركة من استخدام القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية لتطبيقات التراسل الفوري والنية السلوكية لاستخدامها , حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.119 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.01, أي أنه كلما كانت تطبيقات التراسل الفوري تتميز بسهولة استخدامها كلما زادت نية الصحفيين عينة الدراسة نحو تبني استخدامها ، فسهولة الاستخدام من المحددات الأساسية لقبول التقنيات الجديدة . وتتفق هذه النتيجة مع فروض نموذج تقبل التقنية ، كما تتفق مع ما توصلت إليه دراسة **Pavlos A. Vlachos** (2003) [119], والتي وتوصلت إلى أن الواجهات الخاصة بتطبيقات البرامج الموسيقية عبر الهواتف الخلوية كلما كانت سهلة الاستخدام ومتعددة المنافع كلما أدى ذلك إلى زيادة تجارب تبني الاستخدام . **وتأسيسا على ما سبق يقبل هذا الفرض جزئيا .**

- وتتفق نتائج الفروض الرابع والخامس والسادس مع افتراضات نظرية الفعل المبرر التي توصلت إلى وجود علاقة قوية بين الاتجاه والنية والسلوك .

الفرض السادس :

تؤثر المعايير الشخصية المرتبطة بتبني تطبيقات التراسل الفوري بشكل ايجابي على كل من :

- الفائدة المدركة من تبني القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي .

- السهولة المدركة من تبني القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية

تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي .

جدول رقم (21)

يوضح العلاقة بين المعايير الشخصية وبين كل من : الفائدة المدركة وسهولة المدركة

المتغيرات	المعايير الشخصية المرتبطة بتبني تطبيقات التراسل الفوري			
	معامل الارتباط	الاتجاه	مستوي الدلالة	
الفائدة المدركة من تبني القائم بالاتصال تطبيقات التراسل الفوري	0.429**	طردي	0.000	دالة
السهولة المدركة من تبني القائم بالاتصال تطبيقات التراسل الفوري	0.295**	طردي	0.000	دالة

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج من أهمها :

- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تأثير المعايير الشخصية المرتبطة بتطبيقات التراسل الفوري علي الفائدة المدركة للقائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية , حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.429 عند مستوى معنوية 0.000. وبالتالي تثبت صحة هذا الفرض .
- أظهر اختبار بيرسون عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تأثير المعايير الشخصية وإدراك سهولة الاستخدام, حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.295 عند مستوى معنوية 0.000. ، **وبذلك ثبتت صحة هذا الفرض .**

الفرض السابع :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين (القائمون بالاتصال في الصحف الإلكترونية ا المصرية) في تبني تطبيقات التراسل الفوري وفقا للمتغيرات الديموجرافية (السن – النوع– المستوى التعليمي – المستوي الاقتصادي والاجتماعي) والخبرة .

جدول رقم (22)

يوضح الفروق بين المبحوثين في تبني استخدام تطبيقات التراسل الفوري

وفقا للمتغيرات الديموجرافية

المتغيرات الديموغرافية		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					إحصائي الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكور	221	2.538	0.5515	ت=0.165	398	0.869 غير دال
	اناث	179	2.547	0.5318			
السن	اقل من 25 عاما	74	2.7973	0.43729	ف=9.846	3 396	0.000 دال
	من 25 الي أقل من45 عاما	220	2.4909	0.51009			
	من 45 الي أقل من 55 عاما	67	2.5821	0.52655			
	من 55 عاما فأكثر	39	2.2821	0.72361			
المستوي التعليمي	جامعي	355	2.5408	0.5424	ت=0.171	398	0.864 غير دال
	دراسات عليا	54	2.5556	0.5458			
المستوي الاقتصادي الاجتماعي	عالي	136	2.4706	0.52973	ف=1.900	2 397	0.151 غير دال
	متوسط	215	2.5775	0.54719			
	منخفض	49	2.6667	0.51640			
الخبرة	اقل من خمس سنوات	41	2.7317	0.44857	ف=3.408	2 397	0.034 دال
	من 5 إلي أقل من 10 سنوات	128	2.5625	0.57164			
	أكثر من 10 سنوات	231	2.4978	0.53466			

تشير بيانات الجدول السابق إلي عدة نتائج من أهمها :

1 – بالنسبة للنوع:

أظهر استخدام اختبار **T-test** عدم وجود فروق معنوية دالة إحصائيا بين كل من الذكور والإناث في تبنيهم لتطبيقات التراسل الفوري حيث بلغت قيمة (ت) 0.165 عند مستوى المعنوية 0.869، لذا نجد تقارب قيمة المتوسط الحسابي لكل منهما حيث نجده 2.538 للذكور، 2.547 للإناث، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة

أحمد عادل(2016) [120]، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة **Juliett H. Walma van der molen and wieteke jong bloed** (2007) [121] ، ودراسة **Jiang Qiaolei** (2012) [122] حيث توصلت تلك الدراستان في نتائجهما إلي أن الذكور أكثر ميلاً لاستخدام ألعاب الانترنت لفترات طويلة من الإناث، بمعني وجود فروق بين الجنسين في استخدامهم لألعاب الانترنت، وبذلك لم يثبت صحة هذا الفرض .

