الجمهورية الجزائرية الديموقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي بن مهيدي -أم البواقي-

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الانسانية

الرقم التسلسلي .....

استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي

-دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين-

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: العلاقات العامة والتسويق

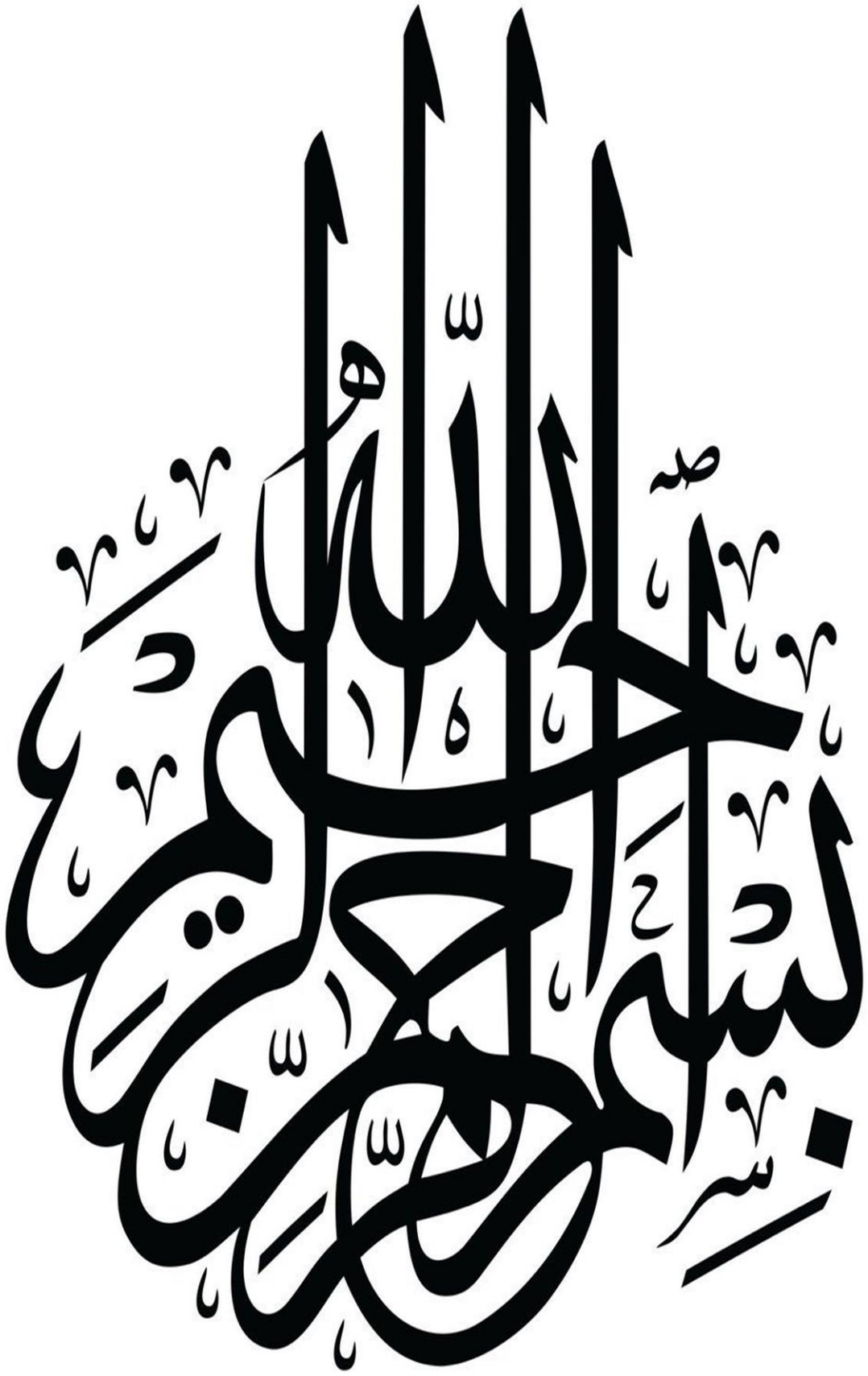
إعداد الطالبة:
سمية بن زكة

إشراف الدكتورة:
نزهة حنون

لجنة المناقشة:

اسم ولقب الأستاذ	الرتبة	الجامعة	الصفة
أ.د. نوال وسار	أستاذ التعليم العالي	جامعة أم البواقي	رئيسا
د. نزهة حنون	أستاذ محاضر-أ-	جامعة أم البواقي	مشرفا ومقررا
أ.د. حميد بوشوشة	أستاذ التعليم العالي	جامعة قسنطينة 3	عضوا
د. صبرينة حمال	أستاذ محاضر-أ-	جامعة جيجل	عضوا
د. زينب خلالفة	أستاذ محاضر-أ-	جامعة أم البواقي	عضوا
د. نوال بومشطة	أستاذ محاضر-أ-	جامعة أم البواقي	عضوا

السنة الجامعية: 2022/2021


بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وعرفان

أشكر الله عزّ وجل على فضله حيث منّ علينا بالتوفيق والسداد لإنجاز هذا العمل.

كما لا يسعني في هذا المقام إلاّ أن أتقدم بكل عبارات الشكر والامتنان والاعتراف بالجميل، لأستاذتي المحترمة

الدكتورة "حنون نزهة"

أولا لقبولها الاشراف على هذه الدراسة

وثانيا لتفانيها في العمل، فكانت نعم المشرفة، النّاصحة، الداعمة والمشجعة، لم تبخل عليا طيلة أربعة سنوات بما أتاها الله من علمه

فحرصت دائما على متابعة الموضوع، بالتصحيح والتعديل وإثراء العمل، ولسان حالها دائما يردد " اللهم أعنّي على أداء الأمانة"، وأدّتها على أكمل وأحسن وجه.

فأسأل الله عز وجل أن يجازيها عن تعبها معي خير الجزاء، وأن يكتبه في ميزان حسناتها، ويبارك فيها وفي علمها وأهلها وأبناءها

وأن يمنّ الله عليها دوما بموفور الصحة والعافية.

إهداء

إليه...إلى من قضى ساعات ينتظرني أمام باب المدرسة،

إلى اليد التي مدت لي العون عندما تعثرت، لو كان بقدرتي لأعدت العمر الذي قصصته من عمرك ...إلى أبي، ومنه إلى جميع الرجال والآباء الشرفاء.

إليها ...وإلى سنوات العمر التي ظفرت بها وأنا استمتع برؤيتها،

إلى صاحبة الوجه الملائكي والعيون البرّاقة والدعاء الطّاهر...

إلى أمي، ومنها إلى جميع السيدات والأمهات المكافحات.

إليهم... إلى إخوتي وأخواتي من كانوا أكبر الداعمين والمشجعين فهم عون وسند لا يميل.

إليهم، إلى جميع أساتذتي الذين يعملون بضمير، وتفاني وإخلاص، فأدّوا الأمانة وأناروا العقول، ومنهم إلى جميع الأساتذة والدكاترة المكافحين

أنا ممتنة إليكم جميعا

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات

العنوان	الصفحة
دعاء	
شكر وتقدير	
إهداء	
قائمة المحتويات	
فهرس الجداول والاشكال	
مقدمة	أ-ب-ج-
الفصل الأول: موضوع الدراسة	
1.1 إشكالية الدراسة	18-16
2.1 أسباب اختيار الموضوع	19-18
3.1 أهمية الدراسة	20
4.1 أهداف الدراسة	21 -20
5.1 مفاهيم الدراسة	27-21
6.1 الدراسات السابقة	56-27
7.1 الخلفية النظرية للدراسة	77-56
الفصل الثاني: صحافة الموبايل وسيلة إعلامية جديدة	
تمهيد	
1.2. نشأة وتطور صحافة الموبايل	
1.1.2 بدايات ظهور صحافة الموبايل	83-80
2.1.2. الموبايل من الاتصال إلى الإعلام	84-83
3.1.2. أهمية الموبايل كوسيلة إعلامية	86-84
4.1.2. استخدامات صحافة الموبايل	87-86
5.1.2. مفهوم الصحفي الشامل وخصائص صحافة	89-88
2.2.صحافة الموبايل في الجزائر	
1.2.2 واقع البيئة الرقمية في الجزائر	91-89
2.2.2 سرعة تنزيل الانترنت في الجزائر عام 2022/2021	91
3.2.2 مظاهر صحافة الموبايل في الجزائر	93
3.2. صحافة الموبايل مظهر جديد من مظاهر العمل الإعلامي	

قائمة المحتويات

1.3.2 صحافة الموبايل جزء من مستقبل الإعلام	94-93
2.3.2 إدخال الموبايل في العمل الإعلامي	95-94
3.3.2 أهمية الصور والفيديو عبر الموبايل إعلاميا	96-95
4.3.2 مهارات استخدام الموبايل إعلاميا	97-96
4.2. خدمات صحافة الموبايل	
1.4.2 وظيفة الموبايل في العمل الصحفي	98-97
2.4.2. الموبايل وسيلة للبث المباشر عبر وسائل الإعلام الجماهيرية	99-98
3.4.2.خدمة الأخبار بالهاتف المحمول	99
4.4.2 الهاتف المحمول في الإذاعات والتلفزيونات	101-99
5.4.2 الهواتف المحمولة والانترنت	102-101
إيجابيات وسلبيات صحافة الموبايل	103
خلاصة	
الفصل الثالث: خصوصية العمل الإعلامي في بيئة الاعلام الجديد والحاجة لسن قوانين وتشريعات ملائمة لها	
تمهيد	
1.3.مدخل مفاهيمي للإعلام الجديد	
1.1.3.تعريف الإعلام الجديد	108-107
2.1.3 جملة التغيرات التي فرضها الإعلام الجديد على وسائل الإعلام التقليدية	109-108
3.1.3. أهم التغيرات التي أحدثها الإعلام الجديد على عناصر العملية الإعلامية	110-109
4.1.3. نقاط التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد	111-110
2.3.مظاهر العمل الإعلامي في ظل التطور التقني	
1.2.3.سمات المشهد الإعلامي في مرحلة ما قبل الإعلام الجديد	113-112
2.2.3.المفاهيم والأساليب الجديدة في العمل الإعلامي	114-113
3.2.3.تأثيرات وسائل الإعلام الجديد على المحتوى الإعلامي	114
4.2.3. الثورة التقنية تغير من دور الجمهور	115-114
5.2.3. الخبر العاجل بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد	116-115
3.3. تأثيرات تكنولوجيا الإعلام والاتصال على عمل وسائل الإعلام الجماهيرية	
1.3.3تأثيرات تكنولوجيات الاتصال الحديثة على الصحافة وظهور الصحافة الالكترونية	122-116

قائمة المحتويات

2.3.3 ملامح التقنية الجديدة للإذاعة	127-122
3.3.3 تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على التلفزيون	132-127
4.3. سن وتشريع أخلاقيات تتماشى مع طبيعة البيئة الإعلامية الحديثة	
1.4.3. وسائل الإعلام الجديد بين الحرية وخرق أخلاقيات المهنة	133-132
2.4.3. الاتجاهات المختلفة نحو وضع أخلاقيات وسن قوانين جديدة للعمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الجديدة	134-133
3.4.3. أخلاقيات العمل الصحفي في زمن الميديا الجديدة	135-134
4.4.3. موقف قانون الإعلام 2012 بالجزائر من اخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الجديدة	136-135
خلاصة	
الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية	
تمهيد	
1.4 الإجراءات المنهجية	
1.1.4 مجالات الدراسة	142-141
2.1.4 مجتمع وعينة الدراسة	146-142
3.1.4 نوع الدراسة ومنهجها	149-146
4.1.4 أدوات جمع البيانات	155-149
5.1.4 الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة	156-155
2.4 عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية	
1.2.4 تحليل البيانات وتفسيرها	232-156
2.2.4 نتائج الدراسة	232
1.2.2.4 النتائج العامة للدراسة	236-232
2.2.2.4 نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات الفرعية	242-236
3.2.2.4 نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة	250-242
4.2.2.4التوصيات	251-250
خاتمة	254-235
قائمة المراجع	267 -256
ملخصات الدراسة: بالعربية، والانجليزية	
الملاحق: الاستمارة ودليل المقابلة	

قائمة المحتويات

فهرس الأجداول

فهرس الجداول

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01	نموذج التصنيف الذي اعتمده Moke لبعض وسائل الإعلام حسب ثراءها	69
02	تصنيف وسائل الاعلام التقليدية والحديثة وفق معايير الثراء الأربعة لوسائل الاعلام	70
03	يبين مؤشرات استعمال تكنولوجيا الاتصال في الجزائر خلال الفترة2015-2018	90
04	يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس	156
05	يبين توزيع العينة حسب متغير السن	158
06	يبين توزيع العينة حسب متغير نوع المؤسسة الإعلامية	161
07	يبين مدى استخدام عينة الدراسة لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي	163
08	يوضح مدى استخدام عينة الدراسة لصحافة الموبايل حسب متغير السن	164
09	يبين اغراض استخدم عينة الدراسة صحافة الموبايل	166
10	يبين أغراض اتستخدم عينة الدراسة صحافة الموبايل حسب متغير الجنس	169
11	يبين أهم الأسباب المتحكمة في اعتماد عينة الدراسة على صحافة الموبايل في العمل الإعلامي	171
12	يوضح أهم الأسباب المتحكمة في اعتماد عينة الدراسة على صحافة الموبايل في العمل الإعلامي حسب متغير نوع المؤسسة الإعلامية	174

فهرس الأجداول

13	يوضح أكثر أنواع التغطيات الإعلامية التي ينفدها الصحفيين بواسطة صحافة الموبايل	176
14	يبين أكثر أنواع التغطيات الإعلامية التي ينفدها الصحفيين بواسطة صحافة الموبايل حسب متغير والجنس	178
15	يمثل دوافع استخدام عينة الدراسة للموبايل في العمل الإعلامي	1179
16	يبين أكثر أشكال التغطيات الإعلامية التي تنفذها عينة الدراسة بصحافة الموبايل	182
17	يبين درجة استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي	184
18	يوضح درجة استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل حسب متغير نوع المؤسسة الإعلامية العاملين بها	186
19	يبين إذا ما كانت صحافة الموبايل تحظى بأهمية لدى المؤسسات الإعلامية	188
20	يبين إذا ما كانت صحافة الموبايل تحظى بأهمية لدى المؤسسات الإعلامية حسب متغير نوع المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها المبحوثين	190
21	يبين الظروف التي تدفع أفراد عينة الدراسة استخدام صحافة الموبايل في العمل الإعلامي	192
22	يعرض الظروف التي تدفع أفراد عينة الدراسة إلى استخدام صحافة الموبايل حسب متغير العمر	194
23	يوضح على ماذا يتوقف قرار الاعتماد على صحافة الموبايل في العمل الإعلامي	196

فهرس الأجداول

24	على ماذا يتوقف قرار اعتماد عينة الدراسة على صحافة الموبايل حسب متغير الجنس	197
25	يوضح نظرة عينة الدراسة لصحافة الموبايل	198
26	يبين الخدمات التي يقدمها الموبايل للعمل الإعلامي حسب عينة الدراسة	201
27	يبين الخصائص التي تجعل عينة الدراسة تلجئ إلى الموبايل في العمل الإعلامي	203
28	يعرض المميزات التي أضافها الموبايل للعمل الإعلامي حسب عينة الدراسة	205
29	يوضح اهم المهارات المطلوبة لدى الصحفيين لانتاج المحتوى الإعلامي بصحافة الموبايل	207
30	يعرض إجابات عينة الدراسة حول مشاركتهم في دورات تكوينية مقدمة من طرف المؤسسة الإعلامية العامل بها	209
31	تبين اذا كانت هذه الدورات التكوينية كافية لاكتساب المبحوث مهارا صحافة الموبايل	194
32	إجابات عينة الدراسة اذا ما سبق لهم ان شاركوا في دورات عن صحافة الموبايل من تلقاء أنفسهم	212
33	التحديات التي تواجه عينة الدراسة في استخدامهم لصحافة الموبايل	213
34	اراء عينة الدراسة حول اذا ما كان هناك وعي بين الصحفيين الجزائريين بأهمية الموبايل في العمل الإعلامي	216

فهرس الأجداول

35	اراء عينة الدراسة حول اذا ما كان هناك وعي بين الصحفيين الجزائريين بأهمية الموبايل في العمل الإعلامي حسب متغير السن	217
36	أراء عينة الدراسة حول إذا ما كانت هناك سلبيات للعمل الإعلامي بواسطة صحافة الموبايل حسب متغير الجنس	220
37	يبين سلبيات صحافة الموبايل	221
38	يبين ما إذا كانت هذه السلبيات تشكل عائق أمام انتشار صحافة الموبايل	223
39	يوضح اتجاهات الصحفيين نحو تشريع أو سن ميثاق أخلاقيات الممارسة الإعلامية يتماشى مع طبيعة استخدام صحافة الموبايل في العمل الإعلامي.	224
40	يبين اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو صحافة الموبايل	227

مقدمة

مقدمة

مقدمة:

شهد ميدان العمل الإعلامي في القرن الحالي تحولات إعلامية جذرية، بفضل التطورات والابتكارات الحاصلة على تكنولوجيات الإعلام والاتصال، والتي انعكست على أساليب الممارسة والعمل الإعلامي، إذ وجد الصحفيين اليوم أنفسهم مضطرين لتكييف عملهم مع الإفرازات الجديدة لهذه التكنولوجيا، المتواجدة في بيئة إعلامية مفتوحة تتميز بتدفق عالي للمعلومات وبسرعة انتشارها وتنقلها.

فقبل ظهور صحافة الموبايل كان الصحفيين يضطرون إلى تغطية الأحداث والوقائع بمعدات ثقيلة وباهظة الثمن، وهو ما كان يأخذ منهم وقتا طويلا وجهد أكبر، في حين أدى ظهور الموبايل (الهاتف الذكي) والإعلام الرقمي وانتشار شبكة الانترنت وظهور مواقع التواصل الاجتماعي إلى احداث تغيير جذري في العمل الإعلامي بصفة عامة، فلم تعد هذه الهواتف الذكية مجرد وسائل اتصالية أو وسيلة لتلقي الأخبار والمعلومات فقط، بل أصبحت وسيلة إعلامية متكاملة تؤدي الأدوار نفسها التي تؤديها الوسائل الإعلامية التقليدية الأخرى، والتي يطلق عليها أكاديميا وإعلاميا اليوم اسم "صحافة الموبايل"، إذ ساهمت هذه الأخيرة بفضل مميزاتها في تمكين الصحفيين من تغطية أخبار وأحداث بمرونة وسرعة فائقة وبأقل جهد ووقت ممكن، والتي لم يكن بإمكانهم تنفيذها بنفس المرونة والسهولة والسرعة سابقا.

أما الآن فوجود الموبايل في جيوب الصحفيين وما تحويه من تطبيقات إعلامية مجانية وانتشار شبكة الانترنت أدى إلى حدوث تحولات إيجابية في مجال العمل الإعلامي، فقد ساعدت الصحفيين والمؤسسات الإعلامية من تحقيق السبق الصحفي والوصول إلى أكبر عدد ممكن من المعلومات وسهولة بثها ونشرها ومشاركتها مع أكبر عدد ممكن من الجماهير، إضافة إلى أنها كرست أكبر قدر من حرية التعبير وإبداء الرأي والمصداقية.

وهو ما جعلها تحقق انتشار سريعا وسط المؤسسات الإعلامية على اختلافها فتبناها الكثير من الصحفيين المحترفين، حتى أنها أصبحت اختصاص يسعى الصحفيين إلى احترافه من خلال التكوين فيه والمشاركة في دورات تدريبية خاصة بهذا المجال.

وبناء على ما سبق ظهرت الرغبة البحثية في دراسة موضوع استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي –دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين– لمعرفة دوافع استخدامهم

مقدمة

لصحافة الموبايل ورصد اتجاهاتهم نحو هذا النوع الجديد من الوسائل الإعلامية المستخدمة في انجاز مهام العمل الإعلامي وغيرها من الأهداف التي تحاول الدراسة الوصول غليها، إذ تتمحور الفكرة الأساسية لهذه الدراسة حول واقع استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي، ومن أجل معالجة الموضوع قامت الطالبة بتقسيم الدراسة إلى أربعة فصول كما هو موضح فيما يلي:

- **الفصل الأول:** يعنى بعرض موضوع الدراسة، نتطرق فيه إلى مختلف المراحل والخطوات المنهجية المتبعة في الدراسة والتي تتمثل في: إشكالية الدراسة، وأسباب اختيار الموضوع، أهمية وأهدف الدراسة، مفاهيم الدراسة والدراسات السابقة ثم أخيرا الخلفية النظرية للدراسة.
- **الفصل الثاني:** يخصص هذا الفصل لصحافة الموبايل كوسيلة إعلامية جديدة في بيئة العمل الإعلامي، ويضم أربعة مباحث، يتطرق المبحث الأول منه إلى نشأة وتطور صحافة الموبايل، والذي يعرض بدايات ظهور صحافة الموبايل، أهمية الموبايل كوسيلة إعلامية، استخدامات صحافة الموبايل، خصائص صحافة الموبايل ومفهوم الصحفي الشامل، والموبايل من الاتصال إلى الإعلام.

ليأتي المبحث الثاني الذي يتناول موضوع صحافة الموبايل في الجزائر من خلال الإشارة إلى واقع البيئة الرقمية في الجزائر، سرعة تنزيل الانترنت في الجزائر لعام 2021/ 2022، ومظاهر صحافة الموبايل في الجزائر.

أما المبحث الثالث فيتعرض إلى مظاهر صحافة الموبايل في العمل الإعلامي، من خلال التطرق إلى صحافة الموبايل باعتبارها جزء من مستقبل الإعلام، إدخال الموبايل في العمل الإعلامي، ثم أهمية الصور والفيديو عبر الموبايل إعلاميا، وأخيرا مهارات استخدام الموبايل إعلاميا ثم ايجابيات وسلبيات استخدام صحافة الموبايل في العمل الإعلامي.

أما المبحث الرابع من هذا الفصل فيخصص للتعرف على خدمات صحافة الموبايل، ويضم وظيفة الموبايل في العمل الإعلامي، الموبايل وسيلة للبث المباشر عبر وسائل الإعلام الجماهيرية، خدمة الأخبار بالهاتف المحمول، ثم الهاتف المحمول في التلفزيونات والهواتف المحمولة والانترنت.

- **الفصل الثالث:** يبحث هذا الفصل في خصوصية العمل الإعلامي في بيئة الإعلام الجديد والحاجة لسن قوانين وتشريعات ملائمة لها، إذ يتناول المبحث الأول مدخل مفاهيمي للإعلام الجديد نتطرق فيه إلى تعريف الإعلام الجديد ونعرض فيه مختلف التعريفات والرؤى التي قدمها الأكاديميين والإعلاميين للإعلام الجديد، وجملة التغيرات التي فرضها الإعلام على وسائل الإعلام التقليدية، إضافة إلى أهم التغيرات التي

مقدمة

أحدثها الإعلام الجديد على عناصر العملية الإعلامية ونقاط التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد.

أما المبحث الثاني فيتناول مظاهر العمل الإعلامي في ظل التطور التقني من خلال التطرق إلى سمات المشهد الإعلامي في مرحلة ما قبل الإعلام الجديد، والمفاهيم والأساليب الجديدة في العمل الإعلامي، تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على المحتوى الإعلامي، إضافة إلى الثورة التقنية تغير من دور الجمهور وأخيرا الخبر العاجل بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد.

في حين يعالج المبحث الثالث تأثيرات تكنولوجيا الإعلام والاتصال على عمل وسائل الإعلام الجماهيرية ويضم تأثيرات تكنولوجيات الاتصال الحديثة على الصحافة وظهور الصحافة الالكترونية، وملامح التقنية الجديدة للإذاعة، ثم تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على التلفزيون.

أما فيما يتعلق بالمبحث الأخير المعنون بـ وسائل الإعلام الجديد بين الحرية وخرق أخلاقيات المهنة، والاتجاهات المختلفة نحو وضع أخلاقيات وسن قوانين جديدة للعمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الجديدة، أخلاقيات العمل الصحفي في زمن الميديا الجديدة ثم أخيرا موقف قانون الإعلام 2012 بالجزائر من أخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الجديدة.

- **الفصل الرابع:** وهو الفصل الأخير الذي يعرض الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية، حيث يقسم إلى مبحثين، الأول يخصص للإجراءات المنهجية للدراسة، مجالات الدراسة، مجتمع وعينة الدراسة، نوع الدراسة ومنهجها، أدوات جمع البيانات، وأخيرا الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

في حين المبحث الثاني من هذا الفصل يخصص لتحليل البيانات وتفسيرها، حيث نقوم بتنظيم وتحليل وتفسير البيانات المسترجعة من الاستمارة والتي تحصلنا عليها من مخرجات spss ، ثم نقوم بعرض نتائج الدراسة في الأخير من خلال تقسيمها إلى نتائج عامة، نتائج في ضوء التساؤلات الفرعية ونتائج في ضوء الدراسات السابقة.