2- بالنسبة للسن :

أظهر استخدام اختبار **One Way ANOVA** إلى وجود فروق معنوية دالة إحصائيا بين القائمين بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية وفقا للسن وتبنيهم تطبيقات التراسل الفوري ، حيث بلغت قيمة **ف** 9.846 وذلك عند مستوى معنوية 0.000 , ويدل ذلك على أن هناك علاقة بين السن واستخدام تطبيقات التراسل الفوري من جانب الصحفيين , ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء نظرية انتشار المستحدثات , والتي أشارت إلى أن الأكثر تبنياً للتكنولوجيا الحديثة هم الأصغر سناً والذكور والأعلى في المستوى الاجتماعي والاقتصادي والتعليمي[123] ، **وبذلك ثبتت صحة الفرض في هذا الجزء .**

3- بالنسبة للمستوى التعليمي :

أظهر استخدام اختبار **T-test** عدم وجود فروق معنوية دالة إحصائيا بين الصحفيين وفقا للمستوى التعليمي في تبنيهم تطبيقات التراسل الفوري, حيث بلغت قيمة (**ت**)0.171عند مستوى معنوية 0.864، وباستقراء بيانات الجدول السابق يتضح تقارب قيم المتوسط الحسابي بين الصحفيين من مختلف المستويات التعليمية في تبنيهم لتطبيقات التراسل الفوري , ويؤكد ذلك علي أنه لا توجد فروق بين المستويات التعليمية المختلفة في استخدام تطبيقات التراسل الفوري ، **وبذلك لم تثبت صحة الفرض في هذا الجزء .**

4- المستوي الاقتصادي الاجتماعي :

أثبت استخدام اختبار **One Way ANOVA** وجود فروق معنوية دالة إحصائيا بين القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية وفقا لمستواهم الاقتصادي والاجتماعي وبين تبنيهم تطبيقات التراسل الفوري , حيث بلغت قيمة **ف** 5.709 , عند مستوى معنوية 0.004، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء نظرية البناء الاجتماعي للتكنولوجيا **Social Construction of Technology** , حيث تشير النظرية إلى أن معايير وأسباب قبول أو رفض التكنولوجيا يختلف وفقاً لاختلاف الأفراد والجماعات والفئات داخل المجتمع الواحد في مستوياتهم التعليمية والاجتماعية، **وبذلك ثبتت صحة الفرض في هذا الجزء .**

5- الخبرة :

أظهر استخدام اختبار **One Way ANOVA** إلى وجود فروق معنوية دالة إحصائيا بين القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية وفقا لعدد سنوات الخبرة وبين استخدامهم لتطبيقات التراسل الفوري حيث بلغت قيمة **ف** 3.408 , عند مستوى معنوية 0.03، .وربما تعزو هذه الفروق إلى الفروق الفردية بين الصحفيين نظرا لاختلاف معدلات الاستخدام التطبيقات طبقا للسن والمستوى الاقتصادي الاجتماعي وتفاوت الوقت المستغرق في استخدامها ومدى الاعتماد عليها ، **وبذلك ثبتت صحة الفرض في هذا الجزء .**

وتأسيسا على ما سبق نقبل الفرض السابع جزئيا حيث ثبت وجود تأثير دال لبعض المتغيرات (السن – المستوى الاقتصادي والاجتماعي – الخبرة) ، ونرفضه جزئيا حيث لم يثبت وجود تأثير دال لباقي المتغيرات (النوع – المستوى التعليمي).

الخلاصة :ـ

حاولت الدراسة الحالية التعرف علي مدى تبني القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية لتطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي وانعكاس ذلك على أدائه المهني, وعلاقة ذلك ببعض النماذج والنظريات الإعلامية ، وقد استندت الدراسة في إطارها النظري إلى بعض النظريات والنماذج العلمية المرتبطة بالتكنولوجيا وتبنيها وانتشارها وهي نظريتي الفعل المبرر ، والبناء الاجتماعي للتكنولوجيا ، وإلى نموذج قبول التقنية , واعتمدت الدراسة على منهج المسح باستخدام أسلوب المسح بالعينة، حيث طبقت استمارة استبيان على عينة مكونة من 400 مبحوث من القائمين بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية تضمنت عددا من الأسئلة التي تقيس متغيرات الدراسة ، وأشارت النتائج إلى اهتمام القائمين بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية بتبني استخدام تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي ، وذلك لعدة أسباب من أهمها: أنها تحسن من أدائه وقدراته , ثم أنه يستخدمها بحكم طبيعة عمله , ولأن استخدام هذه التطبيقات يوفر الكثير من الوقت و الجهد , ثم إمكانية تحديث المعلومات وفقا لتطورات الأحداث بكل سهولة , ثم لأنها مصدر مهم وواسع للمعلومات بشكل عام بل ومن مصادر متعددة , ثم للثقة في المعلومات التي يتم الحصول عليها من هذه التطبيقات , ثم لأنه يمكن استخدام هذه التطبيقات في أي وقت و في أي مكان , ثم لأنها غير مكلفة ،ثم لسهولة تبادل المعلومات ونقلها من خلالها , ثم لأنها تتيح سهولة الوصول للمعلومات , **ثم** للتواصل مع المؤسسة التي أعمل بها .

وقد أكدت نتائج الدراسة على المستوى العام على استفادة القائم بالاتصال من تطبيقات التراسل الفوري كانت مرتفعة ، وفى هذا الصدد تشير نتائج الدراسة إلى تعدد أوجه استفادة القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية من استخدام هذه التطبيقات في عمله ومن أهمها: توفر الكثير من الوقت والجهد ,وتمكن من

انجاز عملي بسرعة ودقة غير تقليدية , وتمكن من متابعة تطورات الأحداث لحظة بلحظة , وأن استخدامه التطبيقات يفيد في التعرف علي ما يقدم في المجموعات الإخبارية المختلفة, وأنها تمكن القائم بالاتصال من استكمال المعلومات بسرعة حول الحدث الذي يقوم بتغطيته, ولسرعة النفاذ إلى الأخبار والمعلومات من خلالها , وللقدرة على التواصل مع الزملاء في داخل وخارج الصحيفة بالصوت والصورة , ثم أنه يستفيد منها في التواصل مع المؤسسة التي يعمل بها , وللسرعة في إرسال المعلومات بمجرد الحصول عليها وإرسالها للمؤسسة .

- جاء تطبيق الواتس آب في مقدمة التطبيقات التي اعتمد عليها القائم بالاتصال بالصحف الإلكترونية المصرية بين تطبيقات التراسل الفوري ، يليه الماسنجر ، ثم إيمو ، ثم الفايبر ، ثم سناب شات ، ثم تيليجرام.

- **اتفقت نتائج الدراسة مع افتراضات نظرية الفعل المبرر, ونموذج قبول التكنولوجيا وذلك كالآتي :**

- تبين وجود علاقة بين إدراك منفعية تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي والاتجاه نحوها , كما ثبت وجود علاقة بين الاتجاه والمعايير الشخصية نحو هذه التطبيقات , والنية لتبني هذه التطبيقات والسلوك المتبع نحوها , وتوصل هذا البحث إلى أن هذه العلاقة ضعيفة .

- وفى هذا السياق كان ثمة ارتباطات ايجابية ذات دلالة إحصائية بين الفائدة والسهولة المدركتين من استخدام الصحفيين للتطبيقات والاستخدام الفعلي لها , وهذا يعني أن متغير سهولة الاستخدام لا يسبق متغير المنفعة وأن تأثيره أقوي علي الاستخدام الفعلي.

- أكدت النتائج على وجود علاقة بين سهولة استخدام تطبيقات التراسل الفوري من جانب الصحفيين والاعتقاد بالفائدة المدركة منها ، ووجود علاقة بين اتجاهات

المبحوثين نحو تطبيقات التراسل الفوري والاستخدام الفعلي لها , ووجود علاقة طردية بين دوافع استخدامهم لتطبيقات التراسل الفوري , ونيتهم نحو استمرار تبني استخدامها .

- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الصحفيين نحو تطبيقات التراسل الفوري والنية السلوكية لاستخدامها, وهذا يتفق مع ما أشار إليه نموذج قبول التقنية والذي يشير إلي أن الاستخدام الفعلي للتقنيات الجديدة لا يكون نتيجة مباشرة للاتجاهات والنوايا السلوكية، ولكنه يختلف مع نظرية الفعل المبرر ، والتي تشير إلى أن الاتجاهات نحو أداء السلوك هي من المحددات الرئيسية للنوايا السلوكية للأفراد .

- ثبت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تأثير المعايير الشخصية المرتبطة بتبني تطبيقات التراسل الفوري من جانب القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية وكلا من :

الفائدة المدركة والسهولة المدركة والنية السلوكية لتبنيهم تطبيقات التراسل الفوري , وهذا يتفق مع ما أشارت له نظرية الفعل المبرر والتي حاولت تفسير العلاقة بين المعايير الشخصية والنية السلوكية والتي تشير إلي أن المعايير الشخصية المرتبطة بالسلوك تعتبر من المحددات الرئيسية للنية نحو القيام بسلوك ما.

- ظهرت علاقة ارتباطية بين كل من:الفائدة المدركة , وسهولة الاستخدام المدركة من استخدام تطبيقات التراسل الفوري والنية السلوكية نحو تبني استخدامها.