كما يتم تقديم بعض الاقتراحات والتوصيات التي من شأنها أن تساهم في تحسين ورفع مستوى استخدام صحافة الموبايل في الجزائر، وتنتهي الدراسة بخاتمة تعد بمثابة حوصلة عامة للموضوع.

الفصل الأول

عرض موضوع الدراسة

1.1.إشكالية الدراسة

2.1 أسباب اختيار الموضوع

3.1 أهمية الدراسة

4.1 أهداف الدراسة

5.1 مفاهيم الدراسة

6.1 الدراسات السابقة

7.1 الخلفية النظرية للدراسة

1.عرض موضوع الدراسة

1.1 اشكالية الدراسة:

يعتبر ميدان الإعلام والاتصال من العلوم الحديثة التي شهدت تطورات هائلة في مجال تكنولوجيا الاتصال خلال القرن الماضي والقرن الواحد والعشرين، وهذا بفضل الاندماج الحاصل بين تكنولوجيا الحاسب الآلي والتكنولوجيات السلكية واللاسلكية، والالكترونيات الدقيقة والوسائط المتعددة، مما أنتج لنا بيئة اتصالية جعلت العالم يتسارع للاهتمام بها وبكل أشكال الاتصال فيها، وكذا بجميع التغيرات التي أحدثتها هذه التكنولوجيا، خاصة على مستوى الممارسة والعمل الإعلامي الميداني.

والملاحظ أن هذه التغيرات التي حدثت على مختلف الوسائل الإعلامية والاتصالية لم تلغي أهمية الوسائل السابقة أو ما يعرف باسم الوسائل التقليدية، بل عززتها أكثر من خلال الاندماج الحاصل بين مختلف وسائل الإعلام فظلت كل واحدة محافظة على دورها في تزويد المتلقي بالمعلومات والأخبار.

وقد وضعت هذه الثورة التكنولوجيا والمعرفية القطاع الإعلامي أمام تحديات كبيرة، حتمت عليه تطوير الأدوات والوسائل الاتصالية لتكون ملاءمة لأداء المهام المنوطة بها، من جمع المعلومات والأخبار ومن ثم معالجتها ونشرها وتوزيعها، ما أدى إلى إدخال أجهزة جديدة في العمل الإعلامي، والتي تتميز بالثراء وتعدد الوظائف كالحاسبات الالكترونية والكاميرات الرقمية وأجهزة الموبايل، هذه الأخيرة التي سرعان ما جلبت إليها اهتمام الصحفيين والإعلاميين وكذا المؤسسات الإعلامية على اختلاف طبيعتها ونشاطاتها، نظرا للإمكانيات المتعددة التي يتمتع بها الموبايل وقدرته الاستيعابية الكبيرة، خاصة بعد تطور تطبيقاته وتقنياته بفضل شبكة الانترنت، فنجد أن عمله اتسع من مجرد ناقل للاتصالات الشخصية إلى مؤسسة إعلامية جديدة متكاملة تحل محل المؤسسات الإعلامية التقليدية، حيث أصبح يؤدي الأدوار نفسها والوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام الأخرى، فأتاحت التقنيات الجديدة خصائص أخرى للموبايل مكنتها من استيعاب أشكال متعددة لأنواع الاتصال والتي سهلت على الإعلاميين مهمة البحث عن المعلومات وإنتاج المضامين ثم نشرها وتوزيعها في نفس المكان والزمان، مع الحصول على رجع صدى فوري ومباشر من المتلقي، وذلك بواسطة التطبيقات التي تعمل على إجراء العمليات الفنية كالمونتاج والميكساج والتحرير وكذا البث والنشر من مكان الحدث، ونتيجة لذلك ظهر ما يعرف بصحافة الموبايل.

وقد حظيت صحافة الموبايل كنوع جديد من الممارسة والعمل الإعلامي في السنوات الأخيرة باهتمام كبير من طرف المؤسسات الإعلامية بصفة عامة والإعلاميين بصفة خاصة، حيث استطاع الموبايل أن يكون إحدى الوسائل والأدوات الأساسية لجمع المعلومات من مصادرها حول مختلف الأحداث السياسية، الاقتصادية ،الاجتماعية وغيرها، فنجد العديد من الإعلاميين استعانوا به كمصدر رئيسي لإعداد الأخبار والتقارير والقيام بالتحقيقات الإعلامية، بل وفي صناعة أفلام وأعمال سينمائية ضخمة، وهو الأمر الذي مكن الإعلاميين من التغلب على بعض التحديات والمصاعب التي تواجه عملهم الإعلامي، فساهمت في تعزيز حرية التعبير وحق الصحفي في الوصول إلى المعلومة، وبذلك فهي تعد اليوم أسلوب رائد في العمل الإعلامي، فوجود الموبايل (الهواتف الذكية) في أيدي الصحفيين مكنهم من تغطية أحداث مفاجئة بأمان أكبر وأكثر سرعة.

وهو ما حتم على الصحفيين في مختلف دول العالم ضرورة تعلم تقنيات صحافة الموبايل فالأحداث المتسارعة والمنافسة في سرعة نقل الأخبار لتحقيق السبق الصحفي تستدعي الاستفادة من التطورات التكنولوجيا الهائلة في العمل الإعلامي، خاصة بعد ظهور مفهوم الصحفي المتكامل (الشامل). الذي يطوع التكنولوجيا الحديثة لخدمة رسالته الإعلامية، فيقوم بدور المصور وفني الصوت والمونتير وفني الإضاءة والمخرج، بحيث يصبح متعدد المهارات أو فريق عمل يختزل في شخص واحد فقط. (عامر، 2020، ص11).

وقد أشار استطلاع اجراه koponen عام 2009 أن الغالبية العظمى من الصحفيين الذين استطلع رأيهم في أمريكا اعربوا عن ارتياحهم لاستخدام الموبايل في أعمالهم الصحفية اليومية، والذي ساهم في تمكينهم من توظيف أقل لوقت عملهم في جمع المصادر والوصول إليها ونشر أعمالهم، وفي نفس الصدد ووفق مسح لصناعة الصحافة العالمية أكد 51 بالمئة من مدراء المؤسسات الإعلامية أن تدريب الصحفيين على استخدام الموبايل في انتاج المحتوى الإعلامي له أولوية هامة.

وفي الجزائر وكباقي الدول العربية حاول الصحفيين مواكبة التطورات الحاصلة حولهم فاعتمدوا على وسائل جديدة لتطوير أدائهم وعملهم الإعلامي، خاصة في ظل المنافسة الكبيرة بين مختلف المؤسسات الإعلامية في الجزائر، التي تهدف كلها إلى جذب أكبر عدد ممكن من الجماهير، فاستخدموا الموبايل في عملهم الإعلامي، ورغم أن المتتبع للمشهد الإعلامي في الجزائر يجد أن نظرة المسؤولين والإعلاميين والصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل لازالت قاصرة، ويعتبرون الموبايل كمولود جديد في الساحة

الإعلامية ولا زال يكتنفها الغموض، كما أن طبيعة استخدام الصحفيين له تغلب عليه مبادرات فردية من بعض الصحفيين، ويعد مجرد اتجاه جديد في الممارسة يقتصر استخدامه على التصوير والقيام ببعض العمليات الفنية كالمونتاج والصوت وغيرها.

لذلك ارتأينا تسليط الضوء على دراسة هذا الموضوع في الجزائر من خلال طرح التساؤل التالي:

ما هو واقع استخدام الصحفيون الجزائريون لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي؟

التساؤلات الفرعية:

1-ما هي دوافع استخدام الصحفيون الجزائريون عينة الدراسة لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي؟

2-ما هي درجة اعتماد الصحفيون الجزائريون عينة الدراسة على صحافة الموبايل في العمل الإعلامي؟

3-ما هي أوجه الثراء التي تتمتع بها صحافة الموبايل في العمل الإعلامي من وجهة نظر الصحفيون المستخدمين؟

4-ما هي المعيقات التي تواجه الصحفيون الجزائريون المستخدمين لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي؟

5-ما هي اتجاهات الصحفيين الجزائريين المستخدمين لصحافة الموبايل نحو تشريع وسن ميثاق اخلاقيات للممارسة الإعلامية يتماشى مع طبيعة استخدام صحافة الموبايل في العمل الإعلامي؟

6-ماهي اتجاهات الصحفيون الجزائريون عينة الدراسة نحو استخدام صحافة الموبايل في العمل الإعلامي بالجزائر؟

2.1 أسباب اختيار الموضوع:

أي دراسة أو موضوع بحث علمي لابد أن تكون ورائه أسباب استدعت البحث فيه، هذه الأسباب قد تكون ذاتية نابعة من إحساس الباحث نفسه بالمشكلة وضرورة البحث فيها للوصول إلى نتائج علمية

حولها، كما تحيط بأي موضوع علمي جملة من الأسباب الموضوعية التي يفرضها الواقع الاجتماعي، والتي تؤدي إلى اختيار جاد وموضوعي لموضوع الدراسة، وبالتالي فهناك مجموعة من الأسباب الذاتية والموضوعية التي دفعت بالطالبة إلى اختيار هذا الموضوع، وهي كما يلي:

-الميل والرغبة في دراسة موضوع صحافة الموبايل باعتباره أحد المفاهيم الأساسية للصحافة الذكية والإعلام الرقمي في البيئة الإعلامية الجديدة، وهي من أكثر المواضيع التي تهتم بها الطالبة وتحاول التعرف وتوسيع معارفها حولها سواء نظريا أو تطبيقيا.

-الملاحظة الشخصية للطالبة أن صحافة الموبايل في العالم فرضت نفسها في البيئة الإعلامية الجديدة، فالمتتبع لما ينشر عبر مختلف المؤسسات الإعلامية المحلية والاقليمية يجد أنها لا تخلوا من استخدام صحافة الموبايل ووسائطها المختلفة، والتي قطعت أشواطا كبيرة في العمل الإعلامي، فدخلت حتى مجال الإنتاج السينمائي في العالم، ومن هنا بدأ اهتمام الطالبة بموضوع صحافة الموبايل واستخداماته من طرف الصحفيين الجزائريين العاملين في مختلف المؤسسات الإعلامية، للتعرف على واقع هذا الاستخدام من خلال الكشف عن دوافع استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل، ودرجة الاعتماد عليه، ومدى ملائمة صحافة الموبايل للعمل الإعلامي من وجهة نظر الصحفيين أنفسهم.

-أهمية موضوع الدراسة نظرا للتطور التكنولوجي الهائل الذي عرفته الهواتف الذكية في السنوات الأخيرة، وتميزها بالثراء، وهو ما انعكس إيجابا على العمل الإعلامي، فهذا التطور قد ألقى بظلاله على عملية انتقال المعلومات وسرعتها أكثر، وهو ما رفع من درجة التنافس بين المؤسسات الإعلامية والصحفيين من جهة أخرى، وهو ما استدعى تكييف الوسائل المستخدمة في العمل الإعلامي مع خصوصيات هذه البيئة الجديدة للإعلام والاتصال وافرازاتها العديدة، فأتاحت إمكانيات ووسائل وتقنيات جديدة سهلت مهمة الصحفيين.

-جدة وجدية موضوع الدراسة، حيث لاحظت الطالبة من خلال أبحاثها حول الموضوع قلة الدراسات التي تناولت موضوع صحافة الموبايل، خاصة في الجزائر، وهو ما يجعل من هذه الدراسة إضافة علمية وعملية ومرجعا للإعلاميين والأكاديميين.

3.1 أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته، إذ أنها تبحث في ظاهرة ووسيلة إعلامية عمرها قصير لكنها عرفت اهتماما كبيرا لدى الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية وكذا الجماهير وهي صحافة الموبايل، وقد ارتأينا تسليط الضوء على هذا الموضوع من خلال دراسة بعنوان" **استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي، دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين المستخدمين لصحافة الموبايل في الجزائر**"، إذ تعد صحافة الموبايل في الوقت الحاضر من أهم وسائل الإعلام التي افرزها لنا التطور التكنولوجي الحاصل على تكنولوجيات وسائل الإعلام والاتصال، وحتمته بيئة العمل الإعلامي في العصر الحديث، الذي يمتاز بالمنافسة الكبيرة بين المؤسسات الإعلامية، ففي ظل تسارع الأحداث من جهة، وتزايد عدد المؤسسات الإعلامية وانتشارها في كل مكان وإتاحتها عبر مختلف الوسائل والوسائط الإعلامية، كل ذلك أدى إلى خلق الحاجة لتوظيف وسائل جديدة في ممارسة العمل الإعلامي، بحيث تكون تتميز بالسهولة والمرونة في العمل فظهر الهاتف الذكي (الموبايل)، الذي افرز لنا ما يعرف اليوم إعلاميا بصحافة الموبايل، ومن المتوقع أن نصل إلى نتائج تكون منطلقا لدراسات أخرى في هذا الموضوع ومرجعا للباحثين وللأكاديميين في علوم الإعلام والاتصال في ظل شح الدراسات الإعلامية التي اهتمت بدراسة موضوع صحافة الموبايل في الجزائر.

4.1 أهداف الدراسة:

إن الهدف الأساسي لكل دراسة هو الوصول إلى نتائج حقيقية حول موضوع معين، والتي تمثل قيمة البحث العلمي، فلا يمكن تصور دراسة علمية بدون أهداف، وعليه فدراستنا تسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف تكون مفيدة في المستقبل للفرد والمجتمع، ويتمثل الهدف الرئيسي في دراستنا فيما يلي:

-الكشف على واقع استخدام الصحفيين الجزائريين صحافة الموبايل في العمل الإعلامي.

أما الأهداف الفرعية لهذه الدراسة فتتمثل فيما يلي:

1-رصد دوافع استخدام الصحفيون الجزائريون عينة الدراسة لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي من خلال معرفة فيما يستخدم الصحفيون الجزائريون صحافة الموبايل وأكثر أنواع التغطيات الإعلامية والأشكال الإعلامية التي ينفذونها باستخدام صحافة الموبايل ودوافع استخدامهم لها.

2-التعرف على درجة اعتماد الصحفيون الجزائريون عينة الدراسة على صحافة الموبايل في العمل الإعلامي من خلال استكشاف ظروف وأسباب استخدام هؤلاء الصحفيون لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي.

3-الوقوف على أوجه الثراء التي تتمتع بها صحافة الموبايل في العمل الإعلامي من وجهة نظر الصحفيون المستخدمين لها، من خلال التعرف على الظروف والأسباب التي تجعل صحافة الموبايل أكثر ملاءمة، كما سنحاول من خلال ذلك تحديد المميزات التي أضافتها صحافة الموبايل للعمل الإعلامي من وجهة نظر الصحفيون الجزائريون.

4-رصد أهم المعيقات التي تواجه الصحفيون الجزائريون المستخدمين لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي، من خلال تسليط الضوء على نوعية التكوين الإعلامي لمقدم لهم في الجزائر ومدى ملائمته لاستخدام صحافة الموبايل، كما سنسلط الضوء على الصعوبات الموجودة في بيئة العمل الإعلامي في الجزائر التي تؤثر سلبا على استخدام صحافة الموبايل (كالتشريعات الإعلامية، ضعف شبكة الانترنت، ضعف مهارات الصحفيون فيما يخص صحافة الموبايل وغيرها).

5-معرفة اتجاهات الصحفيون الجزائريون المستخدمين لصحافة الموبايل نحو تشريع وسن ميثاق اخلاقيات للممارسة الإعلامية يتماشى مع طبيعة استخدام صحافة الموبايل في العمل الإعلامي، والتعرف على أراءهم نحو مدى ملاءمة الضوابط المهنية والأخلاقية المنظمة للعمل الإعلامي المعمول بها في الجزائر لصحافة الموبايل.

6-رصد اتجاهات الصحفيون الجزائريون عينة الدراسة نحو استخدام صحافة الموبايل في العمل الإعلامي، عبر التعرف على أراء الصحفيين أفراد عينة الدراسة في صحافة الموبايل، كوسيلة جديدة دخلت ميدان العمل الإعلامي.

5.1 مفاهيم الدراسة:

يفضي المجال المعرفي الذي تطرقه أي دراسة في الغالب إلى تحديد طبيعة ونوع المفاهيم التيمن المحتمل أن تتعامل معها هذه الدراسة، حتى تساعد أي قارئ سواء مختص أو غير مختص على فهمها،

وعليه تحتاج دراستنا على تحديد مفاهيم المصطلحات المكونة لموضوع دراستنا، الصحفيين، صحافة الموبايل، العمل الإعلامي.

1.5.1 الصحفي

لغة: كلمة صحافي اكثر دلالة من صحفي لى من يعمل في الصحافة فهي الكلمة الاصلح لمن يلقب بكلمة journalist في الغرب. (حجاب. 2004. ص328)

اصطلاحا: هو من يمارس العمل الصحفي ويكتسب منه ويطلق هذا الوصف على كا من يعمل في جريدة أو مجلة، شرط أن يكون عمله ابتكاريا أو من فنون المهنة.(مستجير، 2008، 46)

ويعرف أيضا بأنه: " هو من يزاول العمل الصحفي في مؤسسة صحفية لقاء أجر ويتخد هذا العمل مهنة معتادة له وتقوم بينه وبين المؤسسة التي يعمل بها رابطة العامل بصاحب العمل. (عبد الله، شين، 2014، 189).

هو من يمارس مهنة جمع الأخبار والآراء وينشرها في صحيفة، أو مجلة تصدر دوريا. (الراعي، 2014، ص 59).

اجرائيا: هو ذلك الشخص الذي يمارس مهنة الاعلام ويكون تابعا لمؤسسة إعلامية سواء صحيفة، إذاعة، تلفزيون، وكالة أنباء، موقع إلكتروني. يقوم عمله على جمع المعلومات ونشرها عن الاحداث والوقائع الراهنة معتمدا في ذلك على مختلف الأنواع والقوالب الصحفية.

2.5.1 الصحافة:

لغة:

الصحيفة هي الكتاب، وجمعها صحائف وصحف. .(الساري. 2011.ص46).

والصحافة بكسر الصاد من صحيفة، جمع صحائف أو صُحف، والصحيفة هي القرطاس المكتوب أو ورقة الكتاب بوجهيها، وورقة الجريدة بها وجهان أي صفحتان أو صحيفتان، والصحيفة هي مجمعة من

الصفحات تصدر يوميا او في مواعيد منظمة وتتضمن أخبار سياسية أو اقتصادية وغيرها. (الخليفي. 2008. ص 81)

اصطلاحا: يشمل مصطلح الصحافة جميع الطرق التي تصل بواسطتها الانباء والتعليقات عليها إلى الجمهور وكل ما يجري في العالم مما يهم الجمهور وكل عمل وفكر ورأي تثيره أحداث العالم ويكوّن الادة الأساسية للصحفي. (الفار. 2010. ص 206).

–أن الصحافة بمعنى press هي اصدار الصحف وذلك باستقاء الأنباء ونشر المقالات بهدف الإعلام ونشر الإعلام والتعليم والتسلية والهيئة المحكومة فضلا عن أنها من أهم وسائل توجيه الرأي، كما أنها واسطة تبادل الأفكار والآراء بين افراد المجتمع وبين الهيئة الحاكمة، والصحافة بمعنى journalism هي المؤسسة التي يعمل بها المتخصصون في صناعة الأخبار.(الخليفي، 2008. ص81).

وتستخدم كلمة الصحافة للدلالة على معنيين منى مقابل لكلمة (journalism) أي المهنة الصحفية ومعنى مقابل لكلمة (press) أي مجموعة ما ينشر في الصحف. (عزت. ص181)

والصحافة بمعنى journalism هي المؤسة التي يعمل بها المتخصصون في صناعة الأخبار ولقد أطلق عليها اسم صحافة journalismبسبب ان الصحف journal ، والتي تعني الجرائد، والوريقات الإخبارية، والمجلات، وهناك من يعرفها بأنها مهمة تغطية الاخبار وكتابتها وتحريرها وتصويرها فوتوغرافيا وإذاعتها أو إدارة أي مؤسسة إخبارية إعلامية كعمل تجاري. (غازي، 2022، ص 15).

وهي مهنة من يجمع الاخبار والاراء وينشرها في صحيفة أو مجلة ،.وهي فن انشاء الجرائد والمجلات وكتابتها.(الساري. 2011.ص46).

ويعرفها منير حجاب بأنها صناعة اصدار الجرائد والمجلات وذلك باستقاء الاخبار وكتابة الموضوعات الصحفية من تحقيقات واحاديث ومقالات واعمدة وجمع الصور والاعلانات ونشر كل ذلك في الجرائد والمجلات وتولي ادارتها (حجاب.2003. ص 1490).

اجرائيا: هي المهنة التي تقوم على جمع وتحليل المعلومات والاخبار وإعادة تحريرها ثم نشرها وبثها للجمهور باستخدام عدة وسائل إعلامية تقليدية وجديدة، وتخضع لقوانين واخلاقيات تنظم عمله

3.5.1 الموبايل (الهاتف الذكي):

لم يجر الاتفاق بين الشركات المصنعة للهواتف الذكية على تعريف موحد له، فمنهم من يعتبره أنه الهاتف الذي يوفر مزايا تصفح الانترنت ومزامنة البريد الالكتروني وفتح ملفات أوفيس، ويحتوي على لوحة مفاتيح كاملة. (قوطال، 2015، 338).

هو جهاز هاتف يملك اتصالا بالانترنت ومزود بوظائف متعددة على غرار الرزنامة والولوج الى الرسائل الالكترونية والابحار عبر الويب وتحديد المكان الجغرافي. (عامر، سعيد. 2013، 172).

ويعرفه "فضيل دليو" على أنه:" عبار عن جهاز اتصال صغير الحجم مربوط بشبكة الاتصالات اللاسلكية والرقمية تسمح ببث واستقبال الرسائل الصوتية والنصية والصور عن بعد وبسرعة فائقة، ونظرا إلى طبيعة مكوناته الالكترونية واستقلاليته العملية (عدم ارتباطه المادي المباشر) فقد يوصف بالخلوي، أو الجوال، أو النقال أو المحمول. (دليو، 2013، ص166).

ويعرفه الباحث حسنين شفيق بأنه وسيلة للعرض والاستلام أو ارسال المعلومات من وإلى الهواتف الخلوية والأجهزة اللاسلكية الأخرى، والموبايل يشمل أشياء كثيرة على شبكة الانترنت النقالة والتطبيقات النقالة والرسائل النصية. (حسنين، 2015، ص 67).

ويعرفه قاموس OXFORD بأنه الهاتف الخلوي أو النقال، ولديه وظائف جهاز الحاسوب، ويمكن استخدامه للوصل إلى الحاسوب.

4.5.1 صحافة الموبايل:

اصطلاحا: توصيل الأخبار وإنتاجها باستخدام الأجهزة المحمولة (السنجري، 2019. 77).

ويعرفها مركز الجزيرة الإعلامي للتطوير والتدريب بأنها عملية جمع الأخبار ونشرها باستخدام هاتف ذكي أو جهاز لوحي، وهي اتجاه جديد في تغطية الأخبار وبثها ويتوقع أن يصبح نمطا سائدا(مركز الجزيرة الإعلامي. 2).

ويعرفها الباحثين سعد إبراهيم وحيدر احمد حسين على أنها: "استخدام الموبايل في التقاط القصص الإخبارية ومونتاجها وتوزيعها واستهلاكها". (إبراهيم. حسين.2019. 125)

ويعرفها الدكتور "مراد ميلود" على أنها: تلك النوع من الصحافة التي يمكن لأي شخص أن يكون صحفيا ينقل رأيه ومشاهداته للعالم أجمع عبر الهاتف، دون الحاجة لأن يحمل شهادة في الإعلام أو أن ينتمي لمؤسسة إعلامية لإيصال صوته للعالم وبأنها الصحافة التي يصنعها أو يشترك في صنعها المواطن ويقوم بتبادلها في مجال الأخبار والرأي بينه وبين باقي المواطنين عبر الموبايل. (ميلود.2018. 23).

نلاحظ من خلال التعريف الأخير أنه فيه تداخل بين مصطلح صحافة الموبايل وصحافة المواطن حيث أن الباحث يرى أنهما وجهان لعملة واحدة في حين بعض الباحثين يعتبرون صحافة المواطن هي صحافة الهواة حيث يقوم المواطنين العاديين بتصوير الوقائع الأحداث بالموبايل الخاص بهم ونشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو إرسالها لمؤسسات إعلامية لبثها ونشرها في حين ينظرون لصحافة الموبايل على أنها ممارسة الصحفي المحترف المتعاقد مع أي مؤسسة إعلامية لعمله الإعلامي بواسطة الموبايل.

وللإشارة فإنه هناك فرق رفيع بين مفهوم الصحفي المحترف والصحفي المواطن، فهذا الأخير يقصد به ذلك الشخص المتطوع الذي ينشر المعلومات التي يسمعها ويشاهدها في شبكة الانترنت، في حين الصحفي المحترف يمتهن الصحافة ويمارسها في اطار قانوني محدد يتميز بحيازته لبطاقة صحفي ويتقاضى أجر مقابل ممارسته. (عامر، 2020، ص174).