- ثبت وجود تأثير دال لبعض المتغيرات الديموجرافية بين القائمين بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية في تبني استخدام تطبيقات التراسل الفوري عبر الهاتف الذكي ، حيث ثبت بالنسبة للسن والمستوى الاقتصادي الاجتماعي والخبرة , ولم يثبت وجود تأثير دال للنوع والمستوى التعليمي .

وبذلك أثبتت الدراسة الحالية من خلال فروضها صحة فرضيات المداخل النظرية التي اعتمدت عليها, حيث أمكن تفسير نتائج هذه الدراسة في ضوء نظريتي الفعل المبرر والبناء الاجتماعي للتكنولوجيا ونموذج قبول التقنية, والذي أمكن من خلالهم توضيح أسباب تبني القائم بالاتصال في الصحف الالكترونية المصرية لتطبيقات التراسل الفوري , والتي تتمثل في الاتجاهات والمعايير الشخصية وكذا الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام الفعلي , وأن هذه العوامل تؤثر علي النية السلوكية, والتي تؤثر بدورها علي الاستخدام الفعلي لتلك التطبيقات .

وفى خاتمة الدراسة وبناء على ما تقدم توصى الباحثة بضرورة مراعاة المؤسسات الصحفية لعدد من العناصر المهمة لتفعيل الاستفادة من تطبيقات التراسل الفوري في الصحف الالكترونية مستقبلا وهي:-

1- تعزيز استخدام تطبيقات التراسل الفوري في الصحف الالكترونية لما تمتاز به من خصائص ومميزات تتناسب مع طبيعة العمل بهذه الصحف .

2- العمل على توعية الصحفيين بتطبيقات التراسل الفوري وبأهميتها , وبسبل الاستفادة منها في أداء عملهم .

3- عمل دورات تدريبية للصحفيين للتدريب على الاستخدام الأمثل لاستخدام تطبيقات التراسل الفوري عبر الهواتف الذكية في عمله .

4- متابعة التطورات المستمرة في مجال تطبيقات التراسل الفوري وإرشاد الصحفيين إليها , وذلك لتعزيز خبرتهم وصقل مهاراتهم في استخدام هذه التطبيقات في عملهم .

5- ضرورة اهتمام الدراسات الإعلامية بتطبيقات التراسل الفوري والاهتمام بإجراء دراسات متخصصة لكل تطبيق للتعمق في فهمها خاصة مع تزايد هذه التطبيقات وتطورها المستمر وتقديمها خدمات جديدة باستمرار .

المصادر والمراجع :

1- أحمد عادل عبد الفتاح (2015) استخدام المراهقين لألعاب الانترنت متعددة المنصات وعلاقته بالاندماج النفسي والأداء الدراسي لديهم,**المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ,كلية الإعلام , جامعة القاهرة. ص ص 189-287.

2- عمر محمد (2016) ، **واتس آب صديق المراسلين ومصدر المعلومة الجديد** ، تاريخ الاطلاع13مايو 2017، الموقع **:**شبكة الصحفيين الدوليين, متاح على الرابط التالي: https://goo.gl/khHFXN

3- إسماعيل عزام (2016) ، **تليجرام** : **تطبيقك نحو محادثات فورية أكثر أماناً وقصص عاجلة أكثر سرعة ,** تاريخ الاطلاع **:**15 يونيو 2017 ، الموقع **:**شبكة الصحفيين الدوليين , متاح على الرابط التالي: https://goo.gl/I4fYSt

4- أحمد عنتر (2011) ، **فيس بوك تضيف إمكانية التصويت ضمن ماسنجر,** تاريخ الاطلاع 7 ديسمبر 2016 م ، متاح على الرابط التالي: https://goo.gl/cSPxTj

5- Wauters, R. (2011), **Viber Releases Android App Boasts 12 Million Active Users**, Retrieved November 22, 2016, from: https://goo.gl/xMBKoP .

6- Cooper, D. (2012), **Viber comes to Symbian**, S40 and Bada, adds HD voice calling and group messaging to Nokia Lumia handsets**,** Retrieved December 23, 2015, Available at: https://goo.gl/dMnDGU .

7- Buck, S. (2013), **The Beginner's Guide to Instagram**. Retrieved November 22, 2016, Available at: https://goo.gl/ATJT8u .

8- Kevin. (2010), **The Instagram Community - One Million and Counting**. Retrieved November 22, 2016, , Available at: https://goo.gl/MM23NK

9- أحمد عبد القادر(2014) ، **ثورة تطبيقات التراسل الفوري على الشبكات الاجتماعية,** تاريخ الاطلاع **:** مايو 2017 م، البوابة العربية للأخبار التقنية , متاح على الرابط التالي:https://goo.gl/vgFfoy

10- صالح المعراوي (2014) ، **مؤسس سناب شات يرفض عرض استحواذ من" جوجل** , تاريخ الاطلاع18 مايو2017، الموقع **:**البوابة العربية للأخبار التقنية, متاح على الرابط التالي : https://goo.gl/df0kMs .