و تُعرفها "عزيزة محمد نور" على أنها: شكل من أشكال سرد القصص الرّقمية بحيث يكون الهاتف الذكي هو الوسيلة أو الجهاز الأساسي لإنتاج وتحرير الصور أو الصوت أو الفيديو، ويستخدم الصحفيون الهاتف بشكل متزايد للحصول على الأخبار للراديو والبودكاست، أو للحصول على الفيديو للأخبار التلفزيونية والبرامج الوثائقية، وكذلك إنشاء مقاطع الفيديو للمنصات الاجتماعية.

ويرى البعض أن صحافة الهاتف هي: "خطة أو أسلوب عمل جديد لرواية قصة إخبارية (معهد الجزيرة للإعلام زمالة الجزيرة.2020. 12)

وتعرفها الدكتورة عواج سامية على أنها:" صحافة جمع وتوزيع الأخبار باستخدام الموبايل"(عواج. 2018. 58).

وتعرفه أكاديمية BBC على أنه شكل من أشكال سرد القصص التي تمكن المراسلون من استخدام الهواتف الذكية في سرد القصص الإخبارية. (حيدر، 2021، 94).

ويعرف غالب كاظم جياد الدعمي صحافة الموبايل "أنها صحافة شاملة تجري أحداثها بشكل كامل على منصة الموبايل بدءاً من تغطية الحدث وإنتاجه وصناعته ومعالجته، ومن ثم بثه على أن تجري جميع هذه العمليات على منصة الإنترنت من مكان الحدث وصولاً إلى المتلقين، بمعنى أن البث يتم على القنوات التلفزيونية وصفحات الفيس ومشاهدته أيضا على منصة الموبايل" ولكن لو استخدم المضمون المنتج على منصة الموبايل في وسائل إعلام أخرى يكون وصفه مثل وصفنا للمضامين التي تبث عن طريق التلفزيون ولاحقا يتم عرضها على شبكات التلفزيون أي أنها تنتمي إلى الفضاء الذي انتج فيه.

فالمضمون التلفزيوني الذي يبث في التلفزيون يبقى مضموناً يتصل بالتلفزيون وأن تم بثه في منصة الموبايل، والحال نفسه ينطبق على الموبايل في حالة بث المضمون الذي أُنتج في غرف الأخبار المركزة لكنه لاحقاً بث في وسائل إعلام أخرى فيبقى ينتمي إلى صحافة الموبايل. (الدعمي. ص15).

وبمعنى آخر صحافة المواطن هي صحافة الوسائط المتعددة التي تتواجد على مختلف المنصات الالكترونية من شبكات اجتماعية وتطبيقات اتصالية وبرامج تواصلية، فهي ثورة اتصالية دمجت بين جملة من التطبيقات والمنصات بهدف محاصرة المستخدم بكثير من الوظائف والإمكانات التفاعلية الفريدة من نوعها. (عامر، 2020، ص176).

وتعد صحافة الموبايل التي تعرف اختصارا بموجوMOJO شكل من أشكال الإعلام الجديد الناشئة، والخاصة بسرد القصص، حيث يستخدم الصحفيون الهواتف الذكية وأجهزة الحاسوب اللوحي من أجل جمع الأخبار وتحريرها وتوزيعها. (بلوصيف، 2020، ص428)

اجرائيا: هي نوع اعلامي جديد دخل ميدان العمل والممارسة الإعلامية حديثا يقوم أساسا على الموبايل (الهاتف الذكي) في جمع الاخبار واعداد القصص ثم نشرها بواسطته عبر مختلف الوسائل والمنصات الإعلامية، وتجدر الإشارة إلى أن صحافة الموبايل تأتي بأسماء ومفاهيم متعددة في الأدبيات العربية والأجنبية، فبطلق عليها أضافة إلى اسم صحافة الموبايل أو المحمول اسم الصحافة المتنقلة، صحافة الوسائط المتعددة، صحافة الموجو، وغيرها من الأسماء.

5.5.1 تطبيقات الهاتف المحمول:

هي تلك البرامج الخاصة بالهواتف الذكية، منها ما يكون محملا على نظام تشغيل الهاتف، ومنها ما يتم تحميله بواسطة المستخدم، من خلال المتجر play store أو غيرها حيث تختلف باختلاف نوعية الهاتف ونظام التشغيل ، وتتفاعل هذه التطبيقات مع خدمات شبكة الانترنت وبعضها قد لا يحتاج للاتصال بهذه الشبكة. (التوام، 582).

6.5.1 العمل الإعلامي:

يكون العمل الإعلامي داخل وخارج المؤسسات الإعلامية مستثمرا جهود الكثير من الافراد الذين يتقاضون راتبا منتظما، وأولئك الذين يتم اللجوء إلى خدماتهم في ظروف معينة (العاملون بالقطعة)، ويقوم بهذا العمل مهنيون وهواة(مثل أولئك الذين يصنفوا تحت فئة اعلام المواطن) كما أنه يمكن ان يتضمن ممارسة مخصوصة (الصحافة المكتوبة مثلا) أو ضمن ممارسة تقوم على توظيف وسائط متعددة اعتمادا على آلية الاندماج. (الصادق. 2015. ص6).

وهو مجموعة الوظائف والمهام والنشاطات المرئية والمسموعة والمكتوبة التي تقوم بها وسائل الاعلام في إطار منظومة الأنظمة والقوانين والدستور، بما يخدم مصلحة الدولة وطنا ومواطنا. (عبديش. 2018. ص21).

7.5.1 الاستخدام

تعرفه ابتسام علي رايس على أنه نشاط اجتماعي يتحول بفعل التكرار إلى نشاط عادي في المجتمع. كما يشير إلى الممارسات والسلوكات والعادات والاتجاهات. (رايس،2016).

ومفهوم الاستخدام حسب PROULX هو ماذا يفعل الناس حقيقة بالادوات او الأدوات التقنية؟ لان مفهوم الاستخدام يحيل بدوره الى مسألة التملك الاجتماعي للتكنولوجيا يسائل علاقة الافراد بالاشياءالتقنية وبمحتوياتها أيضا كما ان الاستخدام فزيائيا يحيل الى استعمال وسيلة إعلامية او تكنولوجية وعليه فإن مفهوم الاستخدام يقتضي أولا إمكانية الوصول الى تكنولوجيا ما، بمعنى ان تكون متوفرة فزيائيا (ماديا) حتى نستطيع الحديث عن الاستخدام ثم ضرورة ان يتم تبني هذه التكنولوجيا. (بلعباس، 2016، 290).

اجرائيا:

نقصد بمفهوم الاستخدام في دراستنا طريقة وكيفية ممارسة الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل أثناء انجاز مهامهم الإعلامية وأسباب اعتمادهم عليه.

6.1 الدراسات السابقة:

هي مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت موضوع صحافة الموبايل من زوايا مختلفة، والتي تعد نتائجها إحدى المنطلقات الأساسية لدراسات أخرى في نفس الميدان، وتعد هذه الدراسات أيضا قاعدة بيانات أولية تساعد الباحثين في إجراء دراستهم، واستقاء المعلومات سواء في الجانب المنهجي أو النظري وكذا التطبيقي.

وبالتالي سنحاول أن نستعرض في هذه الدراسة جملة من الدراسات التي تم الاستفادة منها مع ابراز ملامحها، وتقديم تعليقا على كل واحدة منها على حدى، يتضمن جوانب الاتفاق والاختلاف مع دراستنا الحالية إضافة إلى أوجه الاستفادة منها، وتجدر الإشارة الى ان الطالبة قسمت هذه الدراسات إلى قسمين الأول تمثل في الدراسات العربية أي تلك التي كتبت باللغة العربية ثم الدراسات الأجنبية التي كتبت بالغات أجنبية.

1.6.1 الدراسات العربية:

الدراسة الأولى: دراسة أوعلوش كريمة بعنوان "**الهاتف النقال والأداء الإعلامي في الجزائر–دراسة مسحية تحليلية لعينة من الصحفيين من منظور الاستخدام والاشباع**، مذكرة لنيل شهادة الماجيستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص مؤسسات تكنولوجيا اقتصاديات وسائل الاعلام.

انطلقت الباحثة في هذه الدراسة من إشكالية أن العملية الإعلامية تأثرت كثيرا بالتطورات الحاصلة على تكنولوجيا الاعلام والاتصال خاصة ما يتعلق بتكنولوجيا الاتصالات السلكية واللاسلكية والاقمار الصناعية، إذ تبحث الطالبة هنا عن تأثيرات هذه التطورات التي دخلت ميدان العمل الإعلامي على الأداء الإعلامي للصحفيين من خلال الوقوف على العلاقة الوظيفية التي تجمع صحفيي اليوميات الوطنية بأحد أكثر التكنولوجيات الحديثة انتشارا وهو الهاتف النقال، من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما هي علاقة الصحفي بهاتفه النقال؟

–واندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

1-هل تتأثر عادات استخدام الهاتف النقال بعدد الخطوط ونوع الهاتف ومدة الاستعمال بالسيمات الديموغرافية؟

2-هل تختلف استخدامات الهاتف النقال لدى الصحفيين باختلاف وضعيتهم المالية؟

3-هل لسن الصحفي وخبرته المهنية علاقة في تكوينه في مجال استخدام الهاتف النقال؟

4-هل للصعوبات التي يتلقاها الصحفيون إن وجدت في مجال استخدام الهاتف النقال علاقة بالمتغيرات الديموغرافية للصحفيين؟

5-هل يرتبط استخدام التكنولوجيا والتطبيقات الحديثة للهاتف النقال بمتغيرات الدراسة كالسن والنوع؟

6-أدخلت التطبيقات الحديثة للهاتف النقال تغيرات في الأداء الإعلامي للصحفي، فإلى أي مدى تأثر بها الصحفيون الجزائريون؟ وما علاقة هذا التأثير- أن وجد- بمتغيرات الدراسة.

اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي التحليلي، كون الدراسة تبحث في ظاهرة استخدام الصحفيين الجزائريين للهاتف النقال في قطاع الصحافة المكتوبة وكونه يحاول أن يشرح الظواهر والحالات وكذا استمراريتها، وهو يستخدم عادة اختبار العلاقة بين متغيرين ورسم الاستدلالات التفسيرية لها عن طريق الربط بين الأنماط السلوكية والاتجاهات والآراء وعلاقتها بالسمات العامة أو الدوافع أو الحاجات.

-وقد لجأت الباحثة في هذه الدراسة إلى استخدام أداتين لجمع المعلومات من مجتمع البحث تمثلت في المقابلة والاستبيان.

-ويتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في كل الصحفيين الجزائريين الذين يعملون في مجال الصحافة المكتوبة اليومية الناطقة باللغتين العربية والفرنسية، ووقع الاختيار في هذه الدراسة على العينة الاحتمالية، لأن الباحث هنا تحصل على قاعدة بيانات لجميع عناوين الصحف اليومية (مجتمع البحث). واعتمدت في ذلك على أسلوب العينة العنقودية.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نورد أهمها فيما يلي:

-لمتغيرات السن والخبرة المهنية والدخل الفردي تأثير مباشر على خصوصية وعادات الاستخدام، فيظهر تمايز واضح بين الفئات العمرية خصوصا الشباب والمسنين، ويعتبر الشباب أكثر ارتباطا بالتقنيات الحديثة للاتصال من خلال تفضيلهم هواتف متقدمة للتكنولوجيات على عكس الصحفيين ذو السن المتقدمة الذين يبدون أكثر ارتباطا بالوسائل التقليدية كالهاتف الثابت والفاكس.

- وتوصلت الدراسة إلى أن الصحفيين الذكور أكثر ميلا لاستخدام التطبيقات الحديثة لتكنولوجيات الاتصال وتلتمس رغبتهم في التجديد في حين تبقى الاناث أكثر تمسكا بالأساليب الصحفية المعروفة والتقليدية والتي تميل أكثر إلى الاحترافية نظرا لاعتمادها على الميدان لاستقصاء الحوادث والوقائع.

-أكثر من نصف المبحوثين يلجؤون إلى الموبايل لتسجيل المقابلات عن بعد (الصحفيين الذكور الأقل من 45 سنة).

-ويرى أصحاب الخبرة المهنية الطويلة (أكثر من 16 سنة) أن استبدال المقابلات المدارة وجها لوجه باللقاءات الصحفية الهاتفية تأثيرا سلبيا على العمل الصحفي، حيث يبتعد الصحفي عن العمل الميداني بينما أصحاب الخبرة المتوسطة تفضل الوسائل الجديدة التي تجنبهم عناء التنقل الميداني.

-الهاتف النقال إعلاميا يشبع الحاجات الأساسية للصحفيين إذ يتيح لهم فرصة المعالجة الآنية للأخبار وربح الوقت وكذا سرعة تنفيذ الأعمال، كما أن الهاتف سهل على الصحفيين الاتصال بمصادر الخبر وضمان الاستمرارية في التواصل معهم بغرض التأكد من المعلومات.

-الهاتف وسيلة ضرورية للصحفي من أجل التأكد من الأخبار قبل نشرها.

-من بين إيجابيات الهاتف إعلاميا من وجهة نظر المبحوثين أنه يضمن لهم تجنب الوساطة، التمتع بالاستقلالية والحرية بسبب احتوائه على عدة خدمات في نفس الوقت، ضبط المواعيد وتخزين المعلومات والاخبار وهذا عبر الرسائل النصية القصيرة SMS.

- **أوجه التشابه:**

-تشترك هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في اهتمامها باستخدام الصحفيين الجزائريين الموبايل في العمل الإعلامي.

-تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في الاعتماد على أداة المقابلة والاستبيان في جمع المعلومات من مجتمع البحث.

-تشابهت نتيجة هذه الدراسة مع دراستنا في أن أغلب الصحفيين الجزائريين يستخدمون صحافة الموبايل لإجراء المقابلات الإعلامية، كما توصلت إلى نفس النتيجة التي توصلنا إليها في دراستنا والمتمثلة في أن استخدام الموبايل في العمل الإعلامي يحقق أكبر قدر من السرعة والاقتصاد في الوقت لانجاز الاعمال.

- **أوجه الإختلاف:**

-استخدمت هذه الدراسة المنهج المسحي التحليلي في حين دراستنا استندت على منهج المسح بالعينة.

-مجتمع البحث في هذه الدراسة تمثل في مجموع الصحفيين الذين يشتغلون في مجال الصحافة المكتوبة اليومية الناطقة باللغتين العربية والفرنسية، في حين مجتمع البحث في دراستنا هم كل الصحفيين الجزائريين بغض النظر عن طبيعة المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها.

-وظفت هذه الدراسة نظرية الاستخدامات والاشباعات فقط في حين دراستنا وظفت نظريتي ثراء وسائل الإعلام ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إضافة إلى نظرية الاستخدامات والاشباعات.

- **أوجه الاستفادة:**

-ساعدتنا هذه الدراسة في اثراء معلوماتنا حول الموضوع من خلال التراث العلمي الذي قدمته هذه الدراسة، خاصة كونها أولى الدراسات التي اهتمت بموضوع صحافة الموبايل في الجزائر.

-كما استفدنا من الدراسة في اثراء الجانب النظري لهذه الدراسة.

-استفدنا من نتائج هذه الدراسة في تحليل وتفسير نتائج الدراسة الحالية من خلال تدعيم النتائج المتوصل اليها في هذه الدراسة الحالية.

الدراسة الثانية: "صحافة المحمول وانعكاساتها على الممارسة الإعلامية دراسة على عينة من الإعلاميين العرب بدولة الإمارات العربية المتحدة" خلال الفترة 2015-2017، للباحثة سناء يوسف محمد شاهين، رسالة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، كلية علوم الاتصال، قسم الصحافة النشر.

-انطلقت الباحثة في دراستها الخاصة بصحافة المحمول من مجموعة تساؤلات رئيسية هي كالتالي: ما هي صحافة المحمول؟ وما انعكاساتها على الممارسة الإعلامية؟ وما التغيرات التي أحدثتها في بيئة العمل الصحفي وما تأثيرها على مستقبل العمل الصحفي وأساليب الممارسة المهنية؟

-وقد هدفت هذه الدراسة إلى اختبار صدق مجموعة من الفرضيات هي كالتالي:

1-يفترض الباحث أن صحافة المحمول هي نوع صحفي حديث تمثل المرحلة الأولى "للصحافة الذكية".

2-هناك دلالات إحصائية تؤكد ضعف استفادة الإعلاميين من صحافة المحمول.

3-يوجد تأثيرات كبيرة لصحافة المحمول على أداء الإعلاميين.

في حين اعتمدت هذه الدراسة على منهجين علميين هما المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التاريخي كما يلي:

1-المنهج الوصفي التحليلي: حيث اعتمدت عليه الباحثة في دراستها بهدف:

-وصف مفهوم وخصائص صحافة المحمول ومميزاتها وسلبياتها.

-الكشف عن أساليب الممارسة وانعكاسات صحافة المحمول على أداء المهنة.

-الوصول إلى استنتاجات مفيدة حول انعكاسات صحافة المحمول على الممارسة المهنية.

-التعرف على مجتمع الدراسة وخصائصه والوصول إلى توصيات ومقترحات لتطوير استخدامات المحمول الإعلامية في المستقبل.

2-المنهج التاريخي: استخدمت الباحثة المنهج التاريخي في دراستها لرصد مراحل تطور المحمول ونشأة وتطور صحافة المحمول، ويعد هذا المنهج من المناهج العلمية الذي يفسر ويحلل الأحداث بطريقة منهجية.

كما استخدمت الباحثة في هذه الدراسة ثلاثة أدوات لجمع البيانات هم أداة الملاحظة، المقابلة والاستبيان.

-الملاحظة: وقد استفادت الباحثة منها في دراستها في تكوين فكرة البحث وموضوعه كما استخدمتها في تأكيد ونفي معلومات حول موضوع الدراسة.

-المقابلة: حيث أجرت الباحثة مقابلات مع بعض المتخصصين وأصحاب الخبرة العلمية والعملية في مجال صحافة المحمول وذلك بغرض الاستفادة من آرائهم ومن ثمة إثراء الجانب النظري والتحليل للدراسة.

-الاستبيان: استخدمت استمارة الاستبيان التي تم عرضها على مجموعة من الصحفيين العرب بدولة الإمارات للحصول على معلومات حول صحافة المحمول واستخداماتها، مميزاتها، سلبياتها، والتحديات التي تواجهها، وانعكاساتها على ممارسة المهنة.

أما فيما يخص مجتمع البحث وعينته فقد تمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في كل الصحفيين العرب، وقد تم اختيار عينة مكونة من مجموعة من الصحفيين العرب العاملين بمؤسسات إعلامية بدولة الإمارات بطريقة عشوائية، وذلك لسببين هما الأول كون هناك الكثير من الصحفيين العرب يعملون بمؤسسات إعلامية عربية وأجنبية بدولة الإمارات، والانتشار الواسع لاستخدام صحافة المحمول في أوساط الإعلاميين بالإمارات.

-وقد توصلت الباحثة في الاخير إلى مجموعة من النتائج هي:

-صحافة المحمول هي نوع صحفي حديث، يمثل المرحلة الأولى من الصحافة الذكية.

-أكدت الدراسة أن صحافة المحمول تمتلك قدرة كبيرة على تحقيق السبق الصحفي.

-صحافة المحمول ذاهبة باتجاه تطوير أشكال وقوالب إعلامية خاصة بها، تمتاز بالسرعة والمدة الزمنية القصيرة والمعلومات المختزلة.

-صحافة المحمول استبدلت غرف الأخبار التقليدية، بغرف ذكية متنقلة على الأجهزة المحمولة.

-سهلت صحافة المحمول وصول المستخدمين إلى المحتوى الإعلامي في أي مكان وزمان.

-أكدت الدراسة أن صحافة المحمول غيرت المفهوم التقليدي للإعلامي، واستبدلته بالإعلامي الشامل الذي ينجز في الغالب كل مراحل التغطيات الإعلامية بمفرده دون الاعتماد على زملائه، مما يعني تطور إيجابي في مهارات أداء المهنة.

-أكدت الدراسة وجود علاقة ارتباطية ايجابية بين استخدامات صحافة المحمول وتطور الممارسات الإعلامية لصحفيين العرب.

-كشفت الدراسة بأن صحافة المحمول تنجز مهام الإنتاج والتحرير والنشر عبر وسيلة واحدة مما يعني تطورا إيجابيا في طريقة أداء المهنة.

-أثبتت الدراسة أن صحافة المحمول أكثر اهتماما بالشكل الخبري وأقل اهتماما بالتحقيقات الإعلامية.

-تمارس صحافة الموبايل بأقل احترافية من قبل الإعلاميين العرب حيث تركز على تسجيل التغطيات الإعلامية وبثها لاحقا واجراء المقابلات الإعلامية.

-تسهم صحافة الموبايل في تغطية الأحداث في المناطق التي تفتقر إلى وجود مراسلين.

- **أوجه التشابه:**

-تتشابه دراستنا مع هذه الدراسة باهتمامها بصحافة الموبايل في العمل الإعلامي.

-تتشابه دراستنا الحالية مع هذه الدراسة في نوع الأدوات المستخدمة لجمع البيانات من مجتمع البحث.

-توصلت الدراستين إلى أن الموبايل أكثر وسيلة تساعد الصحفيين على تحقيق السبق الصحفي مقارنة بالوسائل الأخرى.

-تشابهت النتيجة التي توصلت إليها الباحثة في هذه الدراسة التي تؤكد على أن صحافة الموبايل أفرزت لنا ما يعرف باسم الصحفي الشامل (الصحفي المتكامل) بحيث غيرت المفهوم التقليدي للصحفيين، وهو ما توصلت إليه دراستنا أيضا.

-أكدت نتائج الدراستين أن صحافة الموبايل تسمح بإنجاز كل المهام الإعلامية عبرها.

-توصلت الدراستين أن اعداد الأخبار هي أكثر الأنواع الصحفية التي ينفدها الصحفيين بواسطة صحافة الموبايل.

-توصلت الدراستين إلى أن صحافة الموبايل ساهمت في تغطية أحداث في المناطق التي تفتقر إلى وجود المراسلين، بواسطة ما يعرف بصحافة المواطن، إذ أن الموبايل اليوم ساعد على ولوج دخلاء (مواطنين) المهنة الإعلامية.

- **أوجه الاختلاف:**

-تختلف هذه الدراسة عن دراستنا الحالية جزئيا في الأهداف التي تسعى الوصول إليها، ففي حين تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مفهوم صحافة الموبايل وانعكاساتها على الممارسة الإعلامية والوقوف على التغيرات التي أحدثتها صحافة الموبايل في العمل الإعلامي، تهدف دراستنا للتعرف على دوافع استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل، وأوجه الثراء التي تتمتع بها صحافة الموبايل وغيرها من الأهداف.

-تقوم دراستنا الحالية على منهج المسح بالعينة، في حين دراسة سناء يوسف محمد شاهين استخدمت منهجين هما: المنهج الوصفي التحليلي، والمنهج التاريخي.

-مجتمع البحث في هذه الدراسة هم كل الصحفيين العرب، أما في دراستنا الحالية فيضم كل الصحفيين الجزائريين، أما عينة الدراسة السابقة فتضم الإعلاميين العرب العاملين في المؤسسات الإعلامية بدولة الامارات، أما في دراستنا فهم كل الصحفيين الجزائريين المستخدمين لصحافة الموبايل في الجزائر.

-تختلف هذه الدراسة عن دراستنا من حيث النظريات الموظفة، ففي حين اعتمدت الدراسة السابقة على نظرية ثراء الوسيلة، اعتمدت دراستنا الحالية على نظرية الاستخدامات والاشباعات، ونظرية ثراء الوسيلة إضافة إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

نوع العينة في هذه الدراسة السابقة تمثلت في العينة العمدية المنتظمة أما في دراستنا فتجسدت في العينة المتاحة وعينة كرة الثلج.

-توصلت هذه الدراسة إلى أن الإعلاميين العرب يستخدمون صحافة الموبايل لتسجيل التغطيات الإعلامية وبثها لاحقا، في حين دراستنا بينت أن الصحفيين الجزائريين يستخدمون صحافة الموبايل لجمع الأخبار المعلومات من المصادر الإعلامية، إضافة إلى استخدامها في انتاج ونشر المحتوى في مختلف وسائل الإعلام.

- **أوجه الاستفادة:**

-استفدنا من هذه الدراسة في بناء إشكالية دراستنا الحالية، وفهم موضوع صحافة الموبايل أكثر.

-استفدنا مما جاء في هذه الدراسة في تدعيم الجانب النظري لدراستنا.

-اعتمدنا على هذه الدراسة في بناء أسئلة الاستبيان في دراستنا.

-استفدنا من هذه الدراسة في التعرف على المراجع التي اهتمت بموضوع صحافة الموبايل وما يرتبط به.