11- زكريا سفنجه (2016) ، **دليل سناب شات للمبتدئين** .تاريخ الاطلاع **:**15مايو 2017 ، الموقع **:**البوابة العربية للأخبار التقنية , متاح على الرابط التالي : https://goo.gl/20CEHm

12- أحمد عبد القادر (2014)، **مرجع سابق** .

13- Fan-Chen, Tseng(2018), Enhancing customer loyalty to mobile instant messaging: **Perspectives of network effect and self-determination theories Elsevier**: Science Direct Journals Telematics

14- Yongqiang Sun , & Others. (2017), **Understanding users' switching behavior of mobile instant messaging a School of Information Management,** Wuhan University, Wuhan, Hubei, 430072, PR China.

15- Vania Beatrice Liwandouw**,** Alz Danny Wowor (2017), The use of smartphone for communication through the Instant Messaging (IM) application ,**4th Information Systems International Conference 2017, Faculty of Information Technology,** Universitas Kristen Satya Wacana Jl. Diponegoro 52-60, Salatiga, Central Java, Indonesia, 50711

16- Al-Sanaa, Bashaiar(2017), Intimate Strangers and Estranged Intimates: An Investigation of the Impact of Instant Messaging and Short Message**, Ph.D. Dissertation,** The University of Southern Mississippi. 127 pp. Service on the Size and Strength of Social Networks in Kuwait **,**ProQuest LLC

17- Ying Tang&, Khe Foon Hew(2017), Is mobile instant messaging (MIM) useful in education , **Division of Information & Technology Studies,** Faculty of Education, The University of Hong Kong, Hong Kong.
18- Vivian C. Sheera,& Ronald E. Riceb ,(2016), Mobile instant messaging use and social capital: **Direct and indirect associations with employee outcomes a Department of Communication Studies,** University of California, CA 93106-4020, United States
19- Butt, Pinial Khan & Yang, Wang(2016), Energy efficient multimedia message sharing in instant messenger apps **,** Source: **International Journal of Hybrid Information Technology**, v 9, n 8, p Science and Engineering Research Support Society**.**
20- JoséM. & Gómez Hidalgo (2016), Normalization and semantic indexing to enhance Instant Messaging and SMS spam filtering**, journal homepage: www.elsevier.com/locate/knosys Text a Department of Computer Science**, Federal University of São Carlos (UFSCar), Sorocaba, São Paulo, 18052-780, Brazil **.**
21- Simon So(2016). Mobile instant messaging support for teaching and learning in higher education ,**Department of Mathematics and Information Technology**, The Education University of Hong Kong, , Tai Po, N.T., Hong Kong
22- Yang, Teing Yee; & Others. (2016), Windows Instant Messaging App Forensics: Facebook and Skype as Case Studies **, journal .pone.** 0150300 Volume:11 Issue:3 , Available at: http: //ukpmc.ac.uk/ journals/ 1217.
23- Chao Xu & Pathak, Parth H(2015), Bandwidth allocation • cellular radio • electronic messaging • energy consumption • Long Term Evolution • protocols **• smart phones Springer International Publishing**, University of California, Davis, Davis, CA, USA
24- Silla, Chandrika(2015), Information Technology ProQuest Dissertations and Theses Global: **ProQuest Dissertations Publishing Purdue University**,
25- Eileen Heriyanni, & Others. (2015), Architecture and Implementation of Instant Messaging in Educational InstitutionBina Nusantara University, **Jl. International Conference on Computer Science and Computational Intelligence** (ICCSCI 2015)**,** Available at: (http://creativecommons.org /licenses/by-nc-nd/4.0/).
26- Robert F. Smallwood (2015), **Information Governance and Security for Social Media** ,19 September 2015 , Available at: https://doi.org/10.1002 /9781119204909.ch6
27- Piwek& Adam Joinson Lukasz, "What do they snapchat about?" Patterns of use in time-limitedinstant messaging service **,**University of the West of England**, Centre for the Study of Behavior Change and Influence**, Bristol, UK**.**
28- Patricks Oghuma, & Others (2015), An expectation-confirmation model of continuance intention to use mobile instant messaging, **journal homepage:**

www.elsevier.com/locate/tele c Department of Computing & Information Systems, Sunway University, No. 5 Jalan Universiti, Bandar Sunway, 47500 Selangor Darul Ehsan, Malaysia

29- Bong Way Kiata,& Weiqin Chena,(2015), Mobile Instant Messaging for the Elderly ,**6th International Conference on Software Development and Technologies for Enhancing aOslo and Akershus,** University College of Applied Sciences , Available at: (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

30- Ogara Chang E. Koh & Victor R. Prybutok (2014), Investigating factors affecting social presence and user satisfaction with Mobile Instant Messaging ,**University of North Texas, 1155 Union Circle #305249, Denton, TX 76203-5249, United States Available online** 4 May 2014

31- Wenhong, C. (2014), A Moveable Feast: Do Mobile Media Technologies Mobilize or Normalize Cultural Participation? International Communication Association, **Human Communication Research**, 41. 82–101.

32- Debora, W. & Others. (2014), **Mobile Journalism Skills Required by Top U.S. News Companies**. Electronic News. 8(2), 138-149.

33- Reynol Junco & Shelia R. Cotton (2010), Perceived academic effects of instant messaging a Department of Academic Development and Counseling, **University of Alabama at Birmingham**, Birmingham, AL, USA

34- Wu, Dan., (2010), A study on book im marketing in internet environment-based on the qq case**.** Ann Arbor United States , **ProQuest Dissertations Publishing,** 2010. 10363935. P.<9 https://search.proquest.com/ docview/1873737783? accountid=178282

35- Chigona, Wallace, & Others (2009). **MXIT: Uses**, Perceptions and Self-Justifications. **Journal of Information Technology and Organizations**, Volume 4, 1-16.

36- Van Camp, Scott(2004), Discusses the impact of instant messaging (IM) on the advertising strategies of several business enterprises in the U.S. as of November 1, 2004. Estimated number of U.S. **Prometheus Global Media,** LLC: Brandweek, 45(39), 0p., p14-13

37- نيفين حسن أحمد معمر(2017) فاعلية بيئة العمل الداخلية في تطوير الأداء المهني بالصحف الفلسطينية اليومية – دراسة على القائم بالاتصال، **رسالة ماجستير غير منشورة** ،غزة ، الجامعة الإسلامية ، كلية الآداب .

38- معتز أحمد عبد الفتاح(2016) التأهيل والتدريب في المؤسسات الصحفية وعلاقته بالأداء المهني للصحفيين المصريين – دراسة ميدانية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة بني سويف، كلية الآداب .

39- جمال السماك (2016) استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين لتكنولوجيا الاتصال الحديثة وانعكاسها على أدائهم المهني **:** دراسة ميدانية **, رسالة ماجستير غير منشورة,** القاهرة ، معهد البحوث والدراسات العربية .

40- هشام سمير زقوت (2016) استخدامات الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية - دراسة ميدانية **, رسالة ماجستير** , غزة ، الجامعة الإسلامية ، كلية الآداب .

41- عبير الرحباني (2016) استخدامات الإعلام الجديد وانعكاساته على الصحف الورقية اليومية في الأردن -صحافة الموبايل - دراسة ميدانية , **رسالة دكتوراه** ,الخرطوم ، جامعة الزعيم الأزهري

الحكومية .
42- فلاح الصفدي (2015) استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة **:**دراسة ميدانية , **رسالة ماجستير غير منشورة** ,غزة ، الجامعة الإسلامية ، كلية الآداب .
43- راندة ماضي فكري (2014) العوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية - دراسة ميدانية"، **رسالة دكتوراه غير منشورة** ، جامعة عين شمس ، كلية التربية النوعية.
44- Soo Jung Moon & patrik Hadley (2014) Routinizing a New Technology in the Newsroom: Twitter as a News Source in Mainstream Media, **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, Vol. 58, No. 2, pp. 289-305**.**
45- وسام محمد أحمد حسن (2013) تصميم الوسائط المتعددة وتوظيفها في الصحافة الإلكترونية العربية وعلاقتها بالمستخدمين، **رسالة ماجستير غير منشورة** ، جامعة حلوان ، كلية الآداب .
46- Natalia Vasilen Diuc(2012) "New Technology**,** New Professional Practices On Office And Copy- Paste Journalism, A study On The Sourcing Practices In Romanian News Media", **Paper Presented At The Annual Communication Association**, (Sheraton Phoenix Down Town, Phoenix,24 may 2012).
47- ثائر محمد تلاحمة (2012) حراسة البوابة الإعلامية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت، **رسالة ماجستير،** جامعة الشرق الأوسط ، كلية الإعلام .
48- Stephanie Rapp (2012), Mobile and Tablet platforms : effects on editors and print publications, **proquest, December 2012 ,the online version** available at: www.eul,datapasses .
49- مبارك بن واصل الحازمى(2012) رؤية القائمين بالاتصال في الصحف السعودية لواقع الصحافة الإلكترونية و مستقبلها ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام،** جامعة القاهرة : كلية الإعلام العدد الأربعون، أبريل – يونية 2012
50- فريد بن زايد (2010) واقع استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة بالجزائر **:دراسة ميدانية ,رسالة ماجستير غير منشورة**,الجزائر ، جامعة منتوري**.**
51- Mythen Gabe(2010), Reframing Risk**?** Citizen journalism and The Transformation of news**, journal of Risk Research**, vol., 13 (1), Jan. 210 , pp.45-58.
52- Goode Luke(2009) , Social news, **Citizen Journalism and Democracy**, vol., 11 (8), December 2009, pp 287-1305 .
53- أميمة عمران(2009) الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية ، **المؤتمر العلمى الدولي الخامس عشر – الإعلام و الإصلاح: الواقع و التحديات،** جامعة القاهرة: كلية الإعلام , الجزء الثالث،7-9 .
54- ماجد سالم تربان(2007) الصحافة الالكترونية الفلسطينية - دراسة مسحية، **رسالة دكتوراه** , القاهرة ، معهد البحوث والدراسات العربية ,.
55- رضا عبد الواحد أمين. اتجاهات الصحفيين نحو علاقة الانترنت بممارسة حرية الرأي والتعبير في الصحافة العربية. **المؤتمر العلمي الرابع لأكاديمية أخبار اليوم بعنوان: الصحافة العربية في ظل التحولات السياسية والاقتصادية والتكنولوجية** ,القاهرة في الفترة من 23-24 أكتوبر 2007, ص ص169-185.
56- فيصل نعيم المصري(2003) استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين لشبكة الإنترنت- دراسة ميدانية , **رسالة ماجستير غير منشورة,** القاهرة ، معهد البحوث والدراسات العربية **.**
57- Wilson Lowrey **&** Lee B. Becker(2001) "The Impact Of Technological Skill