-وظفت نتائج هذه الدراسة في الجانب التطبيقي من دراستنا، إذ ساعدتنا في تحليل وتفسير نتائج دراستنا من خلال الاستدلال بها لتدعيم نتائجنا أكثر.

الدراسة الثالثة: استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية" دراسة ميدانية، من إعداد الباحث هشام سمير زقوت" بكلية الآداب الجامعة الإسلامية بغزة للحصول على درجة الماجيستر في الصحافة سنة 2016.

تمثلت مشكلة هذه الدراسة في التعرف على استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية، وطبيعة هذا الاستخدام ودوافعه والاشباعات المحققة منه ومدى نجاحهم في استغلالها في العمل الصحفي، والتعرف على أهم والظروف التي تزيد من استخدام الصحفيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي على الهواتف الذكية.

-وهدفت الدراسة إلى اثبات أو نفي صحة مجموعة من الفرضيات أهمها:

-توجد فروق دلالية إحصائية في مدى استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي على الهواتف الذكية تعزى للمتغيرات الديموغرافية الآتية (الجنس، العمر، مكان السكن، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة).

-توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدة استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي على الهواتف الذكية ومعدل حصولهم على الأخبار.

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استفادة الصحفيين الفلسطينيين من استخدام تطبيقات الهواتف الذكية تعزى لنوع العمل.

واعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والاشباعات حيث يرى الباحث أنها أفضل النظريات المناسبة لدراسة موضوع استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية وذلك كون:

-النظرية تمكن من معرفة كيفية استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي على الهواتف الذكية التي تتفق مع أساليب عملهم.

-تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار تطبيقات التواصل الاجتماعي على الهواتف الذكية.

-شرح دوافع تعرض الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

-التعرف على الاشباعات المطلوبة التي يسعى الصحفيين الفلسطينيين إلى تلبيتها من خلال استخدامهم لتطبيقات التواصل الاجتماعي على الهواتف الذكية.

-كشف العلاقة المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض لتطبيقات التواصل الاجتماعي على الهواتف الذكية والاشباعات الناتجة عن ذلك.

في حين تنتمي هذه الدراسة إلى نوع البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها، واعتمد الباحث فيها على منهج المسح الإعلامي من خلال أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية للتعرف على طبيعة استخدام الصحفيين الفلسطينيين لمتطلبات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية الاشباعات المحققة منها.

وقد لجأ الباحث في هذه الدراسة إلى استخدام عدة أدوات لجمع البيانات هي:

-صحيفة استقصاء: وذلك من خلال تقديم مجموعة أسئلة الخاصة بالموضوع إلى افراد عينة الدراسة للحصول على معلومات حول الموضوع.

-أداة المقابلة: باستخدام نوع المقابلة المقننة بهدف جمع معلومات عن طبيعة استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي على الهواتف الذكية فأجرى الباحث مقابلات مع إعلاميين متخصصين في الإعلام الجديد وآخرين متخصصين في استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي على الهواتف الذكية.

-مجتمع الدراسة وعينته: مجتمع البحث في هذه الدراسة هو كل الصحفيين الفلسطينيين الذين يبلغ عددهم 1636 صحفيا، نظرا لكبر حجم المجتمع ثم اختيار عينة عشوائية بسيطة من المجتمع الأصلي وتم تحديد عينة تمثيلية تتكون من 400 مفردة. وتم توزيع أداة الدراسة عليهم.

نتائج الدراسة:

-يفضل المبحوثين استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية لأنها سهلة الاستخدام وسهلت عملية تبادل ونقل المعلومات كما أنها وسيلة قليلة التكلفة.

-أكبر نسبة من المبحوثين يستخدمون تطبيقات التواصل التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية كمصدر للمعلومات.

-استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية يزداد أثناء الأحداث والأزمات في المرتبة الأولى ثم في المرتبة الثانية عندما يكونون في المنزل.

-أتاحت تطبيقات التواصل الاجتماعي على الهةاتف الذكية للمبحوثين سهولة متابعة الأخبار وسرعة وصولها والتواصل بأقل تكلفة.

-توصلت الدراسة إلى تسجيل درجة عالية بين استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي عبر الهواتف الذكية والحصول على الأخبار، وكذا لدرجة تلبية هذه التطبيقات لاحتياجات المبحوثين الإعلامية.

-إن الدافع لاستخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهةاتف الذكية هي تلقي الأخبار.

-من أبرز إيجابيات تطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية أنها سرعت عملية تلقي الأخبار وسهلت عملية الحصول على المعلومة.

-من أبرز سلبيات استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية هي انتشار الأخبار الغير دقيقة.

-أكبر نسبة من الصحفيين الفلسطينيين يعزون سبب امتلاكهم للهواتف الذكية إلى مواكبة التكنولوجيا الحديثة واستخدامها في العمل الإعلامي.

-لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي على الهواتف الذكية والمتغيرات الديموغرافية.

-توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدة استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي على الهواتف الذكية.

-لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى استفادة الصحفيين الفلسطينيين من استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي على الهواتف الذكية موضوع عملهم.

- **أوجه التشابه:**

-تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في اهتمامها بالموبايل في الميدان الإعلامي.

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا الحالية كونها تندرج ضمن نوع الدراسات الوصفية.

-توصلت الدراستين إلى أن أكثر سلبيات صحاف الموبايل و تطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية هي انتشار الاخبار الكاذبة من خلال السرعة في نشر الأخبار دون التحقق من صدقها.

-أكد الصحفيين الفلسطينيين أن سبب امتلاكهم للهواتف الذكية إلى مواكبة التكنولوجيا الحديثة استخدامها في العمل الإعلامي وهو ما أكده الصحفيين الجزائريين في دراستنا الحالية إذ أكدوا أن أكبر دافع وراء استخدامهم لصحافة الموبايل هو مواكبة التطور الاجتماعي.

- **أوجه الاختلاف:**

-في حين دراستنا تهتم باستخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي، فإن هذه الدراسة تقوم على فكرة "استخدام الصحفيين الفلسطينيين تطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية.

-تختلف أهداف دراستنا في محطات كثيرة عن أهداف هذه الدراسة.

-تستند هذه الدراسة إلى منهج المسح الإعلامي في حين دراستنا الحالية وظفت منهج المسح بالعينة.

-أساليب البحث المستخدمة في هذه الدراسة هي المقابلة وصحيفة الاستقصاء، في حين دراستنا اعتمدت على على الملاحظة إضافة إلى المقابلة والاستبانة.

-مجتمع البحث في هذه الدراسة جميع الصحفيين الفلسطينيين أما في دراستنا الحالية فيضم كل الصحفيين الجزائريين، كما نجد أن هذه الدراسة اعتمدت على أسلوب العينة العشوائية المنتظمة، في حين دراستنا استخدمت أسلوب العينة المتاحة وعينة كرة الثلج.

-وظفت هذه الدراسة نظرية الاستخدامات والاشباعات في حين دراستنا وظفت نظرية ثراء الوسيلة ونظرية الاعتماد على وسائل الاعلام إضافة على نظرية الاستخدامات والاشباعات.

-أكدت نتائج هذه الدراسة عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية والمتغيرات الديموغرافية، في حين دراستنا بينت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل ومتغير الجنس.

- **أوجه الاستفادة:**

-استفدنا من هذه الدراسة في اثراء معارفنا حول موضوع صحافة الموبايل، وتطبيقاته المستخدمة في العمل الإعلامي.

استفدنا من هذه الدراسة في الحصول على المراجع التي تناولت موضوعنا.

-استفدنا من هذه الدراسة في بناء أسئلة الاستبيان الخاص بدراستنا.

-استفدنا من نتائجها في اثراء الجانب التطبيقي لدراستنا، سواء في تأكيد بعض النتائج أو تدعيمها.

الدراسة الرابعة: " اعتماد الصحفيين الأردنيين على الموبيل في انتاج المحتوى الإعلامي" للباحثة " شذا خالد حتامله" رسالة للحصول على رسالة الماجيستر في الاعلام بجامعة اليرموك – اربد- الأردن، سنة 2019-2020.

-طرحت الباحثة إشكالية الازدياد الكبير في استخدام الهواتف الذكية في العالم ودخولها ميدان العمل الإعلامي واحداثه ثورة في هذا المجال، حتى أصبح الموبايل وسيلة إعلامية قائمة بذاتها وقادرة على انتاج محتوى اعلامي متكامل خاصة أنها وسيلة مرنة سهلت على الصحفيين الحصول على المعلومات.

تمثل الهدف الرئيسي لهذه الإشكالية في " التعرف على مدى اعتماد الصحفيين الأردنيين على الموبايل في انتاج واعداد المحتوى الإعلامي.

اندرج تحت هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية تمثلت في التعرف والكشف على:

-ممارسات الصحفيين الأردنيين في مختلف وسائل الاعلام في تعزيز الممارسات الصحفية في ظل التطور التكنولوجي.

-درجة اعتماد الصحفيين الأردنيين على الموبايل في انتاج المحتوى الإعلامي.

-تقييم الصحفيين الأردنيين لاستخدام الموبايل في انتاج المحتوى الإعلامي.

-أسباب اعتماد الصحفيين الأردنيين على الموبايل في انتاج المحتوى الإعلامي.

-المهارات المطلوبة لإنتاج المحتوى الإعلامي من وجهة نظر الصحفيين.

-التأثيرات المعرفية المتحققة لدى الصحفيين باعتمادهم على الهاتف المحمول في انتاج المحتوى الإعلامي.

-التأثيرات الوجدانية المتحققة لدى الصحفيين باعتمادهم على الهاتف المحمول في انتاج المحتوى الإعلامي.

-التأثيرات السلوكية المتحققة لدى الصحفيين باعتمادهم على الهاتف المحمول في انتاج المحتوى الإعلامي.

-التحديات التي تواجه الصحفيين جراء اعتمادهم على الهاتف المحمول.

في حين استندت الدراسة الى نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، وتقوم فكرة هذه النظرية على أن استخدام الافراد لوسائل الاعلام لا يتم بمعزل عن تأثيرات المجتمع الذي يعيش داخله، إذ أن قدرة وسائل الاعلام تزداد في التأثير كلما قامت هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مستمر ومكثف، ومن أهم أهداف هذه النظرية هي إعطاء تفسير لماذا يكون لوسائل الاعلام أحيانا آثار قوية ومباشرة وأحيانا أخرى يكون لها تأثيرات ضعيفة وغير مباشرة.

وتقوم هذه النظرية على ركيزتين أساسيتين هما:

1-لكي يحقق الافراد والجماعات والمنظمات الأهداف الشخصية والاجتماعية يجب عليهم الاعتماد على موارد تسيطر عليها اشخاص او جماعات او منظمات أخرى والعكس صحيح.

2-المصادر: يسعى الافراد والمنظمات الى مصادر مختلفة لتحقيق أهدافها وتعد وسائل الاعلام نظام معلومات يسعى إليها الافراد والمنظمات لتحقيق أهدافها.

فرضيات النظرية:

1-يتراوح تأثير وسائل الاعلام بين القوة والضعف تبعا للظروف المحيطة والخبرات السابقة.

2-نظام وسائل الاعلام جزء من النسق الاجتماعي وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية والأخرى.

وتنتمي هذه الدراسة إلى نوع الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي وهو جزء من المنهج الوصفي، ويعد جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولفترة زمنية كافية للدراسة.

واستعانت الدراسة في إطار منهج المسح الإعلامي بمسح رأي الصحفيين الأردنيين للتعرف على مدى اعتمادهم على صحافة الموبايل في انتاج المحتوى الإعلامي.

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من الصحفيين الأردنيين المعتمدين في نقابة الصحفيين البالغ عددهم 1200 صحفي أما بالنسبة للعينة فشملت على 151 مفردة بأسلوب العينة العشوائية البسيطة وذلك نظرا لصعوبة الوصول إلى جميع الصحفيين الأردنيين من جهة وتشابه سمات المجتمع من جهة أخرى، وبعد استرجاع نسخ الاستبانة تبين أن 13 مفردة منهم لا يعتمدون على الموبايل في انتاج المحتوى الإعلامي، أما النسخ الأخرى البالغ عددها 138 مفردة فقد كانت صالحة للدراسة وملبية لشروط البحث العلمي.

وقد استخدمت الباحثة في هذه الدراسة على استمارة استبيان تضمنت 8 محاور للحصول على المعلومات والبيانات من عينة الدراسة.

النتائج العامة للدراسة:

-أظهرت نتائج الدراسة أن أهم أسباب اعتماد الصحفيين على صحافة الموبايل في انتاج المحتوى الإعلامي كانت لامتيازها بالسرعة والفاعلية بالدرجة الأولى، ولان صحافة الموبايل توفر على الصحفي الوقت والمال بالدرجة الثانية، وبدرجة ثالثة لأن الموبايل خفف على الصحفي الانتقال بمعدات ثقيلة.

-نسبة 91.4 بالمئة من الصحفيين الأردنيين يعتمدون على صحافة الموبايل في انتاج المحتوى الإعلامي.

-الدافع الأكثر استخداما للموبايل لدى الصحفيين الاردنيين في انتاج المحتوى الإعلامي هو (تحرير الاخبار) بنسبة 60.9 بالمئة والتصوير بنسبة 55.1 بالمئة يليهم اعداد التقارير بنسبة 42 بالمئة.

-التطبيق الأكثر استخداما للموبايل لدى الصحفيين الأردنيين في انتاج المحتوى الإعلامي هو تطبيق watsapp بنسبة 91.3 بالمئة يليه facebook بنسبة 73.9 بالمئة في المرتبة الثانية وتطبيق messenger في المرتبة الثالثة بنسبة 61.6 بالمئة.

-اشارت نتائج الدراسة أن أبرز المهارات المطلوبة لانتاج المحتوى الإعلامي بواسطة الموبايل من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين كان في المرتبة الأولى ان يتقن الصحفي تصوير فيديو الموبايل وان يتعلم تحريره.

-أظهرت نتائج الدراسة أن أبرز التحديات والمعيقات التي تواجه الصحفيين أردنيين جراء إعتمادهم على صحافة الموبايل كانت في المرتبة الأولى السرعة في النشر أحيانا يكون على حساب الحقيقة، وفي المرتبة الثانية عدم توفر شبكة الانترنت في كل مكان.

-توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الصحفيين الأردنيين على صحافة الموبايل في انتاج المحتوى الإعلامي وفقا للمتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمل، المسمى الوظيفي، سنوات الخبرة).

-عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أسباب اعتماد الصحفيين الأردنيين على الموبايل في انتاج المحتوى الإعلامي وفقا للمتغيرات الديموغرافية (النوع الإجتماعي، والمسمى الوظيفي).

-وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أسباب اعتماد الصحفيين الأردنيين على الموبايل في انتاج المحتوى الإعلامي تعزى لمتغير العمر لصالح فئة 40 سنة فما فوق، ومتغير المؤهل العلمي لصالح فئة الدراسات العليا ومتغير سنوات الخبرة لصالح 6 سنوات فأكثر.

-وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين أسباب الاعتماد على الموبايل في انتاج المحتوى الإعلامي وكل من الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية.

- **أوجه التشابه:**

-تتشابه من حيث الموضوع إذ تعالج موضوع استخدام الصحفيين الأردنيين على الموبايل إعلاميا.

-تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا الحالية من حيث نوع الدراسة إذ تندر الدراستين ضمن نوع الدراسات الوصفية.

-توصلت الدراستين إلى نفس النتيجة المتمثلة في أن أهم المهارات المطلوبة لاستخدام الصحفيين صحافة الموبايل في العمل وانتاج المحتوى الإعلامي هو أن يتقنوا التصوير (الصور والفيديوهات) وتحريرها بواسطة الموبايل.

-كما تشابهت الدراستين في النتيجة الخاصة بأن أهم سلبيات صحافة الموبايل في العمل الإعلامي في الجزائر والأردن من وجهة نظر الصحفيين الجزائريين والصحفيين الأردنيين هي السرعة في نقل الاخبار دون التحقق من صحتها، كما أن ضعف تغطية شبكة الانترنت في البلدين يعتبر من أهم التحديات والصعوبات التي تواجه الصحفيين أثناء استخدامهم لصحافة الموبايل.

- **أوجه الاختلاف:**

-الهدف الرئيسي لهذه الدراسة هو التعرف على مدى اعتماد الصحفيين الأردنيين على الموبايل في انتاج واعداد المحتوى الإعلامي في حين تهدف دراستنا إلى التعرف على واقع استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي.

-تختلف الدراستين من حيث المنهج المستخدم إذ استخدمت دراستنا منهج المسح بالعينة في حين استخدمت هذه الدراسة منهج المسح الإعلامي.

-مجتمع البحث هنا يتمثل في كل الصحفيين الأردنيين المسجلين في نقابة الصحفيين، أما في دراستنا فيضم كل الصحفيين الجزائريين بالجزائر.

-استخدمت هذه الدراسة العينة العشوائية أما دراستنا فقامت على العينة الغير احتمالية مستخدمة أسلوب العينة المتاحة وعينة كرة الثلج.

-توصلت هذه الدراسة إلى أن أهم أسباب اعتماد الصحفيين الأردنيين على صحافة الموبايل في انتاج المحتوى الإعلامي هو امتيازها بالسرعة والفاعلية والاقتصاد في الوقت والمال، أما في دراستنا فإن أهم سبب هو أنها وسيلة متعددة الوظائف كما أنها وسيلة سهلة الاستخدام.

-أعلى نسبة من الصحفيين الأردنيين يستخدمون صحافة الموبايل لانتا امحتوى الإعلامي، في حين في دراستنا أعلى نسبة من الصحفيين الجزائريين يستخدمون صحافة الموبايل لجمع الأخبار والمعلومات من المصادر الإعلامية.

-إن أكبر دافع وراء استخدام الصحفيين الأردنيين لصحافة الموبايل هو تحرير الأخبار والتصوير إضافة إلى اعداد التقارير في حين توصلت دراستنا إلى أن أكبر دافع لاستخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل هو الاستفادة من التطور التكنولوجي والاقتصاد في الوقت والجهد.

- **أوجه الاستفادة:**

-بناء مشكلة البحث من خلال الاستفادة من الأفكار التي طرحها الباحث في هذه الدراسة.

-اختيار المنهج المناسب لدراستنا.

-استفدنا من الاحالات التي وظفتها هذه الدراسة في الحصول على مراجع حول موضوع صحافة الموبايل.

-تدعيم الجانب التطبيقي لدراستنا.

2.6.1 الدراسات الأجنبية:

الدراسة الخامسة: دراسة للباحث صلاح محمد صلاح تحت عنوان

Mobile journalism, using Smartphone in journalistic work.

" الصحافة المتنقلة استخدام الهاتف الذكي في العمل الصحفي" أطروحة مقدمة بجامعة uppsala بالسويد قسم المعلوماتية والإعلام. 2017

يطرح الباحث في إشكاليته الآفاق الجديدة التي فتحها الهاتف الذكي (الموبايل) أمام وسائل الإعلام التقليدية، إذ يرى أن نجاح المؤسسات الإعلامية في الوقت الحالي لم يعد مقرونا بما تملكه من أدوات ووسائل

غالية التكلفة كالأقمار الصناعية مثلا والتي لا تعمل إلا في الأماكن المفتوحة على عكس الهاتف الذكي الذي يمكنه أن يصور لك قصة أو حدث بجودة عالية الوضوح (HD) و تساءل الباحث حول :"كيف يساعد الهاتف الذكي في تسهيل عمل الصحفيين خاصة في المناطق الخطرة (الأزمات)؟

-تهدف هذه الدراسة إلى بحث ودراسة ممارسات وسائل الإعلام، وكيف كانت تعمل وسائل الإعلام الإخبارية بدون الهاتف المحمول، ثم ما هي انعكاسات ظهور الهاتف النقال على العمل الصحفي؟ وكيف أثر ذلك على العلاقة بين الصحفي الهاوي والصحفي المحترف وتغير ادوارهم.

-تعد هذه الدراسة من الدراسات الكيفية التي تهدف إلى وصف الظواهر وتفسيرها.

-يضم مجتمع البحث في هذه الدراسة الممارسون لصحافة المحمول في الصحف والإذاعات والبرامج التلفزيونية والمدونات والمواقع الالكترونية والمؤتمرات.

في هذه الدراسة النوعية تم استخدام العديد من الأدوات البحثية الكيفية الملائمة لهذا النوع من الدراسات لجمع المعلومات والبيانات من مجتمع البحث، وتتمثل في هذه الدراسة فيما يلي:

-**الاثنوغرافيا الذاتية:** حيث يرى الباحث أنها أكثر أداة ملائمة في الأبحاث الإعلامية النوعية، حيث تساعد على فهم ودراسة انتاج واستهلاك وسائل الاعلام ، حيث رأى الباحث أن عليه التحقق لفهم ما سماه بالظاهرة الإجتماعية المتمثلة في استخدام الهواتف الذكية في المؤسسات الإعلامية، ولذلك قام بالبحث بنفسه باختبار استخدام الهواتف الذكية في التصوير بعدة طرق مختلفة في العراق والسويد، حيث قام بتصوير فيديو بكاميرا فيديو، ثم بكاميرا هاتف ذكي للمقارنة بين الوسيلتين المختلفتين، كما قام ببث فيديو مباشر بواسطة الهاتف المحمول، وكاميرا الويب على الكومبيوتر المحمول.

-الملاحظة بالمشاركة: قام الباحث بملاحظة ومشاركة عشرة اشخاص تتراوح أعمارهم بين 20 و35 سنة اثناء مشاركتهم في دورة تدريبية لاستخدام الكاميرات والهواتف الذكية في صنع اخبار التلفزيون في كردستان العراق، والتي كانت هذه منظمة من طرف معهد الجزيرة للإعلام.

مجموعات التركيز : حيث تسمح هذه الطريقة للباحث باجراء مقابلات مع عدد كبير من الناس في نفس الوقت، ففي هذه الدراسة تكونت المجموعة البؤرية من ستة صحفيين تتراوح أعمارهم بين 18 إلى 30 سنة يعملون في مؤسسات إعلامية مختلفة في شمال العراق بعضهم سبق لهم العمل في مناطق النزاع بتغطية أخبار الحرب على داعش في الموصل.

حيث تمحور موضوع النقاش مع هذه المجموعات على استخدام الهواتف الذكية في اعمال الوسائط المختلفة في التلفزيون والإذاعة والصحف ووسائل التواصل الاجتماعي وايجابيات وسلبيات صحافة الموبايل، جوانب الأمان وخصوصية استخدام الهواتف الذكية وإلى أي مدى يثق الناس في الأخبار التي يغطيها المواطنون الصحفيون ومتى يمون العمل بالهاتف المحمول أفضل من الكاميرا.

-المقابلة: حيث أجرى الباحث تسعة مقابلات مع صحفيين المحترفين والهواة الذين يعملون في التلفزيون والراديو والصحف والمواقع الرقمية وصناعة الأفلام ومراسلون مبتدئين وصحفيون مواطنون والمديرون وغيرهم من العاملين في المجال الاعلامي في الشرق الأوسط بالضبط في شمال العراق مع صحفيين من مؤسسات كردية وعربية.

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر أهمها فيما يلي:

-العوامل الرئيسية التي جعلت الهواتف الذكية وسيلة قوية في يد الصحفيين هي الميزانية المنخفضة المطلوبة للحصول على هاتف ذكي مقارنة بالمعدات باهظة الثمن المستخدمة في الاجهزة التقليدية لوسائل الاعلام.

-أهم مميزات صحافة الموبايل هي الحرية والاستقلالية التي يوفرها الهاتف المحمول للصحفي، وجوانب التصميم التي يوفرها المحمول باعتباره أداة صغيرة بحجم الجيب مع ميزة عدم اليقين التي تجعل من الممكن حملها حتى في مناطق لا يسمح فيها للصحفي بالعمل.

-ساعد الهاتف الذكي على تغطية الاخبار في المناطق التي لا يمكن للوسائل التقليدية أن تكون موجودة أو لا يمكن الوصول إليها بسهولة.

-ساعد التصميم العام للجوال على سهولة استخدامه في العمل الصحفي دون اجراء دورات تدريبية حول استخدامه.

-توصلت هذه الدراسة إلى أن رغم الدور الفعال لصحاة الموبايل إلا أنها لا يمكنها أن تكون بديلة عن وسائل الاعلام التقليدية ودورها لا يزال محدود في الأخبار العاجلة، أو لتسليط الضوء على بعض القضايا التي لا تعرفها وسائل الإعلام التقليدية.

- **أوجه التشابه:**

-تهتم هذه الدراسة بموضوع صحافة الموبايل، إذ طرح فكرة أن نجاح المؤسسات الإعلامي في البيئة الجديدة للاعلام والاتصال لم يعد يتوقف على وسائل ضخمة ومكلفة، بل ان الموبايل وبفضل التطورات الحاصلة عليه اليوم اصبح مؤسسة إعلامية قائمة بذاتها يؤدي الأدوار الأخرى التي تؤديها الوسائل التقليدية.

-تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في انها لم تحدد نوع المؤسسة الإعلامية (صحافة مكتوبة، إذاعة، تلفزيون....) التي يعمل بها الصحفيين افراد عينة الدراسة.

-توصلت هذه الدراسة إلى نفس النتيجة التي توصلت إليها دراستنا، والمتمثلة في أن صحافة الموبايل ساعدت ومكنت الصحفيين من تغطية أحداث كان يصعب تغطيتها بالوسائل التقليدية، خاصة تلك في المناطق الوعرة ومناطق النزاع التي يصعب الوصول إليها.

- **أوجه الاختلاف:**

-لما كانت دراستنا تبحث في واقع استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل بصفة عامة، فإن هذه الدراسة تهتم بدراسة كيف يساعد الموبايل تسهيل عمل الصحفيين خاصة في مناطق النزاع؟

-تهدف دراستنا إلى معرفة دوافع استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل، والوقوف على أوجه الثراء التي تتمتع بها صحافة الموبايل من وجهة نظر الصحفيين الجزائريين، فإن هذه الدراسة تهدف

إلى معرفة كيف كانت وسائل الإعلام تعمل قبل الهاتف النقال، وانعكاسات هذه الوسيلة على العمل الصحفي.

-تدخل هذه الدراسة ضمن نوع الدراسات الكيفية، واستخدمت مجموعة من الأدوات والاساليب لجمع البيانات والمعلومات المناسبة لهذا النوع من الدراسات وهي: الاثنوغرافية الذاتية، الملاحظة بالمشاركة، مجموعات التركيز، والمقابلة.

-توصلت هذه الدراسة إلى أن أهم ميزة لصحافة الموبايل هي أنها توفر الحرية والاستقلالية للصحفي، أما دراستنا فبينت أن أهم ميزة لصحافة الموبايل أنها سرعت عملية التغطية الإعلامية.

- **أوجه الاستفادة:**

-تمت الاستفادة من الأفكار الموظفة في هذه الدراسة في فك الغموض حول الموضوع، خاصة أن الدراسة جاءت نوعية، حملت الكثير من الأفكار والوضوعات الجديدة، والمستقاة من مصدرها الأول وهم الصحفيين والمختصين في صحافة الموبايل، وهو ما جعلنا نعتمد على معلوماتها كثيرا في تحليل نتائج دراستنا سواء بالتأكيد أو النفي لبعض النتائج المتوصل إليها.

الدراسة السادسة للباحثين Luis Pedro Ribeiro Rodrigues و Vania Baldi و Adelino Decastro Oliveira Sinoes Gala بعنوان :

Mobile Journalism the emergence of a new field of journalis

مقال منشور في مجلة أبحاث الصحافة البرازيلية أغسطس 2021، جامعة أفيرو البرتغال.

انطلقت هذه الدراسة من فكرة أن التقارب التكنولوجي لمختلف الميزات المدمجة والوسائط المتعددة لأجهزة الموبايل أدت إلى ظهور ما يعرف اليوم بصحافة الموبايل، وأحدث تغيير كبير في العمل الصحفي التقليدي حيث اختزلت الطاقم الصحفي بصحفي واحد فقط، يقوم بكل الأدوار بواسطة هاتفه الذكي.

تهدف هذه الدراسة إلى اختبار الفرضيات الثلاثة التالية:

-تزيد صحافة الموبايل من سرعة انتاج الأخبار والحركة الجيدة به للصحفيين.

-تزيد صحافة الموبايل من مرونة انتاج المحتوى الإخباري باستخدام الوسائط المتعددة.

-تسهل صحافة الموبايل على الصحفيين الوصول إلى المواقع الوعرة للأحداث وسهولة الوصول وإجراء المقابلات مع الشخصيات.

تدخل هذه الدراسة ضمن نوع الدراسات الاستكشافية، فكون موضوع الدراسة جديد ولم تلقى اهتمام كبير في الأوساط الأكاديمية لذلك فإن الموضوع حسب الباحثين يحتاج إلى بحث أكبر.

اعتمد الباحثين في هذه الدراسة على أداة الاستبيان والمقابلة للحصول على المعلومات والبيانات، من أفراد عينة الدراسة والتي تمثل الصحفيين الذين يستخدمون صحافة الموبايل في العمل الإعلامي، ففي البداية تم توزيع الاستمارة على منصة الفايسبوك في مجموعة تضم الصحفيين الذين يستخدمون صحافة الموبايل في عملهم الإعلامي، وهي عبارة عن مجتمع افتراضي عالمي يهتم أفراده بمناقشة القضايا التقنية والنظرية لصحافة الموبايل. حيث استرجع الباحثين 55 إجابة تم اقصاء اجابتين منهم.

أما المقابلة فقان الباحثين هنا بإجراء أربع مقابلات مع متخصصين من أربع دول بلجيكا، إيطاليا، إسبانيا.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج تمثلت فيما يلي:

-أكد أفراد عينة الدراسة فرضيات البحث الثلاثة (خفة الحركة، المرونة، وإمكانية الوصول).

-أغلب أفراد عينة الدراسة من الذكور ب 45 فرد و8 إناث.

-توصلت الدراسة أن صحفي الموبايل يمكنه انتاج محتوى إخباري بسرعة أكبر وبتنوع أكبر من خلال استخدام الوسائط المتعددة أثناء انتاج المواد الإخبارية، كما تسهل على الصحفي الوصول إلى مكان الحدث وإجراء المقابلات مع الناس بإرياحية تامة.

-يعمل صحفي الموبايل بشكل مستقل في جميع مراحل دورة انتاج الأخبار، بعيدا عن غرفة التحرير.

-توصلت الدراسة إلى أن جودة المواد الإعلامية التي تنتج بواسطة صحافة الموبايل أقل جودة من تلك التي يتم انتاجها باستخدام معدات احترافية.

-صحافة الموبايل هي أكثر وسائل الإعلام ملائمة للعمل الميداني في مناطق النزاع والكوارث الطبيعية والأزمات الانسانية.

-صحافة الموبايل تسهل إجراء المقابلات مع الناس العاديين إذ تشعرهم بالراحة، لكنها في المقابل قد تولد عند الشخصيات المشهورة وأصحاب السلطات نوع من عدم الثقة بسبب اعتيادهم على الإنتاج الكبير (فريق عمل وكاميرات ضخمة).

- **أوجه التشابه:**

-تهتم هذه الدراسة بموضوع صحافة الموبايل وانطلقت من نفس فكرة دراستنا المتمثلة في أن التقارب التكنولوجي والوسائط المتعددة لأجهزة الموبايل أدت إلى ظهور صحافة الموبايل.

-تتشابه نتائج هذه الدراسة مع دراستنا في أن الصحفيين الذكور هم الأكثر استخداما لصحافة الموبايل.

-كما توصلت هذه الدراسة إلى نفس نتيجة دراستنا المتعلقة بأن صحافة الموبايل سهلت على الصحفيين الوصول إلى المناطق الوعرة ومناطق النزاع.

-توصلت الدراستين الى ان صحافة الموبايل وسيلة مناسبة لاجراء المقابلات الإعلامية، كما أن صحافة الموبايل هي وسيلة اتصال تفاعلي تتميز بالمرونة في العمل الإعلامي بفضل الوسائط المتعددة.

-توصلت الدراستين الى ان رغم إيجابيات صحافة الموبايل في العمل الإعلامي الا ان جودة محتواها يكون اقل من تلك التي يتم اعدادها بمعدات احترافية.

- **أوجه الاختلاف:**

-تدخل هذه الدراسة ضمن نوع الدراسات الاستكشافية في حين دراستنا جاءت وصفية.

-اعتمد الباحثين في هذه الدراسة على أداتي الاستمارة والمقابلة فقط في حين دراستنا لجأت أيضا إلى استخدام الملاحظة البسيطة في استقاء المعلومات الخاصة بالدراسة.

-تم توزيع الاستمارة في مجموعة عبر الفايسبوك تضم الصحفيين الذين يستخدمون صحافة الموبايل في العالم.

-أجرى الباحثين هنا مقابلات مع أربعة صحفيين من عدة دول أوربية (بلجيكا، إيطاليا، اسبانيا).

- **أوجه الاستفادة**

-حملت هذه الدراسة عدد كبير من المعلومات الجديدة، التي استفدنا منها في تنظيم الجانب المنهجي لدراستنا، خاصة ما تعلق بأساليب جمع المعلومات من خلال المقابلة، حيث ساعدتنا الأفكار التي حملتها في توظيفها في المقابلات التي أجريناها في دراستنا الحالية، لمعرفة إذا ما كانت خصائص استخدام صحافة الموبايل في الجزائر تتشابه مع استخدام الصحفيين الاربيين في هذه الدراسة (بلجيكا، اسبانيا، إيطاليا).

الدراسة السابعة: التي تعالج موضوع

Kenya connected : Mobile technology is linking journalists to local source

للباحثة Camilla Karlsen أطروحة مقدمة للحصول على درجة الماجيستر في الصحافة، بمعهد الصحافة بجامعة جنوب الدانمارك، يونيو 2010.

هدفت الدراسة إلى وصف الاتجاه الذي يسلكه استخدام الهواتف المحمولة بين الصحفيين الاخباريين في الدول النامية بإفريقيا من خلال القيام بدراسة حالة دولة كينيا، ومعرفة كيف تؤثر تكنولوجيا الهاتف المحمول على الصحفيين الذين يعملون في بلدان تخضع لرقابة شديدة مع انتشار كبير للهواتف المحمولة.

للإشارة فإن هذه الدراسة تدخل ضمن نوع الدراسات النوعية، وتقوم على منهج دراسة حالة (دولة كينيا) وقد بررت الباحثة اختيارها لدولة كينيا بأنها دولة متميزة في وسائل الإعلام والتطورات التكنولوجية مقارنة بباقي دول أفريقيا باستثناء دولة جنوب افريقيا التي تعتبر رائدة في هذا المجال.

اعتمدت الباحثة على أداة المقابلة في جمع المعلومات والبيانات من خلال اجراء مقابلات مع صحفين اخباريين كينيين وجهات إعلامية أخرى. وظفت الباحثة في دراستها ونظرية حارس البوابة.

نتائج الدراسة:

-بينت النتائج أن صحفيي الاخبار الكينيين يستخدمون تكنولوجيا الهاتف المحمول في عملهم بعدة طرق فهم يحددون مواعيد المقابلات عن طريق الاتصال بمصادرهم، ويتم تسجيل المقابلات باستخدام ميكروفون الهاتف المحمول خاصة في التقارير حول موضوعات حساسة (النزاعات) .

-ربطت تكنولوجيا الهاتف المحمول الصحفيين بمصادر من مناطق نائية في كينيا، كما مكنت وسائل الاعلام من نشر قصص موثوقة كان من الصعب التحقق منها قبل سنوات.

-سهلت تكنولوجيا الهاتف المحمول على الجمهور الكيني فرصة الوصول إلى وسائل الإعلام الإخبارية، مثل فرصة المشاركة في برامج إذاعية من خلال الاتصالات الهاتفية، كما اتاحت لهم حرية في التعبير عن الأراء ومناقشة القضايا الاجتماعية والسياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع فايسبوك وتويتر.

-تتأثر جميع المراحل الأربعة للعمل الإعلامي بشكل مباشر أو غير مباشر بتكنولوجيا الهاتف المحمول بدءا بمرحلة الفكرة مرورا بمرحلة البحث عن المعلومات والتحقق منها وتحريرها وصولا ببثها ونشرها.

-من مزايا تكنولوجيا الهاتف المحمول من وجهة نظر الصحفيين الكينيين أنها مكنتهم من انتاج مواد إخبارية بسرعة أكبر، والتحقق من المعلومات التي يحصلون عليها كما سهلت عليهم عملية التواصل مع الصحفيين المنتشرين في مختلف المناطق الجغرافية.

- **أوجه التشابه:**

-تتناول هذه الدراسة متغير أساسي في دراستنا وهو صحافة الموبايل.

-توصلت إلى نفس نتيجة دراستنا الحالية فيما يخص أن الصحفيين يستخدمون صحافة الموبايل في كل مراحل العمل الإعلامي، وهو ما يؤكد على أنها وسيلة إعلامية متكاملة.

-توصلت الدراسة إلى نفس نتيجة دراستنا في أن صحافة الموبايل ساعدت الصحفيين في الوصول إلى مناطق وعرة، فأتاحت لهم فرصة تغطية أحداث كان يصعب عليهم تغطيتها بالوسائل التقليدية.

-توصلت الدراستين إلى نفس النتيجة فيما يخص أن أهم ميزة في صحافة الموبايل أنها سرعت عملية التغطية الإعلامية وإنتاج المواد الإخبارية.

أوجه الاختلاف:

-تهدف هذه الدراسة إلى وصف استخدام الصحفيين الاخباريين الكينيين لصحافة الموبايل، في حين دراستنا تهدف لوصف واقع استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل بغض النظر عن طبيعة عمل الصحفي ومنصبه أو نوع المؤسسة الإعلامية العامل بها.

-تدخل هذه الدراسة ضن نوع الدراسات النوعية في حين دراستنا كمية وكيفية.

-اعتمدت هذه الدراسة على منهج دراسة الحالة في حين دراستنا استخدمت منهج المسح بالعينة.

-في جمع البيانات استخدمت الباحثة المقابلة والتي تعتبر الأداة المناسبة للدراسات الكيفية في حين استخدمت دراستنا الحالية أداة المقابلة والاستمارة والملاحظة.

-لجأت الباحثة في هذه الدراسة إلى استخدام نظرية حارس البوابة أما في دراستنا فستخدمنا نظرية الاستخدامات والاشباعات ونظرية الاعتماد على وسائل الاعلام إضافة إلى نظرية ثراء وسائل الإعلام.

- **أوجه الاستفادة:**

تمثلت الاستفادة من هذه الدراسات في بلورة وبناء مشكلة الدراسة من خلال التراث العلمي المحصل منها، –استفدنا أيضا من نتائج هذه الدراسات في تحليل وتفسير نتائج الدراسة الحالية من خلال اجراء مقارنة بين النتائج السابقة والحالية أو لتدعيم النتائج الحالية.

–تمت الاستفادة من هذه الدراسة التي اعتمدت على الأسلوب الكيفي في توظيف أداة المقابلة في دراستنا، إضافة إلى دعم وإثراء الجانب النظري لدراستنا.

7.1 الخلفية النظرية للدراسة:

تعد المقاربات النظرية والمنهجية في علوم الاتصال والإعلام بمثابة القاعدة التي بني عليها هذا العلم الحديث ورغم أن جل نظريات الاعلام والاتصال منبثقة عن علم الاجتماع وعلم النفس، إلا أن ذلك لم يمنع الباحثين من توظيف هذه المداخل النظرية في دراسة الظواهر المختلفة في مجال علوم الاعلام والاتصال وكل العلوم المرتبطة بهما. (عبد الفتاح، 2013، ص29).

تجدر الإشارة إلى أنه لا توجد نظرية اتصالية خالصة متفق عليها وعلى مفهومها، أو كيفية عملها وتأثيراتها، سواء بين علماء الاتصال أو الباحثين في حقل الاتصال، وإنما يوجد عدد من النظريات التي تقدم تصورات عن كيفية عمل الاتصال والاعلام وتأثيره، وفي الوقت ذاته تساعد هذه النظريات على توجيه البحث الاتصالي والإعلامي إلى مسارات مناسبة، ذلك أن النظرية تجسد بشكل فعال تطبيقات وسائل الاتصال والإعلام في المجتمع، كما توضح النظرية ما تحدثه من تأثيرات على الجمهور أو من الجمهور نفسه اتجاه الوسائل أو الرسائل الاتصالية والإعلامية، وأحيانا تتجاوز ذلك لتقديم تصور عما يمكن أن يحدث مستقبلا، كما تقدم تصورا عن المتغيرات الاجتماعية المحتملة وتأثيرات وسائل الاتصال فيها. (المشاقبة، 2015، 143).

وفي هذا الدراسة قد استخدمنا ثلاثة نظريات هي نظرية الاستخدامات والاشباعات، نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية ثراء وسائل الاعلام، نوجز أهم ما جاء في كل واحدة فيما يلي:

1.7.1 نظرية الاستخدامات والاشباعات:

- **عرض النظرية:**

ترى النظرية أن تعرض الجمهور لمواد إعلامية لاشباع رغبات كامنة معينة واستجابة للدوافع والحاجات، وما يميز الجمهور في ايطار الاستخدامات والاشباعات النشاط والايجابية والقدرة على الاختيار الواعي والتفكير. (خير الله، 106).

تندرج نظرية الاستخدامات والاشباعات ضمن المدخل الوظيفي، تهتم بالعلاقة بين مضمون أجهزة الاعلام والجمهور بنظرة جديدة، إذ تركز هذه النظرية على أن الفرد يستخدم وسيلة اتصال بعينها لتحقيق اشباعات لحاجات معينة لديه، وبصفة أساسية فإن هذا المدخل يهدف للإجابة على سؤال أساسي وهو كيف ولماذا يستخدم الناس وسائل الاعلام؟ وبعبارة أخرى ما هي الدوافع التي تجعل الناس يتعرضون لوسائل الاعلام وما هي الاشباعات التي تتحقق لهم نتيجة لهذا التعرض؟ وما هي طبيعة هذه الاشباعات؟ ويرى مؤيدوا هذا المدخل أنه بدلا من الاهتمام بدراسة ما تفعله وسائل الاعلام بالناس فإن ما ينبغي دراسته هو ما الذي يفعله الناس بوسائل الاعلام. (الدليمي، 2016، 249).

- **نشأتها:**

يعد Katz Elihu أول من وضع اللبنة الأولى في بناء مدخل الاستخدامات والاشباعات، عندما كتب مقالا عن هذا المدخل عام 1959 ردا على ادعاء قام به الباحث "بيرنارد بيرلسون" ذكر فيه أن مجال البحث في الدراسات الإعلامية قد أوشك على الانتهاء، فقد أوضح كاتز أن مجال البحث فيما يتعلق بدراسة وسائل الاعلام كوسائل اقناعية ودعائية قد انتهى بالفعل ، مشيرا إلى أن معظم الدراسات في ذلك الوقت كانت تهدف إلى معرفة تأثير الحملات الدعائية على الجمهور أو ماذا فعل وسائل الاعلام بالجمهور، وبأنه ينبغي أن يتم تحويل السؤال إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ وما هي الحاجات التي يسعى إلى تحقيقها.(الدليمي، 2016، 251).

- **جوهر نظرية الاستخدامات والاشباعات:**

تعنى نظرية الاستخدامات والاشباعات في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته الكامنة ومعنى ذلك أن الجمهور ليس سلبيا يقبل كل ما تعرضه عليه وسائل الاعلام، بل يمتلك غاية محددة

من تعرضه يسعى إلى تحقيقها، فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما باحثون ناطون عن المضمون الذي يبدوا أكثر اشباعا لهم. (خير الله، 106)

إذن فالجمهور المتلقي حسب هذه النظرية لا يعد جمهورا سلبيا يتلقى كل ما تعرضه له وسائل الاعلام ويتأثر بها، بل هو متلقي إيجابي ونشط ينتقي ما تعرضه وسائل الاعلام ويبدي رجع صدى حولها، ومن هنا ظهر مفهوم الجمهور النشط.

ويعد مدخل الاستخدامات والاشباعات من المداخل الهامة والعريقة التي التي اعتمدت عليها بحوث الاعلام ، وساعدت على توفير معلومات قيمة عن الجمهور ونتائج عملية الاتصال ويعتبر مدخلا خاصا بالجمهور وقد حدثت عليه تطورات كثيرة منذ البداية حتى الآن فالتطورات فيه مستمرة. (الدليمي، 2016، 249)

- **أهداف نظرية الاستخدامات والاشباعات:**

تقوم هذه النظرية على تحقيق مجموعة من الأهداف هي كما يلي:

-محاولة التعرف على استخدامات الأفراد لوسائل الاتصال على اعتبار أن الجمهور نشيط ويستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

-الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض والاشباعات.

-تحديد دوافع تعرض الافراد لوسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التفاعل.

-التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

-معرفة دور العوامل الوسيطة وتأثيرها في الاستخدامات والاشباعات (الحاج، 2020، 93).

- **فرضيات نظرية الاستخدامات والاشباعات:**

يرى كاتز وزملاؤه أن منظور الاستخدامات والاشباعات يعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة اهداف رئيسية وتتضمن فروض النموذج ما يلي:

1-أن أعضاء الجمهور المشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

2-يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.

3-التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

4-يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

5-ويمكن الاستدلال على المعايير الثقافية للمجتمعات من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتواها فقط. (مكاوي، 1998، 241)

- **عناصرها:**

1-الجمهور النشط: تزعم Howit أن النظريات القديمة كانت تنظر إلى الجمهور باعتباره متلقيا سلبيا أمام قوة الرسالة وتأثيرها الفعال، حتى ظهر مفهوم الجمهور العنيد الذي يبحث عما يريد أن يتعرض إليه ويتحكم في اختيار الوسائل التي تقدم هذا المحتوى. (مكاوي، 1998، 243).

إذ جائت هذه النظرية ردا على افتراضات نظريات التأثير القوي لوسائل الاعلام على الجمهور والتي وصفته بأنه جمهور سلبي يتلقى ويتأثر بكل ما تنشره وتبثه وسائل الاعلام بغض النظر عن الفروق الفردية لهذا الجمهور ، مثل ما قامت عليه نظرية الطلقة السحرية.

2-الأصول الاجتماعية والنفسية تجسد فترة نهاية عقد الخمسينات من القرن الميلادي الماضي مرحلة من مراحل تطور بحوث الاستخدام والاشباع البداية الحقيقية لتحول انظار الباحثين وتوجيه اهتمامهم لدراسة العوامل الاجتماعية والنفسية واثرها في الدوافع والحاجات والاشباعات المرتبطة بوسائل الاتصال الجماهيري واستخداماتها بهدف الكشف عن دور هذه المتغيرات الوسيطة في تكوين الحاجات والدوافع وايجادها والتي تكمن وراء استخدام وسائل الاتصال وانماط التعرض لمحتوى رسائلها وذلك من خلال

الدراسات العديدة التي سعت في ذلك الوقت على دراسة بعض المتغيرات الاجتماعية والنفسية المرتبطة بأنماط السلوك الاتصالي للافراد وتؤدي العوامل النفسية والفروق الفردية دورا مهما في اختلاف الافراد في اختيار الرسائل الإعلامية ما افرز لنا مفهوم الادراك الانتقائي. (الحاج. 160).

وقد قدمت العدي من الدراسات الدليل الامبريقي على دور العوامل الديموغرافية والاجتماعية في تعرض الجمهور لوسائل الاعلام مثل ارتباط هذا التعرض بالنوع والعمر والمهنة أو المستو التعليمي، فاحتياجات الأفراد لاستخدام وسائل الاتصال ترتبط بوجود الفرد في بيئة اجتماعية وتفاعله معها، ففي دراسة للباحث جون جونستون عام 1974 في دراسته حول استخدام المراهقين لوسائل الاعلام والدمج الاجتماعي وجد ان أعضاء الجمهور لا يتعالون مع وسائل الاتصال باعتبارهم افرادا معزولين عن واقعهم الاجتماعي وانما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة وشركاء في بيئة ثقافية واحدة. (مكاوي، 1998، 244).

بناء على ما سابق جاء ما يعرف بالإدراك الانتقائي لوسائل الاعلام الذي يقوم على الفروق الفردي ولأفراد جمهور وسائل الإعلام وبناء على خبراتهم السابقة.

3-دوافع وحاجات التعرض لوسائل الاعلام:

تفترض هذه النظرية أن دوافع التعرض لوسائل الاعلام ينتج أساسا عن الحاجات النفسية والاجتماعية لأفراد الجمهور والتي تؤدي إلى توقعات معينة يمكن اشباعها من خلال استخدام وسائل أخرى غير اتصالية لاشباع تلك الحاجات وبناء عليه فإننا سوف نستعرض دوافع الجمهور لوسائل الاعلام. (الدليمي، 2016، 224).

-دوافع منطقية ودوافع عاطفية: فالدوافع المنطقية تتأثر بالتفكير العقلاني، أما الدوافع العاطفية فتتأثر بالأهواء والعواطف.

-الدوافع السلبية والايجابية: تتمثل الإيجابية في الاقام على سلوك معين بغض النظر عن إيجابية هذا السلوك.

-دوافع مسيطر عليها ودوافع غير مسيطر عليها.

-دوافع غريزية ودوافع مكتسبة فالطعام والنوم دوافع غريزية أما دافع حب الظهور والصداقة فهي دوافع مكتسبة.

-دوافع أساسية ودوافع ثانوية: فالدوافع الأساسية هي الغريزية أما الثانوية فهي مكتسبة. (الحاج، 100).

اما الباحثين المهتمين بدراسة الاستخدامات والاشباعات مثل Robin فيقسم الدوافع إلى:

-دوافع نفعية: تستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع اشكال التعليم بوجه خاص.