On Job Finding, Success In Mass Communication , Labor Market", **Journalism And Mass Communication Quarterly**, Vol.(78), No.(4), December 2001,PP: 754-770.

58- إينـاس أبـو يوسـف (2000) **استخدامات الصحفيين المصريين لشبكة الإنترنت كمصدر من مصادر المعلومات** - بحوث في الصحافة المعاصرة ، ط1, القاهرة، العربي للنشر والتوزيع .

59- Emanule Rammule Tlou(2009) "The Application Of The Theories Of Reasoned Action And Planned Behavior To A Workplace HIV/AIDS Health Promotion Programme**", Ph.D Un published, university of south Africa** PP25-26.

60- أحمد عادل عبد الفتاح (2015) **مرجع سابق**, ص ص 189-287.

61- Alan Peslak(2011) "An Empirical Study Of Social Networking Behavior Using Theory Of Reasoned Action**"**, **Conference For Information Systems Applied Research,** vol.(4), No.(1807), USA: Wilmington North Carolina , PP:2-5

62- Davis, Fred D,& Others (1989) "User Acceptance Of Computer Technology : A Comparison Of Two Theoretical Models " **Management Science,** vol. 35, No.8, August, USA, P.983).

63- Hennessy, M. (2012) Advancing reasoned action theory. **The Annals of the America Academy of Political and Social Science**, 640.

64- Richard. P. Bagozzi "The Legacy Of The Technological Acceptance Model And A proposal For A paradigm Shift", **Journal Of The Association For Information System**, Vol. (8), No. (4), 2007, PP:244-254.

65- Legris, P., Ingham, J., & Collerette, P. (2003)Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model. **Journal of Information & Knowledge Management**, 40, 191–204. –

66- Fred D. Davis(1989) "Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology", **MIS Quarterly**, Vol.(13), No.(3),1989, PP:319-340.

67- Richard. P. Bagozzi (2007) **op., cit**, PP:191-204.

68- Davis, Fred D,& Others (1989). **Op.cit**, PP:982-1003

69- Bijker, Wiebe E.,& Others (1987)The Social Construction of Technological Systems**: New directions in the sociology and History of Technology**. Cambridge, MA: MIT Press.

70- السيد بخيت (2000) **الصحافة الإلكترونية** ، ط1 ,القاهرة,العربي للنشر والتوزيع، ص ص27-30 .

71- **المرجع السابق** , ص31.

72- هشام سمير زقوت (2016) **مرجع سابق** , ص 115.

73- جمال السماك (2016) **مرجع سابق** ,ص 208.

74- عبير الرحباني (2016) **مرجع سابق** ,ص253.

75- راندة ماضي فكري (2014) **مرجع سابق** , ص 229.

76- Silla, Chandrika (2015) **Op.cit, .**

77- Lukasz Piwek*, Adam Joinson(2015) **Op.cit,** .

78- Chigona, and Others,(2009) **Op.cit**, PP 1-16.

79- فيصل نعيم المصري (2003) **مرجع سابق** , ص 269.

80- Juliett H. Walma Van Der Molen And Wieteke Jong Bloed(2007)." Free Online Games: An Exploratory Uses And Gratifications Study Of Free Games On The Internet", **Paper Presented At The 57th Conference Of International Communication Association,** (Sanfrancisco, May 2007), PP:1-22.

81- Yongqiang Sun**,** and Others **(**(2017) **Op.cit**.

82- Ying Tang& Khe Foon Hew (2017) **Op.cit .**

83- هشام سمير زقوت (2016) **مرجع سابق**, ص 215 .

84- جمال السماك (2016) **مرجع سابق**, ص 248 .