-دوافع طقوسية: وتستهدف تمضية الوقت والاسترخاء والصداقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات مثل البرامج الخيالية المتمثلة في المسلسلات والأفلام والمنوعات ...(مكاوي، 1998، 247).

أما الحاجات حسب مفهوم النظرية فهي افتقار الى شيء ما إذا وجد حقق الاشباع والرضا والارتياح للكائن الحي والحاجة شيء ضروري أما لاستقرار الحياة نفسها (حاجات فسيولوجية) أو للحياة بأسلوب أفضل (حاجات نفسية) وتتوقف كثير من خصائص الشخصية على حاجات الفرد ومدى اشباع هذه الحاجات.

وقد قدم كاتز وجيروفيتش وهاس تصنيفا للاحتياجات الجمهور هذه وذلك على النحو التالي:

-الحاجة المعرفية

-الحاجة العاطفية

-حاجة الاتساق الشخصي

-الحاجات المرجعية الشخصية

-حاجة الاتساق الجماعي

-حاجة الاسترخاء(الحاج، 125).

4-توقعات الجمهور من وسائل الاعلام:

تختلف التوقعات باختلاف الأفراد واختلاف الثقافات عن دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الاتصال وتعد التوقعات سببا في عملية التعرض لوسائل الاعلام (الحاج، 100).

بمعنى أن التوقعات لها دور في كبير في اختيار الأفراد للوسائل والمضامين التي يريد الأفراد التعرض لها، والتي يمكنها أن تشبع حاجته، وللإشارة فإن هذه التوقعات تختلف من فرد إلى آخر بناء على الفروق الفردية.

5- التعرض لوسائل الاعلام ولمصادر أخرى:

إذ أشارت عديد الدراسات إلى أن دوافع الأفراد تؤدي إلى التعرض لوسائل الاتصال بحد ذاته، أو سياق التعرض أو مضمون التعرض (الحاج، 100).

6-اشباعات وسائل الإعلام:

وقد اهتمت هذه النظرية بوصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها " الاشباعات"، ويري "سوا نسون" أمكانية ربط محتوى الرسالة بالاشباعات المتحققة، فبرامج الترفيه والدراما يمكن أن تحقق اشباع التثقيف والتخلص من التوتر. (مكاوي، 1998، 249).

وقد قسم لوارنس وينر الاشباعات إلى قسمين رئيسيين هما:

- اشباعات المحتوى: وتنتج عن التعرض لوسائل الاتصال، وتنقسم بدورها إلى:

-اشباعات توجيهية: تتضمن الحصول على المعلومات وتأكيد الذات ومراقبة البيئة.

-اشباعات اجتماعية: يقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بمنظومة علاقاته الاجتماعية.

- اشباعات عملية: وتنتج عن عملية الاتصال نفسها واختيار وسيلة معينة ولا ترتبط بمضمون الوسيلة، وتنقسم بدورها إلى:

-اشباعات شبه توجيهية لتخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات والتدعيم المعنوي من خلال التعرض لمواد إعلامية ترفيهية.

-اشباعات شبه اجتماعية: تتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الاعلام وتزيد هذه الاشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة احساسه بالعزلة. (الحاج، 103).

- **تطبيق نظرية الاستخدامات والاشباعات في الاعلام الجديد:**

رغم قدم نظرية الاستخدامات والاشباعات ورغم الانتقادات التي وجهت إليها إلاّ أن البحوث الإعلامية الجديدة التي تدرس الإعلام الجديد تعتمد هذه النظرية واعتبرت مناسبة لذلك، فحسب الباحث "راي بيرن" شكل التفاعلية على مستوى شبكة الانترنت يتمتع بمستوى أكثر قوة وارتفاعا من تلك على مستوى وسائل الإعلام التقليدية، وكون الفرد قصدي في تعرضه لمواقع ووسائل معينة لاشباع حاجاته فهي تعتبر مناسبة في دراسات الإعلام الجديد. (رايس، 2016).

- **الانتقادات التي وجهت لنظرية الاستخدامات والاشباعات:**

-لا تصلح النظرية إلى التعميم لأن الاستخدامات والاشباعات من وسائل الاتصال تختلف باختلاف الثقافات.

-لا تستطيع النظرية تفسير السلوك الاتصالي بدقة فالمحتوى الاتصالي يحقق وظائف لبعض الأفراد ويسبب اختلال وظيفي لأفراد آخرين.

-تفترض أنّ المضمون يشبع حاجات معينة لدى الجمهور رغم أن هذه المواد قد لا تكون هامة أو لا تشبع حاجة لدى الجمهور.

-وصف بعض النقاد هذه النظرية بأنها مدخل فردي مما يصعب ربطها بالبناءات الإجتماعية الأكبر.

-النظرية يشوبها غموض في بعض عناصرها ومحدداتها ويصفها البعض كونها أسلوب لجمع البيانات. (الحاج، 103).

- **توظيف النظرية في دراستنا:**

تعتبر هذه النظرية ملائمة لدراستنا نظرا لكون صحافة الموبايل تعتبر من الوسائل التي تلائم طبيعة الجمهور النشط.

-تتيح هذه النظرية التعرف على كيف يستخدم الصحفيون الجزائريون أفراد عينة الدراسة صحافة الموبايل في العمل الإعلامي.

-إضافة إلى إمكانية حصر دوافع استخدامهم لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي، إذ تختلف هذه الدوافع من فرد إلى آخر، ومن مجتمع إلى آخر، لعدة اعتبارات تحكمها خصوصية كل مجتمع والفروق الفردية التي تمير أفرادها.

2.7.1 نظرية ثراء وسائل الاعلام:

يتجلى الإطار النظري لهذا البحث في مدخل نظري مهم ارتبط ارتباطا وثيقا بنظريات اختيار وسائل الاعلام الحديثة.

هي فرع من نظرية الاحتمالات، ظهرت هذه النظرية عام 1984 حيث قدمها الباحثان الامريكيان Daftو Langel لوصف وتقييم وسائل الاتصال داخل المنظمات ، وهي تهدف الى التغلب على تحديات الاتصال مثل الرسائل الغير واضحة او الرسائل ذات التفسيرات المتناقضة وقد تمت دراستها على نطاق واسع منذ عرضها لأول مرة، كما اختبرها علماء اتصال آخرون من أجل تطويرها، بحيث تنص هذه النظرية على أن جميع قنوات الاتصال تملك خصائص معينة تجعلها أقل أو أكثر ثراء، وعلى الرغم من ارتباطها باستخدام وسائل الإعلام إلا أن الدراسات التجريبية التي أجريت عليها الدراسات، ركزت على الوسيلة التي يجب أن يختارها القائم بالاتصال وليس التأثيرات المترتبة على استخدام وسائل الإعلام.(حيدر. 2018. 112. 113).

ويقصد بمفهوم الثراء في هذه النظرية حسب Daft و Langel "المعلومات المحتملة التي لها قدرة واسعة من استيعاب البيانات"، وقد استخدمت نظرية ثراء وسائل الإعلام عام 1994 بواسطة الباحثين Lee و Marcus لفحص الاعتماد على البريد الالكتروني للتواصل بين المكاتب وداخلها. , MANDAL) 2013 , P02)

أما الثراء الإعلامي فيقصد به قدرة المعلومات على تغيير الفهم في وقت محدد. (كاظم، 2016، 3)

وبالتالي فهي تستخدم لتحليل اختيارات الوسائل التي تساعد على تخفيض مستوى الغموض الذي يكتنف العملية الاتصالية، وهو الهدف الذي يتحقق بالانتقاء المناسب للوسيلة. (عواج، 2018، ص 60).

وتعد نظرية ثراء وسائل الإعلام احدى النظريات الأكثر بروزا للمساعدة في تفسير العلاقة بين وسائط الاتصال ومتغيرات الأداء، تم اختبار النظرية وتطويرها باستخدامها وتطبيقها على الوسائل التقليدية، ثم تم توسيعها لاحقا ليشمل مقارنة مع الوسائل التقنية الحديثة مثل البريد الالكتروني والفاكس ومؤتمرات الفيديو(wright. 2008. P138) .

تختص نظرية ثراء وسائل الاعلام لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجيا وفقا لدرجة ثرائها المعلوماتي وتوضح ان فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة وتركز بشكل أكبر على اشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة وطبقا للنظرية فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجع الصدى تكون أكثر ثراء، فثراء المعلومات يقوم بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة وتفترض هذه النظرية فرضين أساسيين هما:

1-أن الوسائل التكنولوجية تمتلك قدر كبيرا من المعلومات فضلا عن تنوع المضمون المقدم من خلالها وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

2-هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى الى الأقل من حيث درجة الثراء منها سرعة رد الفعل ومدى قدرتها على نقل الإشارات المختلفة. (الشريف. 2014. ص172).

ولقد تم استخدام النظرية في معظم دراسات الاتصال لوصف ثراء قناة الاتصال، فيمكن للباحث باستخدام نظرية ثراء وسائل الإعلام والاتصال تقديم نظرة ثاقبة وفهما لكيفية اختيار الأفراد لقناة مناسبة للتواصل في مؤسساتهم(Moghawemi.2014. p124) .

- **فرضيات النظرية:**

طبقا لنظرية ثراء وسائل الاعلام فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجع الصدى تكون أكثر ثراء، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثا، وتنظر النظرية إلى الوسائل الإعلامية المختلفة كالصحف والإذاعة والتلفزيون على أنها وسائل فقيرة لأنها لا تسمح برجع صدى سريع ومباشر، كما تفترض أن وسائل الاعلام لديها القدرة على حل الغموض الذي يواجه الجمهور وتقديم تفسيرات متنوعة وتسهيل عملية الفهم على الجمهور المستقبل للرسالة، فثراء المعلومات هو العملية التي تقوم فيها المعلومات بتخفيض درجة الغموض، وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معنية، ولذا فإن مصطلح ثراء الوسيلة هو الأداة الفعلية التي يمكن من خلالها قياس ثراء المعلومات (نجم. 2011. 57)

- **عوامل قياس ثراء أي وسيلة:**

وحسب هذه النظرية هناك أربع عوامل لقياس ثراء أي وسيلة بحيث تكون مرتبة من الأكثر ثراء الى الأقل ثرا تتمثل في

– **قدرة الوسيط او الوسيلة على تحقيق التغذية الرجعية (رجع الصدى):** ويقصد بها مدى تمكين الوسيلة من إعطاء المستخدمين استجابات سريعة على الاتصالات التي يتلقونها، فحتى يكون الاتصال ناجحا يجب أن يتفق كل من المرسل والمستقبل بشكل متبادل على أن المتلقي قد فهم الرسالة. (Alan, 1998, p259)

بمعنى أن نجاح الاتصال في البيئة الجديدة لوسائل الإعلام والاتصال، ومن أجل الحكم على وسيلة إعلامية أنها ثرية، يتوقف على حجم رجع الصدى الذي تتلقاه من الجمهور المستخدم عن الرسائل التي تنشرها، فكلما كان رجع الصدى فوري وواسع كلما كانت الرسالة مفهومة وبالتالي الوسيلة ثرية.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن رجع الصدى يتخد اتجاها عكسيا في عملية الاتصال، وهو ينطلق من المستقبل إلى المرسل، وذلك للتعبير عن موقف المتلقي من الرسالة ومدى فهمه لها واستجابته أو رفضه لمعناها، وقد أصبح رد الفعل مهما في تقويم عملية الاتصال، حيث يسعى الإعلاميون لمعرفة مدى وصول الرسالة للمتلقي ومدى فهمها واستيعابها. (عبد الفتاح، 2013، ص 39).

وقد ساعد في ظهور التفاعلية (رجع الصدى) في البيئة الجديدة للإعلام والاتصال الوسائل التكنولوجية الجديدة وفي مقدمتها الانترنت، بما تملكه من أدوات التفاعلية، حيث أصبح بإمكان المستقبل القدرة على المشاركة النشطة والفعالة في العملية الاتصالية، حيث أصبح الجمهور يسعى للحصول على معلومات والاختيار المناسب منها، وتبادل الرسائل مع المرسل بعدما كان دور المستقبل هو مجرد تلقي المعلومة فقط، وأصبح التمييز بين المرسل والمستقبل في ظل استخدام وسائل الاتصال التفاعلية أمرا صعبا. (اللبان، 2005، ص 68).

-**عدد الإشارات والقنوات المستخدمة (الصوت-الصورة-الحركة).** وتعني قدرة الوسيلة على نقل الصوت والحضور المادي وتكمن أهميتها في تسهيل نقل المعلومات بأشكال مختلفة أو من خلال نطاق واسع من التعبيرات، فالوسائل التي تستخدم عدد قليل من الرموز تتسم بأنها وسائل أقل حميمية لا تساعد على التفاعل الشخصي وتقوية العلاقات بين الأفراد، فهي تعد وسائل أقل ثراء

-**التنوع اللغوي ومدى قدرة الوسيلة على توظيف لغة مألوفة.** حيث أن اللغة الثرية هي اللغة الطبيعية السائدة بين أفراد المجتمع (المألوفة)والتي تيسر عملية التواصل بين المرسل والمستقبل،

ويقصد هنا باللغة اللفظية والغير اللفظية مثل لغة الجسد، الايماءات، الصور، وتجدر الإشارة الى ان التكنولوجيا اليوم اضافت للاتصال الشفاهي بعد آخر وهو إمكانية الاتصال الشفاهي عن طريق التلفون السلكي ولا اللاسلكي او المرئي حيث أصبح من الممكن تخطي الحواجز الجغرافية والاتصال شفهيا بالآخرين في كل مكان على الأرض. (أبو العلا، 2013، 43)

-**التركيز الشخصي على الوسيلة: ي**عني مدى تقديم الوسيلة الإعلامية وإتاحتها فرصة التكيف الشخصي وفقا لرغبات المشارك، كما تشير إلى القدرة على نقل المشاعر والعواطف الشخصية من خلال الاتصال

وتذهب نظرية ثراء وسائل الاعلام إلى أن اكتساب المعلومات يتأثر بالتوافق بين قدرات الوسيلة والمحتوى المقدم بها، ووسائل الإعلام الأكثر ثراء، فتلك التي لديها مثلا القدرة على نقل الصوت والصورة ةالفيديو أو القدرة على الاتصال الثنائي الاتجاه تكون أفضل مقارنة بوسائل الإعلام الأقل ثراء. (فودة، ص146)

وبالتالي تتطلب مهام الاتصال عالية الغموض وسائط أكثر ثراء فالتواصل وجه لوجه مثلا ليس كالتواصل عبر الهاتف وليس كالتواصل عبر المكتوب الشخصي او الرسمي. Rui Gu) وآخرون. 2011.p 292.

لكن يبدو أن هذه المعايير لم تعد كافية نظرا للتطور الذي مس وسائل الاتصال والذي لم تكن موجودة أثناء وضع النظرية، هذا ما دفع معظم الدراسات إلى الاتفاق على وضع معايير اضافية وهي:

التوجه المتعدد Multiple Addressability: يعني قدرة الوسيلة على نقل المعلومات بشكل متزامن، كما يعني تمتع الوسيلة بإمكانية استهداف عدة أشخاص.

التسجيل الخارجي ExternallyRecordable: ويعني توفير إمكانية تسجيل العملية الاتصالية وإمكانية أرشفة المعلومات والرسائل.

ذاكرة حاسوبية معالجة Computer processablememory: وتعني القدرة على استعمال السمات الالكترونية مثل أدوات البحث في المعلومات المحزنة والتحليل في عملية الاتصال وبتنظيم وادارة الاتصال الالكتروني

التزامن Concurrency: وهي إمكانية التفاعل مع أكثر من مستخدم في آن واحد، وهويختلف عن التوجه المتعدد في تجاوزها مجرد نقل المعلومة من مصدر لأكثر من شخص في صورة متزامنة إلى القيام بذلك بشكل فوري وتفاعلي. (بوسيف)

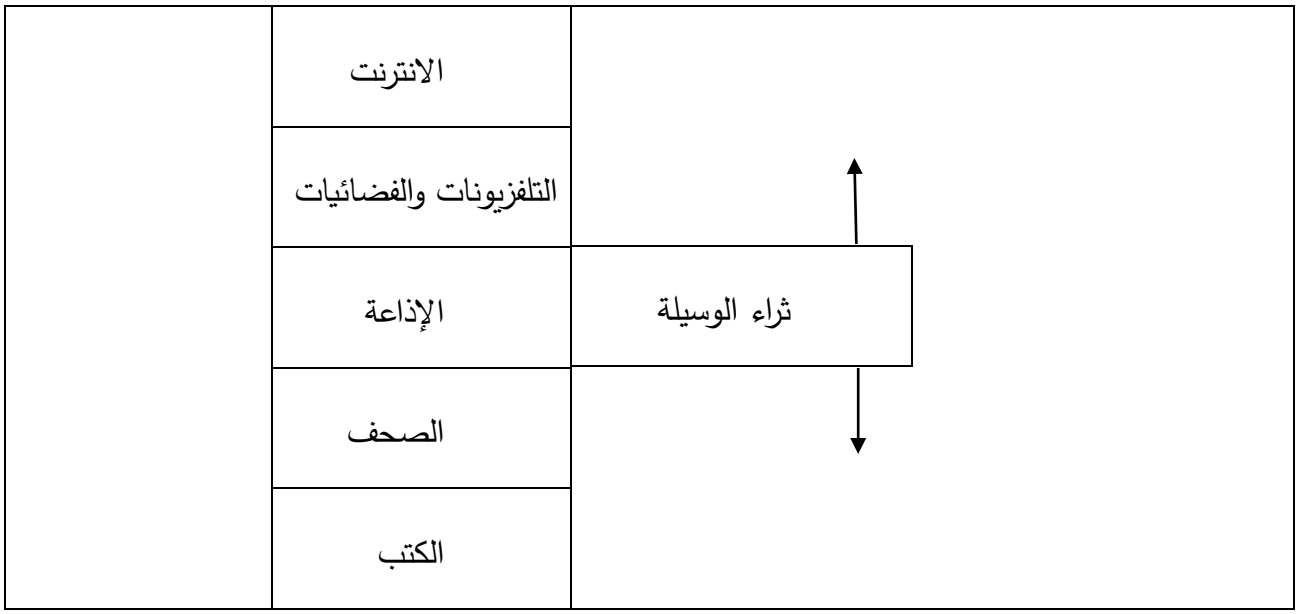
http://stage.univ-sba.dz/course/info.php?id=397

نماذج عن بعض تصنيفات الباحثين لوسائل الاعلام حسب درجة ثرائها:

- **تصنيف Lengel وDaft :**

إذ ووفق المعايير الأربعة التي قدمها lengelو daft عام 1984 تصنيفا لوسائل الاتصال بناء على درجة ثرائها وقدرتها على تسهيل المعاني المشتركة بحيث وضعا الاتصال المواجهي كأكثر وسائل الاتصال الموجه المكتوب كالخطابات والمذكرات يليه الاتصال غير الموجه المكتوب كالنشرات الاعلانية واللوحات الإخبارية. (اللهيبي، 2014،ص 38).

- **نموذج التصنيف الذي اعتمده Moke**



نلاحظ من خلال الشكل أعلاه أن الباحث Moke قد صنف بعض وسائل الإعلام من الأكثر إلى الأقل ثراء، معتمد على معايير قياس ثراء وسائل الإعلام، وهي في هذا النموذج مرتبة ترتيبا تنازليا من الوسيلة الأكثر ثراء إلى الوسيلة الأقل ثراء كما يلي: الانترنت ثم التلفزيونات والفضائيات وبعدهم الإذاعات ثم الصحف وأخيرا الكتب.

- **تصنيف وسائل الاعلام التقليدية والحديثة وفق معايير الثراء الأربعة:**

الأكثر ثراء	الاتصال المواجهي face to face communication
	مؤتمرات الفيديو video conferencing
	الدردشة باستخدام الصوت والفيديو chat with audio / video
	الاتصال الهاتفي telephone
	الراديو ثنائي الاتجاه two way radio
	لوحات الرسائل والمدونات message boards–blogs
	المراسلات اللحظية instant messaging
	الدردشة chat
	الاتصال الموجه المكتوب (الرسائل والمذكرات) written addressed communication
	البريد الالكتروني E–mail
	الاتصال الغير الموجه المكتوب (النشرات البيانات)communication written unaddresed
	البريد الزائد spam or bulk E–mail
الأقل ثراء	لغة الحاسب computer language or binary

المصدر: (اللهيبي. 2014، 39)

- **تطبيقات نظرية ثراء الوسيلة في الإعلام الجديد:**

شهد العقدان الأخيران ظهور عدد من وسائل الاتصال الحديثة التي لم تكن موجودة عام 1984 إبّان وضع نظرية الثراء، وهي الوسائل التي أحدثت دراماتيكية في عمليات الاتصال، وأتاحت الفرصة للتواصل بالصوت والصورة بغض النظر عن المسافات، وعلى الرغم من أن ذلك كان أحد أسباب النظرية، إلا أن باحثين قاموا بتطبيق فرضياتها على وسائل تكنولوجيا الاتصال، وهو ما سيفيد عند بحث ثراء القصة الخبرية كوسيلة اتصالية جديدة، ومدى إدراك القائم بالاتصال لذلك. (اللهيبي،2014، 43).

وباعتبار **صحافة الموبايل** المتغير الرئيسي في هذه الدراسة ووسيلة من وسائل الاعلام الجديد فيمكن تحديد مدى ثرائها اعتمادا على المعايير الأربعة التي وضعها الباحثين انجل و "دافت" كما يلي:

-قدرة صحافة الموبايل على اتاحة رجع الصدى الفوري والمباشر، باعتبارها وسيلة إعلامية تعد التفاعلية أهم مميزاتها، فخصوصية الأخبار والمعلومات التي تنشر عبرها من جهة وخصوصية الموبايل من جهة ثانية، تتيح للمتلقي أو ما يعرف في البيئة الجديدة باسم المستخدم من التفاعل وابداء الرأي وحرية التعبير بشكل فوري، باعتبارها وسيلة مشتركة بين القائم بالاتصال والمستخدم، كما تتيح التطبيقات التي يحملها الموبايل للمتلقين فرصة مشاركة المحتوى الذي يتعرض له مع أكبر عدد ممكن من الجماهير، فكثيرا ما يلجئ الصحفيين وحتى المؤسسات الإعلامية إلى مشاركة محتواها أو البث المباشر لتغطياتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، وهو ما يحقق أكبر قدر من التواصل بين القائم بالاتصال والمتلقي وما يميز هذا الاتصال هو أنه يكون مباشر.

-عدد الإشارات والقنوات المستخدمة: فصحافة الموبايل تقوم أساسا على توظيف أكبر عدد من الوسائط المتعددة، بل أن الوسائط المتعددة هي أكثر ما يميزها عن وسائل الاعلام الأخرى، حيث توظف الصور والفيديوهات والنصوص والأصوات وغيرها من المؤثرات في نفس الوقت، وهو ما يساهم في تحقيق أكبر قدر من الفهم ويزيل الغموض عن محتواها.

-التنوع اللغوي ومدى قدرة الوسيلة على توظيف لغة مألوفة، ونقصد بها اللغة التي يستخدمها المستخدمين عبر صحافة الموبايل، وأكثر ما يجعل صحافة الموبايل وسيلة إعلامية ذكية حسب معيار اللغة أن هذه الوسيلة الذكية ومع توفرها على شبكة الانترنت وفرت ما يعرف بخدمة الترجمة الالية للمحتوى الإعلامي الذي تقدمه وهو ما يساهم في كسر الحواجز وتحقيق أكبر قدر من الفهم لها.

-التركيز الشخصي على الوسيلة: يتمثل في تفاعل المستخدمين مع ما ينتج وينشر بواسطة صحافة الموبايل سواء بالنشر أو إعادة النشر او التعليق وتبادل الآراء.

- **نقد النظرية:**

انتقد العديد من الباحثين نظرية ثراء وسائل الإعلام في الماضى بسبب طبيعتها القطعية. وأكد ماركس Markus أن الضغوط الاجتماعية يمكن أن تؤثر على استخدام وسائل الأعلام بقوة أكبر بكثير من ثرائها، وبطرق تتعارض مع المبادئ الأساسية لنظرية ثراء وسائل الإعلام. كما لوحظ أن نظرية ثراء وسائل الإعلام كانت يجب ألا تفترض أن الآراء تجاه استخدام وسائل إعلام أكثر ثراءً في موقفٍ ما تتعارض تماماً مع استخدام وسائل إعلام اقل ثراءً. في الواقع، اختيار وسائل الإعلام أمر معقد وبشكل عام حتى لو اعتبرنا وسيلة إعلامية أكثر ثراءً هي " الأفضل " لنقل رسالة ما، فهذا لا يعنى أن وسيلة إعلامية أخرى أقل ثراءً لا تستطيع نقل هذه الرسالة على الإطلاق. وعلى الرغم من أن استخدام وسائل إعلامية أقل أو أكثر ثراءً قد يحدث فروق لبعض المهام، إلا أن استخدامها بالنسبة لبعض المهام الأخرى لا يشكل أي اختلاف للدقة التي تنقل بها الرسالة. (متاح على الرابط التالي:

https://www.noorbook.com/tag/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9%D8%AB%D8%B1%D8%A7%D8%A1%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85

وهناك أيضا من قدم انتقاداتها لهذه النظرية بناء على ما يلي:

- السمات الشخصية مثل عدم اهتمام المتلقي أو عدم تركيزه أو قلة ذكائه يمكن أن تكون سببا في الغموض وليس قلة ثراء الوسيلة.