85- عبيرالرحباني **(** 2016) **مرجع سابق**, ص 268.

86- Lizhang **,** chaoxu **.**pathak**.,**(2015) **Op.Cit.**

87- Silla, Chandrika(2015**) Op.Cit.**

88- Natalia Vasilen Diuc(2012) **Op.Cit.**

89- García T, & others,(2011) See you on Facebook or Twitter**?** The use of social media by 27 news outlets from 9 regions**, international Symposium on Online Journalism**. 12, 1-24.

90- أحمد عبد القادر(2014) **مرجع سابق** .

91- Simon So (2016) **Op.Cit.,**

92- هشام سمير زقوت (2016)**مرجع سابق**, ص 233 .

93- Debora, Lynn, & Patricia,(2014**) Op.Cit.,**PP 138-149.

94- Shelia R. Cotton & Reynol Junco(2010) **Op.Cit.**

95- ثائر محمد تلاحمة **(2012) مرجع سابق**, ص 207.

96- Stephanie Rapp, (2012) **Op.Cit.**

97- هشام سمير زقوت (2016) **مرجع سابق** , ص 235 .

98- جمال السماك (2016) **مرجع سابق** , ص 254 .

99- Mythen Gabe (2010) **Op.Cit**.,P P:45-58.

100- Fan-Chen, Tseng (2018) **Op.Cit.**

101- Vivian C. Sheera,& Ronald E. Riceb ,(2016), **Op.Cit**.,

102- Wenhong (2014)**Op.Cit**.,PP: 82-101.

103- Wu, Da (2010)**Op.Cit**.,P 7.

104- رانده ماضي **فكري (2014)مرجع سابق ,ص 253 .**

105- عبير الرحباني (2012) **مرجع سابق** ,ص 277.

106- فريد بن زايد (2010) **مرجع سابق** , ص **151 .**

107- Goode, Luke, (2009) **Op.Cit.,**PP**:**1286-1305.

108- ماجد تربان (2007)**مرجع سابق** ,ص 275 .

109- دراسة رضا عبد الواحد (2007) **مرجع سابق** , ص ص 169-185.

110- Biljon, Judith Arnoldine Van (2006). A Model for Representing the Motivational and Cultural Factors that Influence Mobile Phone Usage Variety. Submitted in Accordance with the Requirements for **the Degree of Doctor of Philosophy** at the University of South Africa.

111- Talbot, Lyn, and Glenda Verrinder (2005), **Promoting Health : The Primary Health Care Approach** . Amsterdam: Elssevier.

112- Yang, Teing Yee(2016**) Op.Cit.**

113- جمال السماك (2016) **مرجع سابق** , ص 244 .
114- Hong, SeJoo n., and Others (2007) **Op.Cit**.,P.166.
115- Vlachos, Pavlos A. and Others,(2003) Exploring Consumer Attitudes towards Mobile Music Services (August 2003). **International Journal on Media Management**, Vol. 5 No. 2, pp. 138-148. Available at SSRN: http://ssrn.com/abstract=1270554
116- Patricks Oghuma& others (2015) **Op.Cit .**
117- Prybutok E.koh (2014) **Op.Cit.**
118- Tiwari, Rajnish and Others,(2006)The Mobile Commerce Technologies: Generations, Standards and Protocols (July 2006). Technology and Innovation Managment (University of Hamburg) **Working Paper No. 40. Available at SSRN**: http://ssrn.com/abstract=1583453 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1583453
119- Vlachos, Pavlos A. and Others,(2003) **Op.Cit**.,PP 138-148.
120- أحمد عادل عبد الفتاح (2016) **مرجع سابق** , ص ص 189-287 .
121- Juliett H. Walma Van Der Molen And Wieteke Jong Bloed (2007)." Free Online Games: An Exploratory Uses And Gratifications Study Of Free Games On The Internet"**, Paper Presented At The 57th Conference Of International Communication Association**, (Sanfrancisco, May 2007), PP:1-22.
122- Jiang Qiaolei (2012)."Internet Addiction Among Young People In China Internet Connectedness, Online Gaming And Academic Performance Decrement", **Paper Presented At The Annual Meeting Of Association For Education In Journalism And Mass Communication**, Chicago Marriott Down Town, 2012,PP:1-38
123- Talbot, Lyn, and Glenda Verrinder (2005),**op.,cit.** .

(*) أسماء السادة المحكمين مرتبة ترتيبًا أبجديًا وحسب الدرجة العلمية:

- أ. د/ رفعت البدري : أستاذ الصحافة بقسم الإعلام , كلية الآداب، جامعة المنوفية .
- أ.د/ سامي النجار: أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام كلية الآداب، جامعة المنصورة .
- أ.د/ عبد الجواد سعيد : أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام كلية الآداب، جامعة المنوفية
- أ. م . د/ عبد الهادي النجار , أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام , كلية الآداب، جامعة المنصورة .