-يمكن في بعض الأحيان لوسائل الاتصال الأقل ثراء أن تزيل الغموض وتبعث على الفهم.

- في بعض الاحيان ثراء الوسيلة (تعدد الوسائل وتشعبها) هو الذي يعيق الفهم ويزيد من الغموض. http://stage.univ-sba.dz/course/info.php?id=397

–كما لوحظ أن نظرية ثراء وسائل الإعلام كانت يجب ألا تفترض أن الآراء تجاه استخدام وسائل إعلام أكثر ثراءً في موقفٍ ما تتعارض تماماً مع استخدام وسائل إعلام اقل ثراءً. في الواقع، اختيار وسائل الإعلام أمر معقد وبشكل عام حتى لو اعتبرنا وسيلة إعلامية أكثر ثراءً هى الأفضل لنقل رسالة ما، فهذا لا يعنى أن وسيلة إعلامية أخرى أقل ثراءً لا تستطيع نقل هذه الرسالة على الإطلاق . وعلى الرغم من أن استخدام وسائل إعلامية أقل أو أكثر ثراءً قد يحدث فروق لبعض المهام، إلا أن استخدامها بالنسبة لبعض المهام الأخرى لا يشكل أي اختلاف للدقة التي تنقل بها الرسالة. https://nrme.net/detail1194179123.html تم الاطلاع عليه بتاريخ 2022/06/10 على الساعة : 21:36

- **تطبيق النظرية على الدراسة:** تم تطبيق هذه النظرية في هذه الدراسة من خلال الجوانب التالية:

–التعرف على مدى قدرة صحافة الموبايل في نقل الاخبار والمعلومات بجودة لأكبر وبأقل غموض.

–استفدنا من أفكار هذه النظرية خاصة في الجانب النظري للدراسة الذي يؤكد على أهمية صحافة الموبايل في تدعيم عمل الوسائل الإعلامية التقليدية بجودة أكبر وبأقل وقت وجهد باعتبار صحافة الموبايل وسيل ثرية قادرة على نقل أكبر عدد ممكن من المعلومات والبيانات إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير في آن واحد وذلك باستخدام ودمج عدة وسائط مع ضمان توفير رجع صدى فوري ومباشر من الجمهور المتلقي.

كما وظفت أفكار هذه النظرية في التعرف نحو أوجه الثراء التي تتمتع بها صحافة الموبايل للعمل الإعلامي من وجهة نظر الصحفيين الجزائريين أفراد عينة الدراسة.

3.7.1 نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

وظفت الدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام، انطلقت نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام من خلال الدوافع للمدرسة الاجتماعية حيث اعتبر أنصار هذه النظرية، أن هناك اعتمادا متبادلا بين الإعلام الجماهيري والنظام الاجتماعي، وفي هذا الصدد توصلت "ساندرا بول روكيش" إحدى مؤسسات هذه النظرية إلى أن

شمولية نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ودقتها تجعلها إحدى النظريات الإعلامية النادرة التي فهمت تأثير وسائل الاعلام واستخداماتها.

وينطلق مفهومها من منطلق ان العلاقات التي تحكم الجمهور ووسائل الاعلام والنظم الإجتماعية اذ يعتمد الجمهور في الوصول الى أهدافهم على مصادر المعلومات المنحدرة من جمع المعلومات ومعالجتها ويقصد بالمعلومة حسب أصحاب هذه النظرية كل الرسائل الإعلامية وحتى الترفيهية. .(المشاقبة. 2011. 96).

وبالتالي تقوم فكرة النظرية الأساسية على أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الاحتمال وف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، بالإضافة لذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيرا مرتدا لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع. (المفلح، 2015، 114).

أي أن استخدامنا لوسائل الاتصال لا يتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش فيه نحن ووسائل الاتصال والطريقة التي نستخدم بها وسائل الاتصال ونتفاعل بها مع تلك الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع بما في ذلك وسائل الاتصال. لذلك فكل رسالة نتلقاها من وسائل الاتصال قد يكون لها نتائج مختلفة اعتماد على خبراتنا السابقة حول الموضوع وكذلك تأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة بنا. (كافي، 2015، ص225 226).

- **نشأة وتطور النظرية:**

اهتم بعض الباحثين في العشرينيات بدراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي cognitive، وأكد بعضهم أن اختلاف المستوى المعرفي للأفراد يرجع أساسا إلى التفاعل بين متغيرات مرتبطة بطبيعة وسائل الإعلام، بالإضافة إلى سمات الجمهور وخصائصه المختلفة، كما أوضح الكثير من الباحثين الغرب أن العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ومؤسساتها في المجتمع على أساس من الاعتماد المتبادل.

ومن ثم كانت البداية الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل العلام على يد الباحثة ساندرا بول "روميتش" عام1974 عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان " منظور المعلومات" وطالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم الاقناع لوسائل الاعلام الى وجهة النظر التي تقر ان قوة وسائل الاعلام كنظام معلوماتي يستمد من اعتمادات الاخرين على المصدر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الاعلام أي ان هناك علاقة اعتماد بين وسائل الاعلام والأنظمة الإعلامية الأخرى. (عبد الفتاح علي، 2013، ص140).

ومن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الاتصال تفسير لماذا يكون لوسائل الاتصال الجماهيرية أحيانا تأثيرت قوية وأحيانا أخرى لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعا ما. (كافي، 2015، ص225).

وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الاعلام على ركيزتين هما:

1-الأهداف: أي أنه لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح.

2-المصادر: أي أن الأفراد والمنظمات تسعى إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم.

وتتحكم وسائل الاعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات هي:

المصدر الأول: يتمثل في جمع المعلومات أو خلقها عن أحداث حقيقية أو خيالية لاشباع حاجات من خلال تقديم كاتب السيناريو لمعلومات عن هذه الأحداث.

-المصدر الثاني: تنسيق المعلومات وتحويلها ثم إخراجها في شكل قصة صحفية أو برنامج أو فيلم سينمائي.

-المصدر الثالث: هو نشر المعلومات والقدرة على توزيعها إلى جمهور غير محدد. (شاوي، 2014، 180ص)

- **فرضيات النظرية:** تتمثل فرضيات هذه النظرية فيما يلي:

1-كلما زادت التغيرات في المجتمع زادت حاجة الافراد للمعلومات.

2-يزداد احتياج الافراد لوسائل الاعلام كلما كان النظام الإعلامي قادرا على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي أو الجمهور.

-يختلف الجمهور من حيث اعتماده على وسائل الاعلام، فالصفوة مثلا مصادرها الإعلامية تختلف عن عامة الشعب. (عبد الفتاح علي، 2015، ص 240)

- **تأثيراتها:**

تحدث وسائل الاعلام ثلاثة أنواع من التأثيرات تتمثل في:

1-الآثار المعرفية: من خلال كشف الغموض، وتشكيل الاتجاهات وترتيب الأولويات، وزيادة اتساع اهتمام الجمهور بالمعارف التي يجهلها كحرية التعبير والديموقراطية...

2-الآثار الوجدانية: يؤدي الاعتماد على وسائل الاعلام إلى تأثيرات وجدانية كالعواطف الحب والخوف والقلق.

3-الآثار السلوكية: تساهم وسائل الاعلام في زيادة الآثار السلوكية سواء الإيجابية أو السلبية. (المشاقبة، 2011. 98).

- **الانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام**

-يبالغ نموذج الاعتماد في تصوير حجم الاعتماد الفعلي للعناصر المختلفة وخاصة المتعلقة بوسائل الاعلام، واستقلالها عن النظام الاجتماعي، فوسائل الاعلام غالبا ما تكون محايدة حيث انها صدر غير سياسي تستطيع ان تجده عند الضرورة

-رغم انه يقصد بمدخل الاعتماد على مستوى النظام الاجتماعي ككل لكن معظم الدراسات الإعلامية، تعاملت مع مدخل الاعتماد على المستوى الفردي فقط، بمعنى أنها ركزت على الآثار الناجمة عن اعتماد الأفراد على الوسائل المختلفة.

-معظم الباحثين عرّفوا الاعتماد اجرائيا بالتعرض رغم أن ليس كل من يتعرض للوسيلة يعتمد عليها. (عبد الفتاح علي، 2013، ص 157 158).

- **توظيف النظرية في الدراسة:**

-من خلال العرض السابق لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام فرضياتها وأهدافها نجد أن هذه النظرية ملائمة لهذه الدراسة إذ أنها تتيح التعرف على درجة اعتماد عينة الدراسة على صحافة الموبايل في العمل الإعلامي وكذا رصد اتجاهاتهم نحو استخدام صحافة الموبايل.

-انطلاقا من فكرة أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، فإن صحافة الموبايل باعتبارها إذن تعتمد على الوسائط المتعددة في انتاج المحتوى الإعلامي هي الوسيلة الأكثر تحقيقا للأهداف هذه الدراسة.

الفصل الثاني

صحافة الموبايل وسيلة إعلامية جديدة في العمل الإعلامي

تمهيد

1.2 نشأة وتطور صحافة الموبايل

2.2. صحافة الموبايل في الجزائر

3.2 صحافة الموبايل مظهر جديد من مظاهر العمل الإعلامي

4.2 خدمات صحافة الموبايل

خلاصة

تمهيد:

تعد صحافة الموبايل إحدى الوسائل الإعلامية الجديدة التي ظهرت في السنوات الأخيرة في إطار ما يطلق عليه بالإعلام الجديد، فتعدى بذلك الموبايل كونه وسيلة اتصالية لاستهلاك الأخبار، إلى وسيلة إعلامية متكاملة لإعداد ونشر الأخبار، وليصبح الموبايل اليوم وسيلة إعلامية رائدة في العمل الصحفي والإعلامي، إذ سرعان ما تسابقت إليه المؤسسات الإعلامية الحديثة وأيضا تلك التي غدت اليوم تقليدية، وتجدر الإشارة إلى أن الموبايل الذي نعرفه اليوم قد مر منذ ظهوره الأول بعدة مراحل وأجيال، مستفيدا في كل مرة من التطورات التكنولوجيا، فأصبح توظيف الموبايل اليوم في الإذاعة والتلفزيون مثلا أحد مظاهر التطور التقني، الذي تزخر به هذه المؤسسات، إذ أصبح ضرورة لا بد منها، وشرط أساسي من شروط تقدم المؤسسات الإعلامية ونجاحها، وقد أعطي اسم علمي وإعلامي لممارسة العمل الإعلامي المحترف بالموبايل هو اسم "صحافة الموبايل" من خلال ما سبق سنحاول التعرف أكثر على هذه الوسيلة، بعرض ظروف نشأتها وتطورها، أهميتها واستخداماته في المؤسسات الإعلامية غيرها من النقاط.

1.2 نشأة وتطور صحافة الموبايل:

1.1.2 بدايات ظهور صحافة الموبايل:

لا احد يستطيع ان ينكر فضل المخترع العظيم جراهام بل الذي قام باختراع اول تلفون وذلك عام 1876 ميلادي وتم استعماله بالفعل ولكن كان من الضروري تطوير هذا الجهاز كي يصلح التنقل به في كل مكان لمتابعة اعمالك واطمئنان الغير عليك وللمساعدة وقت الحاجة كل هذا تم عن طريق اختراع جهاز الراديو وقام بذلك جاليمو ماركوني حيث أصبحت هناك فكرة تسمى اللاسلكي وهي فكرة تليفون + فكرة الراديو (فكرة اللاسلكي).

وقد تطورت الأجهزة اللاسلكية في وقتنا الحالي وكثرت صورها واستخداماتها وكذلك صغر حجمها مما جعل استعمالها أكثر سهولة وانتشارا وهذه الأجهزة تستخدم ارضا وبحرا وجوا ولها صور عديدة. (أبو السعود. 2008. ص 116)

الموبايل من الوسائل القديمة التي يرجع تاريخها إلى عام 1786 غير أن الهاتف ليس مجرد أداة للنداء أو انهاء الأعمال عن بعد، وإنما هو نظام اتصال داخلي معقد، فمن خلال الموبايل يمكن عمل قنوات اتصال لعقد المؤتمرات بين الأفراد الذين يقيمون في أماكن متباعدة، كما يقوم الهاتف بربط المنازل والمكاتب بأجهزة الحاسبات الإلكترونية المركزية لإدخال البيانات وتحليلها واسترجاعها، وهناك كميات ضخمة من المعلومات تنتقل عن طريق الاتصال الهاتفي سواء داخل الدولة أو خارجها، فقد أصبح الهاتف أداة للربط بين عدد كبير من الوسائل التكنولوجيا الحديثة والمتلقي سواء في أماكن الإقامة أو العمل.(مكاوي، 1998، ص222).

ولعل من أحدث الابتكارات في عالم الاتصالات الهاتفية هو الهاتف الصوري PHOTO PHONE أو هاتف الفيديو VEDIO PHONE والذي يستطيع نقل الصورة مثلما ينقل الصوت بسرعة 9600 بايت في الثانية والجهاز مزود بذاكرة لتخزين الصور واسترجاعها.

وقد كان الاستخدام الأول للهاتف المحمول لرجال الاعمال والنخبة والذي أطلق عليه اسم (لعبة الكبار) بسبب ارتفاع كلفة الأجهزة وكذلك الخدمة. والذي يوفر أحدث المعلومات والبيانات التي تهمهم على مدار 24 ساعة وكان اول من اقتحم هذا المجال مجموعة تيرنر للبث بالاشتراك مع شركة نوكيا لتصنيع التلفون المحمول. وقدمت خدمة فريدة من نوعها اطلقت عليها CNN MOBILE اجتذبت هذه الخدمة بعد ذلك كثير من شركات الكوابل ومقدمي خدمات الفيديو تحت الطلب والتلفزيون المدفوع الذين وجدوا انها

ستكون مجالا مهما يستحق تخصيص مزيد من الوقت والمال للاستثمار في هذا المجال بحثا عن مجالات جديدة تدريجيا اكثر خاصة مع التقدم في تكنولوجيا البث الرقمي التي تدعم تلك الصناعة. (الهاشمي. 2012. ص270 271).

وكانت المرة الأولى التي تستخدم فيها تقنية الهاتف المحمول في العمل الصحفي من خلال مجموعة صور صحفية، التقطها أحد مصوري مجلة (times) البريطانية ويدعى (Cey Gilbert) في (7) يناير (1995)، وهو على متن الطائرة أثناء رحلته من لندن إلى واشنطن وكانت الطائرة على ارتفاع (137) ألف قدم وعلى مسافة(200) ميل من الشاطئ رغم ذلك تمكن المصور من ارسال الصورة إلى مقر صحيفته من على متن الطائرة. وبذلك كانت مجلة (times) هي الصحيفة الأولى في استخدام تقنية الهاتف المحمول من خلال نشرها لإحدى هذه الصور في نفس اليوم (النجار، 2003، ص 106).

كما تم استخدامه اثناء تفجيرات لندن عام 1999 حيث حَولت أجهزة الهواتف المحمولة ضحايا تفجيرات لندن الى صحفيين حيث لعبت الصور ولقطات الفيديو التي التقطها الهواة من الضحايا بواسطتها دورا مهما في تغطية الصحف والتلفزيون وشبكة الانترنت للأحداث. وملأت الصور المهتزة غير الواضحة لركاب يمشون وسط الظلام في الانفاق الصفحة الأخيرة بالكامل لصحيفة تايمز البريطانية كما عرضت محطة تلفزيون سكاي نيوز مرارا لقطات فيديو التقطها هواة في اعقاب التفجيرات.

حيث أرسلت محطة تلفزيون (اندبندنت تي في) طلبا من خلال مئات الرسائل النصية عبر الهاتف المحمول الى المئات من المشتركين في خدمتها لإمدادها باي لقطات فيديو التقطوها للأحداث وتم إذاعة بعضها. (العلي واخرون. 2016.ص 182).

وهناك من يرجعها إلى تاريخ 17 فيفري 2004 حيث نشرت صحيفة the new york times في صفحته الأولى صورة اخدت بالهاتف المحمول تم التقاطها في التوقيع الرسمي على الاندماج بين عملاقي الهواتف المحمولة Cingular و AT&T Wireles في نيويورك.

حيث التقط رئيس المسؤول المالي لشركة AT&T توقيع الرئيس التنفيذي لشركة Cingular، حيث كانت الصورة عادية جدا، لكنها كانت علامة فارقة في استخدام الهاتف المحمول لجمع الأخبار، بعد نصف عقد فقط أصبح الموبايل يستخدم كأداة لجمع الأخبار في كل أنحاء أسيا. وبعد خمس سنوات ونصف من ظهور هذه الصورة قدم المراسل التلفزيوني " جيريمي جوجولا" تقريرا مباشرا باستخدام الهاتف المحمول فقط لبرنامج Qik في أغسطس 2009.(stephen Quinn.2011.p 07)

من خلال ما سبق يمكن القول أن بدايات صحافة الموبايل جاءت صدفة ونتيجة لجملة من الظروف.

وفي عام 2007 طورت رويترز هاتف nokia N95 ومجموعة من الاكسيسوارات الخاصة به تمثلت في حامل ثلاثي صغير ولوحة مفاتيح لاسلكية صغيرة وشاحن بطارية شمسي وميكروفون خارجي خصيصا لصحفيو رويترز لإعداد تقارير ونشرها خصيصا على موقع الكتروني تم إنشاؤه خصيصا لها كما استخدم مراسل واشنطنEd Okeefe هاتفه المحمول لالتقاط لقطات لهيلاري كلينتون وهي تؤيد أوباما، وتم فيما بعد تحريرها مع لقطات وبثت تلفزيونيا (cameron.2008. p 01)

كما اعتمد الرئيس الأمريكي باراك أوباما في سباقه للرئاسي والانتخابي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي عندما سجل رسالة فيديو موجهة للشعب الإيراني وقادته بمناسبة رأس السنة الفارسية وبثها على النث من بوابة موقع اليوتيوب الالكتروني (عامر، 2020، ص39).

- **في تركيا:**

في 15 جويلة 5016 شهت تركيا محاولة انقلاب عسكري على الرئيس طيب رجب أردوغان حيث سيطر الجيش على محطة اللفزيون TvR بأنقرة وإسطنبول حيث قرأ مذيع منتظم أول بيان للجيش في الوقت الذي كان فيه الرئيس في إجازة بعيدا عن الصحفيين ووسائل الاعلام فلجأ إلى القيام بأجراء مكالمة فيديو واجراء بث مباشر من هاتفه الذكي مع عدة قنوات تلفزيونية طالب خلالها الرئيس من الشعب الخروج إلى الشارع فاستجاب الشعب لمطلب الرئيس وتم افشال الانقلاب بعد ساعات فق وذلك بفضل الهاتف الذكي الذي أثبت قوة التكنولوجيا والدور الفعال والمحوري للهاتف الذكي .

- **في مصر:**

ظهرت خدمات الهتف النقال في مصر أولا في صورة مؤسسة الاتصالات المصرية عام 1996 ثم اقامت الفرنسية للاتصالات في أواخر نفس العام شبكة هاتف خلوي لخدمة 70 ألف مشترك وذلك نيابة عن اتصالات مصر (الهاشمي. 2012. ص282).

أما عن بدايات ظهور صحافة المحمول بمفهومها الحالي في مصر نجد في عام 2004 فتح محرروا الصفحات الثقافية في الصحف صناد الرسائل بهواتفهم المحمولة ليجدوا فيها أسماء الفائزين بجوائز الدولة التقديرية التشجيعية قبل إعلانها رسميا في مؤتمر صحفي ، حسبما جاء في صحيفة الاهرام في خبر

بعنوان " غدا الاقتراع على جوائز الدولة في 2004/06/20، وبعها لم يعد يمر يوم دون ان يتلقى حاملو الهواتف من القائمين بالاتصال والمؤسسات الإعلامية اخبار مصورة من خلال الموبايل والتي تستثمر لإعادة بثها ونشرها على أوسع نطاق من خلال هذه الوسائل الجماهيرية(إسماعيل.2004. ص197).

2.1.2 الموبايل من الاتصال إلى الإعلام:

مر تطور الموبايل بعدة مراحل حيث كان ينظر إليه كوسيلة تكنولوجيا جديدة للتواصل بين البشر ليصل اليوم مع ظهور الجيل الرابع منه 4G بفضل الانترنت إلى وسيلة إعلامية مستقلة قائمة بذاتها تؤدي الوظائف الأخرى التي يقدمها التلفزيون والإذاعة....وغيرها من الوسائل الإعلامية الجماهيرية، وسنوضح ذلك من خلال عرض مراحل تطور الموبايل كما يلي:

1- أعتبر في المرحلة الأولى والثانية منه كجهاز يؤدي وظيفة اتصالية فقط من خلال القيام بمكالمات هاتفية دن حتى استخدام الرسائل القصيرة النصية، وكان يستخدم فقط من طرف الشخصيات السياسية والنخب الاجتماعية لينتشر بعدها لدى كل فئات المجتمع.
2- في المرحلة الثالثة والرابعة لظهور وتطور الموبايل تحول من مجرد وسيط اتصالي وأصبح يؤدي دورا إعلاميا من خلال التطورات التي حصلت عليه فأصبح ينقل الصور، ويعرض الأفلام وينقل الأحداث عبر كاميرته الصغيرة (الدعمي،2016، ص77).

فبفضل تطور الموبايا من خلال الأجيال الأربعة له تطورت معه امكانياته وتنامت بذلك ادواره فتحول من مجرد الة اتصال لتلقي المكالمات الى وسيلة إعلامية مزودة بوسائط الميلتيميديا فأصبح بإمكان المستخدم التحدث والكتابة وتبادل ملفات الصوت والصورة وانعكس ذلك على الدور الذي يقوم به الموبايل من مجرد دور اتصالي الى دور اعلامي أيضا.

إذ اصبح بإمكان الموبايل ان يؤدي الأدوار المختلفة التي تؤديها الوسائل الإعلامية الأخرى التي اصبح البعض يعتبرها تقليدية فالموبايل اصبح اليوم يؤدي وظيفة اتصال- إعلام- اخبار- ترفيه- إعلان فاستيعاب الموبايل للإمكانيات الانترنت وللإذاعة والتلفزيون والصحافة والتلفون الثابث يجعلنا نقول ان الهاتف المحمول يمكنه ان يصنف كوسيلة إعلامية (العلي. 2016. ص 157 159).

وأصبح الوسيلة الأسرع لنقل الأحداث والوقائع إلى العالم حيث استطاع بفضل مميزاته أن يصل إلى كل الأماكن وينقل الأحداث كما هي (أماكن النزاعات مثلا) التي يصعب على وسائل الإعلام التقليدية الدخول إليها، ومع صدور الجيل الرابع أصبح بإمكان مستخدميه أن يتصفحا المواقع الإلكترونية والمدونات

والإطلاع على شبكات التواصل الاجتماعي والوصول إلى أكبر عدد من الجماهير(الدعمي،2016، ص77).

ففي مرحلة الجيل الثالث والرابع اذن شهد الموبايل تطورا واسعا أتاح له القيام بمزيد من الأدوار والوظائف، فأصبح يقوم بدور اتصالي وإعلامي، ووسيلة يمكنها أن تؤدي الأدوار نفسها التي تؤديها الوسائل الإعلامية الأخرى، التي أصبحت توصف على أنها وسائل تقليدية في ظل التقدم الذي لحق بالانترنت والموبايل من جهة، فأصبح يؤدي وظيفة، أتصال، إعلام، إخبار، ترفيه، إعلان، فاستيعاب الموبايل للإمكانيات الانترنت والإذاعة والتلفزيون والصحافة والتلفون الثابث يجعلنا نقول ان الموبايل وسيلة إعلامية يمكنها أن تنافس المؤسسات الإعلامية الأخرى.(العلي، 2016، ص159).

نشأت هذه الثورة نتيجة أن الهاتف الذكي أصبح قويا بما يكفي للقيام تقريبا بجميع الأعمال المتعلقة بالإنتاج والتي كانت تتم سابقا بواسطة أجهزة متخصصة كالكومبيوتر، أما الآن فإلى جانب إجراء المكالمات يمكنه أيضا تصوير مقطع فيديو بجودة عالية الوضوح HD وكاميرا صور عالية الدقة ومسجل صوت عالي الجودة ومحرر نصوص متعدد اللغات، ووحدة بث فيديو مباشر يمكنها نقل البث المباشر للوقائع والأحداث بالفيديو والصوت لمنصات مختلفة كوسائل التواصل الاجتماعي والبوابات الرقمية.(SALIH،07 P)

3.1.2 أهمية الموبايل كوسيلة إعلامية:

يشجع الموبايل أكثر من أي وسيلة أخرى على الابداع عبر الأنظمة الأساسية والابتكار الرقمي، ويمكن انشاء الصور ومقاطع الفيديو والصوت والرسومات وتحريرها على الهاتف وتحميلها على خوادم غرفة الأخبار وعلى المنصات عبر الانترنت والتواصل الاجتماعي مباشرة من الجهاز ويمكنك أيضا الرد على استفسارات الجمهور وجهات الاتصال عبر تطبيقات الدردشة والرسائل الاجتماعية والبريد الالكتروني.

إذ يمكن للصحفيين الذين يمتلكون أو يمكنهم الوصول إلى هاتف ذكي تطوير مهارات مثل صحافة الفيديو أو الصحافة الاذاعية والبودكاست والتصوير دون الحاجة إلى شراء معدات عالية التكلفة، في غرفة تحرير "صحافة الهاتف المحمول" بالكامل، ويمكن أن يؤدي ذلك إلى تفكيك الحواجز بين الأقسام المختلفة مثل مكتب وسائل التواصل الاجتماعي ومكتب انتاج الفيديو، وبما أن الهاتف هنا ملكك فيمكنك

استخدامه لتسجيل المقابلات والمكالمات وبالتالي يمكنك الحصول على اكبر قيمة من هاتفك كاستوديو انتاج في جيبك. (الربضي، 2021) .https://www.shabab 2022/06/10 على الساعة 22:25

– بما أن الموبايل اليوم قد تعدى مرحلة كونه وسيلة اتصالية وأصبح وسيلة إعلامية تؤدي الأدوار نفسها التي تقوم بها وسائل الإعلام الأخرى التي أصبح ينظر إليها كونها وسائل تقليدية وذلك بفضل الانترنت وما صاحبه من تطورات تكنولوجيا شهدتها مختلف الوسائل، فأصبح الهاتف اليوم يحتوي عل الانترنت والإذاعة والتلفزيون والصحافة والتلفون الثابت وهذا ما جعل منها وسيلة إعلامية قائمة بذاتها.

– أضعف الموبايل إعلاميا قوة حارس البوابة في الوسائل الإعلامية التقليدية حيث مالت باتجاه المواطنين الهواة المستخدمين للموبايل في العمل الإعلامي حيث ألبستهم الشرعية وبالتالي أضعفت قوة السلطة الرابعة (مراد ميلود، ص24.2018)

فنجد بعض المؤسسات الإعلامية العملاقة اليوم تستنجد بالمواطنيين العاديين الموجودين في مكان الأحداث لتصوير الوقائع وإرسالها على مقر القناة الرئيسية ليتم بثها عبرها، ونجد هذا النوع خاصة في مناطق النزاعات على غرار ما فعلته قناة الجزيرة في سوريا واليمن أثناء الحروب، وهناك من يطلق على هذا النوع من الممارسة الإعلامية اسم صحافة المواطن للتفريق بين عمل الصحفيين المحترفين التابعين والمتعاقدين مع المؤسسات الإعلامية وبين المواطنين العاديين الذين يمارسون الإعلام كهواية لكن هذا لا ينفي وجود خلط كبير بين المصطلحين.

– أدخلت معظم وسائل الإعلام العالمية الموبايل لتقديم خدماتها الإخبارية عبره من خلال MOBILE NEWS FEEDS أو من خلال الرسائل النصية القصيرة أو رسائل الفيديو.

–غيرت مفهوم الصحفي التقليدي وخلقت مصادر معلومات أرى تتميز بالآنية مثل "وسائط الإعلام الجديد" هذه الأخيرة التي ساعدت القائمين بالاتصال على تجديد خبراتهم وأفكارهم من خلال الاعتماد عليها في نقل الأخبار وتوظيفها في المحتوى الإعلامي.

– قلصت غرف الأخبار التقليدية.

إذ أصبح بإمكان المواطن العادي أن يكون مصدرا للأخبار ونشرها خاصة في ظل الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي التي تحظى بالاستعمال الكبير من طرف الجماهير وأصبح المواطن من خلالها يشارك في صناعة الخبر ونشره وإيصاله إلى أكبر عدد ممكن من الأشخاص في أي زمان

ومكان وبالتالي فالصحفي المحترف والمؤسسات الإعلامية أصبحت تحظى بمنافسة من طرف المواطنين لتحقيق السبق الصحفي.

وهذا ما دفع بكبريات المؤسسات الإعلامية في العالم الاستعانة بمدونين ونشطاء مواقع التواصل الاجتماعي ومتطوعي وممتهني صحافة الموبايل كقناة الجزيرة القطرية وcnn الأمريكية و france24 الفرنسية، إضافة إلى كبريات الجرائد العالمية كنيويورك تايمز، حيث تم تعيين رؤساء تحرير على مستوى هذه الوسائل التقليدية لمتابعة ما تبثه وسائل الإعلام الاجتماعي كما أسست برامج ونشرات للمحتوى الإعلامي النافذ من هذه التكنولوجيا(ميلود. المرجع السابق. ص 25.26.2018)

على سبيل المثال نجد برنامج "بي بي سي ترندينغ" والذي يهدف إلى تسليط الضوء على أهم القصص والأخبار التي تناولتها صفحات مواقع التواصل الاجتماعي لدى المستخدمين العرب والذي يبث على القناة العربية BBC NEWS من تقديم الإعلاميين "رانيا العطار" و"أحمد فاخوري".

4.1.2 استخدامات صحافة الموبايل:

ويستخدم "موجو" أيضا في الأخبار الإذاعية والبث الصوتي على الإنترنت، وأخبار التلفزيون والأفلام الوثائقية، وحتى مقاطع الفيديو للمنصات الاجتماعية. والواقع أن "موجو" عبارة عن سير عمل جديد لسرد القصص الإعلامية حيث يتم تدريب المراسلين وتجهيزهم للعمل بشكل كامل على التنقل والاستقلالية الكاملة. "موجو" أكثر تركيزا على تعزيز عملية تمكين فردي رواة القصص الذين يمكنهم استخدام تكنولوجيا المستهلك للتوصل إلى أفضل قصة ممكنة. وبالتالي، يمكن توسيع تعريف Mojo ليشمل كاميرات DSLR وأجهزة الكمبيوتر المحمولة وحتى الهواتف المحمولة.

ووفقا لمكيز وماراي (2016)، فإن الأفكار الجديدة في صناعة الصحافة يتم تسليط الضوء عليها من قبل الأفراد الذين يستخدمون أجهزتهم المحمولة لتوليد المعلومات. ونظرا إلى موجو، فإن معظم الصحفيين قادرون على تعزيز مهاراتهم وضمان مصالحهم لاستكشاف وسيلة بديلة أفضل من غيرها من الوسائط التي استخدمت في الصحافة التقليدية. ويتبنى موجو العديد من المحررين وحتى المديرين المسؤولين عن عملية تعزيز تطوير الأخبار وممارساتها.

ومع ذلك، من المهم التحقق مما إذا كان الصحفيون مدربون تدريبا جيدا على استخدام الأجهزة المحمولة لأغراض الإبلاغ عن الأخبار، حيث يجب أن تكون الكفاءات التقنية مصحوبة

بالمهارات الصحفية الرئيسية المختلفة، بما في ذلك قدرتهم على سرد القصص، وتبرير المعلومات، والتحقق، وحتى تعبئة المحتوى الذي تم تجميعه للأجهزة المحمولة.

وأوضح بودجر (2018) أن موجو تعزو العديد من الفوائد، نظرا لأنه يمكن استخدام الهواتف الذكية بطرق مختلفة، مثل استوديو الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني وإنتاج النصوص وحتى إنشاء المحتوى الاجتماعي في جيوب المرء. وتشمل هذه المزايا ما يلي: ميسورة التكلفة، ومحمولة، ومتوفظة. تشير التكلفة المعقولة إلى أنه يمكن استخدام الهواتف الذكية في إنشاء الفيديو بجودة التلفزيون إذا تم إنشاء الفيديو باستخدام تطبيق تسجيل الفيديو الاحترافي، وإضافة الميكروفون والحامل الثلاثي القوائم الخارجيين. وباستخدام هذا الإعداد، هناك تقليل التكاليف إلى أدنى حد، نظرا لأنه لا يكلف نفس تكلفة امتلاك كاميرا تلفزيونية للمبتدئين. وهذه العملية تجعل من الممكن وفي متناول الملايين من الناس في مختلف أنحاء العالم أن يتلقوا الأخبار، من خلال عملية سرد القصص المتعددة الوسائط، وخاصة بالنسبة للصحافيين وسرد القصص العاملين في المنظمات غير الحكومية، أو قطاع التعليم، أو قطاعات الأعمال. يعني الحمل أن غالبية الصحفيين يمكنهم تركيب معداتهم في حقيبة الظهر، حيث أن الهاتف والحامل ثلاثي القوائم خفيف الوزن وميكروفونات المشبك والضوء الخارجي له وزن أقل من ثلاثة كيلوجرامات، الأمر الذي يجعل عملية إنتاج سرد القصص عالية الجودة سهلة وفعالة. (Deen, Pan, 2022, p 29)

5.1.2 مفهوم الصحفي الشامل وخصائص صحافة الموبايل:

تغير مفهوم الصحفي الشامل مع نتشار تقنيات صحافة الهاتف المحمول حيث كان يطلق عليه سابقا على المحرر الشامل الذي يجيد العمل الصحفي بمختلف التخصصات ولديه القدرة على العمل بأي من أقسام التحرير بالجريدة، ولكن في ظل صحافة الهاتف المحمول بدأ يظهر هذا المصطلح مرة أخرى حيث تغير المعنى عما كان عليه قليلا، ويطلق عليه one man unit أو one man grew .

وهو من يستطيع ان يكتب ويصور ويدقق ويدخل البيانات وينشرها بنفسه، أي هو صاحب العملية الإعلامية كلها، إذ أنهي ستطيع أن ينجز ما ينجزه فريق عمل تلفزيوني، وقد ازداد اهتمام المؤسسات الإعلامية بالصحفي الشامل والذي يسمى أيضا صحفي الفيديو لأسباب مادية ومهنية، فعلى الصعيد المادي تواجه أغلب المؤسسات الإعلامية الكبرى تحديات مالية منذ سنين دفعتها إلى خفض نفقاتها قدر الإمكان ما دفع بهذه المؤسسات إلى الاعتماد على شخص واحد فقط لإنتاج التقرير التلفزيوني بدلا من فريق كامل.

أما على الصعيد المهني فيتمتع صحفيو الفيديو بمرونة وسرعة الحركة مما يساعدهم في انجاز تغطياتهم وتقاريرهم في وقت اسرع وبتكلفة أقل. (التوام، ص581).

خصائص صحافة الموبايل: تتمثل أهم خصائص صحافة الموبايل في النقاط التالية:

-تغطية أحداث كبيرة في وقت مناسب وبأمان، بسبب أن هوية صحفي الذي يستخدم الموبايل في الميدان تكون مجهولة إذ يعتبره الجميع مواطن عادي.

-تغطية الأخبار العاجلة دن الانتقال بمعدات ثقيلة باهظة الثمن لإنتاج تقرير أو تقديم تغطية حية على الهواء.

-سهولة الاستعمال والتنقل فهي تحتوي على كاميرات متطورة عالية الجودة.

-تعدد وتنوع التطبيقات التي تتوفر على الهواتف الذكية والمساعدة على إنتاج المحتوى الإعلامي بتفاصيله (عواج. 2018.ص 59.58).

-السرعة والفاعلية: يمكن لصحفي الهاتف المحمول ارسال مواد إخبارية على غرف الاخبار بنقرة واحدة كما يمكنه ارسال المواد مباشرة الى الجمهور والتفاعل معه عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بموازاة التغطية الصحفية عبر الشاشة ومن خلال التدريب المباشر يمكن للصحفي ان يكون محرر ومصور وصحفي.

- الإبداع والتجريب: إذ تتيح صحافة الموبايل للصحفيين فرصة اكتشاف مهاراتهم واختبار التقنيات المتوفرة وإعادة اكتشاف أساليب جديدة في رواية القصص الإخبارية فالهواتف الذكية توفر ووسائل الاعلام فرصة كبيرة ليصبحوا القوة الدافعة لثورة تغير أسلوب استهلاك المعلومات والواصل (التوام، ص582).

- سهولة الحركة به.

- تكاليف وجهد أقل.

- السلامة من ضرر الحشود بسبب سرية الهوية، إذ لا ينظر للصحفي المستخدم للموبايل في العمل الإعلامي على أنه صحفي في مهمة بل يعتبرونه مجرد مواطن عادي. .(كيحول.2018. ص 121.)

- التصوير بتقنية الدقة الفائقة: إذ تتيح احدث أجيال هاتف ايفون بدأ بهاتف S6 التصوير والتحرير والتحميل بتقنية الدقة الفائقة 4K إذ لم تعد صحافة المحمول مقيدة بسقف محدد ففي حيث لا تزال معظم كاميرات الاخبار التلفزيونية وأنظمة التحرير تعتمد على تقنية HD توفر أجهزة المحمول جودة 4K.(التوام، 582).

2.2 صحافة الموبايل في الجزائر.

رغم تأخر الجزائر في مواكبة التطورات التكنولوجيا وتبني الوسائل الجديدة في العمل الإعلامي إلا أننا لاحظنا وجود اهتمام من طرف الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية في الجزائر لتبني الموبايل في العمل الإعلامي.

1.2.2 واقع البيئة الرقمية في الجزائر:

تعتبر البيئة الرقمية في الجزائر من أهم المتطلبات التي تساعد على تعزيز انتشار صحافة الموبايل في الجزائر، ولمعرفة واقع البيئة الرقمية في الجزائر نأخذ مجموعة من البيانات التي تتعلق بموضوع الدراسة، ثم نحاول تحليلها لمعرفة مدى قدرة صحافة الموبايل على انتشارها في الجزائر لتصبح وسيلة أساسية في العمل الصحفي لمختلف المؤسسات الإعلامية.

الجدول رقم(1): مؤشرات استعمال تكنولوجيا الاتصال في الجزائر خلال الفترة 2015-2018

السنوات / المؤشرات		2015	2016	2017	2018
عدد المشتركين في الهاتف النقال		3267592	3404709	4100982	4158518
نسبة ولوج شبكة الهاتف الثابت للأسرة		45.61	45.61	53.45	51.41
تطور كثافة الهاتف النقال(%)		107.40	112.20	109.95	122.01
عدد مشتركي الأنترنت	الأنترنت الثابت	2262259	2859551	3202505	3063835
	الأنترنت النقال	16684697	25692619	31460534	39860900

المصدر: (وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، 2021)

من خلال الجدول رقم (2) نلاحظ أن عدد المشتركين في الهاتف النقال في ارتفاع مستمر طول فترة الدراسة، حيث تجاوز في سنة 2018 أربعة ملايين، أما فيما يخص نسبة ولوج شبكة الهاتف الثابت للأسرة فنلاحظ أنها بلغت 53.45% سنة 2017، لتنخفض نسبيا في سنة 2018، في حين نجد أن تطور كثافة الهاتف النقال أخذت منحى تصاعدي طول فترة الدراسة، كما ارتفع عدد مشتركي الأنترنت الهاتف الثابت في الفترة الممتدة ما بين 2015 إلى 2017، لينخفض في سنة 2018 ب238171 مشترك، أما عدد مشتركي الأنترنت للهاتف

النقال فنلاحظ أنها اتخذ منحى تصاعدي في عدد المشتركين من 16684697 في سنة 2016 إلى 39860900 في سنة 2018، وهذا ما يفسر انخفاض في عدد مشتركي الأنترنت للهاتف الثابت في نفس الفترة، إذ أن المواطنين أصبحوا يفضلون الإشتراك على الهاتف النقال، وذلك بفضل التحسن في تدفق شبكة الأنترنت خاصة بعد دخول الجيل الرابع إلى الجزائر.

2.2.2 سرعة تنزيل الانترنت في الجزائر لعام 2021/ 2022:

لأول مرة يتجاوز معدل انتشار الأنترنت في الجزائر نسبة المواطنين الذين يتصلون بالأنترنت مقارنة بمجموع السكان سقف ال 60 بالمئة وهو ما يمثل زيادة بنسبة 7.3 بالمئة مقارنة بالعام الماضي، وهذا المستوى يفوق متوسط انتشار الانترنت في افريقيا بما في ذلك الأرقام التي قدمتها الدول الرائدة قاريا في تشجيع المؤسسات الناشئة على غرار كينيا ونيجيريا (42 بالمئة و 51 بالمئة على التوالي)، كما أن معدل النمو الذي بلغ 73 بالمئة يتجاوز ذلك المسجل عالميا بين عامي 2021 و 2022 والذي صار يتم بالركود عند المستوى 4 بالمئة، وبالتالي يبدوا جليا أن الجزائر في طريقها إلى اللحاق بالبلدان الأكثر تقدما من حيث انتشار الانترنت، بل أنها قد تتولى الصدارة قاريا، مادامت جل قريناتها من الدول الافريقية تبدوا كأنها لا تتخطى نسبة 4 بالمئة.

وقد تم إحصاء 60 بالمئة من الجزائريين الموصولين بشبكة الانترنت بمعدل 27 مليون مستخدم محتمل لمنصات الكترونية.

للإشارة فقد تم تسجيل زيادة استثنائية في سرعة تدفق الانترنت إذ ارتفعت سرعة التحميل المتوسطة على الهواتف المحمولة نسبة 45.4 بالمئة مقارنة بالسنة الماضية لتصل إلى 11.44 ميغابايت في الثانية، كما أن سرعة التحميل المتوسطة لوصلات الانترنت الثابتة بلغت 9.78 ميغابايت في الثانية وهي زيادة تتجاوز 170 بالمئة أي ثلاثة أضعاف السرعة المتوسطة المسجلة في العام الماضي (عبابسة وآخرون، 2022).

3.2.2 مظاهر صحافة الموبايل في الجزائر:

ظهرت في الجزائر عدة تصنيفات تطبيقات لعناوين صحف ومؤسسات إعلامية على أجهزة الهواتف الذكية، فنجد مثلا بعض الصحف والمواقع الالكترونية أطلقت لها تطبيقات لمعرفة آخر الاخبار الهامة والعاجلة التي تصل إلى المستخدم نجد منها:

– SEVEN DZ والذي يعتبر أول مساحة رقمية في الجزائر تعمل على اتجاه جديد في تغطية الاخبار ونشرها باستخدام الأجهزة الذكية والوسائط البديلة عن تلك المستخدمة في الصحافة التقليدية. يضم هذا الفريق مجموعة من الصحفيين الذين يبتكرون أساليب جديدة للإنتاج القصص الصحفية، وبفضل المحتوى الذي ينتجونه بأحدث التقنيات الذكية، يسعى الموقع إلى تغيير وجه التغطية الميدانية.

كما ظهرت تطبيقات مجانية على الهواتف الذكية دون الحاجة لشراء الصحيفة مع الإصدار الجديد للصحف الالكترونية حيث يتم عبرها تحميل النسخة الورقية للجريدة عبر الموبايل بنقرة واحدة.

– تطبيق ENNAHAR ONLINE عبر بلاي ستور في الهواتف النقالة بكل علاماتها، تسمح بإمكانية مشاهدة البث الحي للقناة ، والاطلاع على كل الاخبار الوطنية والدولية ، ويعد أول تطبيق اخباري في الجزائر تم اطلاقه في جويلية 2017.

– تطبيق ECHOROUK ONLINEحيث يمكن المستخدم من متابعة جميع اخبار العالم والجزائر المنشورة على بوابة الشروق (ص 185) كما يمكن قراءة الملخصات حتى بعد فصل الاتصال بالانترنت لأن التطبيق يقوم بتحميل ملخص محتوى موقع الشروق عند تشغيله.

– تطبيق ELKHABAR TV يمكن تحميل هذا التطبيق على الموبايل بحيث يتلقى المستخدم آخر الاخبار المنشورة على الموقع

– تطبيق الصحافة الجزائرية يمنح إمكانية تحميل أكثر من 20 جريدة جزائرية باللغة العربية أو الفرنسية وكذلك تفقد مصادر الأخبار في الصحافة ، ويتم ترتيب المصادر حسب الأقسام : الجزائر، العالم، الاقتصاد، الرياضة التكنولوجيا ، والفن والثقافة (غربي، 2018، ص 185، 186، 187).

وفي دراسة أجراها الباحثين بوعون أحمد وبلوصيف الطيب تناولت موضوع استخدام تطبيقات صحافة الموبايل وتأثيراتها على الأداء الإعلامي في الجزائر دراسة ميدانية بإذاعة سطيف الجهوية، توصلت الدراسة إلى أن استخدام تطبيقات صحافة الموبايل من طرف الصحفيين يغلب عليه بعض المبادرات الفردية من طرف بعض الصحفيين، الذين يرون في صحافة الموبايل الحل لتجاوز مشكل عدم توفر أجهزة الكومبيوتر بالعدد الكافي داخل المؤسسة، إضافة إلى نقص عدد أجهزة التسجيل الخارجي الرقمية nagra مقارنة بعدد المستخدمين، كما أن أجهزة

الحذف والمزج غير كافية وهو ما دفع الصحفيين إلى استخدام الهاتف الذكي في العمل الإعلامي. وتجدر الإشارة هنا إلى وجود اتجاه إيجابي لدى القائمين على المؤسسة والمسؤولين نحو صحافة الموبايل وأهميتها في العمل الإعلامي والاضافة التي يمكنها تقديمها.

وفي دراسة لنا تناولت موضوع استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في تغطية احداث الحراك الشعبي 2019 توصلنا الى انها لا زالت تعتبر مفهوما جديدا لدى المؤسسات الإعلامية الجزائرية تقتصر على وجود محاولات ذاتية من طرف بعض الصحفيين خاصة منهم من فئة الشباب لاستخدام هذا النمط الجديد في العمل الإعلامي. ورغم ذلك فإن أغلبية الصحفيين أفراد عينة الدراسة توقعوا مستقبل ايجابي لصحافة الموبايل في الجزائر.

3.2 صحافة الموبايل مظهر جديد من مظاهر العمل الإعلامي

عرفت الساحة الإعلامية الجديدة ميلاد وسائل كثيرة سهلت مهمة الإعلاميين في ممارسة أعمالهم الإعلامية بفضل الثورة التكنولوجيا وشبكة الانترنت العالمية نجد من أهم هذه الوسائل "الموبايل" الذي أصبح يعتبر اليوم مؤسسة إعلامية متكاملة وثرية قائمة بذاتها وقادرة على إشباع حاجات المتلقين.

1.3.2 صحافة الموبايل جزء من مستقبل الإعلام:

تمثل صحافة المحمول جزءا من مستقبل الإعلام في العالم وتمكن التحديثات الأخيرة على تطبيقات المحمول من استعمالات غير متناهية، إذ بإمكان الصحفي والمصور الصحفي أو التقني التصوير والتركيب وإضافة النص والموسيقى وتصحيح الألوان، حتى أن جودة التقارير المنتجة ومقاطع الفيديو المركبة بالهاتف تضاهي جودة الوسائل الأخرى التي تتطلب استعمال كاميرا أو حاسوب (الشواشي، 2017، 26-27).

إذ ساعدت الهواتف الذكية في تطوير مهارات الصحفيين وكسر حاجز المهارات التقليدية للإعلام والانطلاق بها إلى آفاق رحبة، من التغطية الإعلامية والتحليل وجمع المعلمات وصياغتها وتطوير أساليب العمل الإعلامي واستخدام التقنيات الحديثة في المعالجة الإعلامية وتقديم منتجهم الصحفي بأشكال وصور متعددة ومتنوعة، من خلال ما قدمته من خدمات في جميع مراحل صناعة العمل الإعلامي، مرورا بأهم الوظائف الإعلامية، كمصدر للمعلومات، وكوسيلة اتصال تفاعلي ووسيلة للنشر والبث.

وقد تأثر العمل الإعلامي بالتطور التكنولوجي واستخدام الهواتف الذكية على نطاق واسع من قبل الأفراد والصحفيين، فأصبحت هذه الوسيلة مساحة مفضلة للصحفيين للممارسة المهنة بشكل تفاعلي، مما جعل عديد الباحثين يتساءلون عن مستقبل العمل الإعلامي في ظل تعاظم الاقبال على الهواتف الذكية وما تتميز به بمساحة واسعة من الحرية والتنوع والسرعة والخفة مقارنة بالعمل الإعلامي التقليدي، بالرغم من استخدامها في العمل الصحفي منذ فترة قصيرة فقط إلا أن العمل بالهواتف الذكية في ميدان الإعلام مرشح لتحقيق المزيد من الحضور مع تحسن الأداء المهني وتطوير الاستخدام لتحاكي الوسائل الإعلامية الأخرى، خاصة مع تزايد انتشار أجهزة الهواتف الذكية والتقنيات التي تشهد تطورا لا مثيل له، كل هذه المعطيات تدفع بالصحفيين إلى تغيير أساليب العمل، وتكييفها مع متطلبات المرحلة، وبالتالي ستفيد الهواتف الذكية العمل الإعلامي أكثر في المستقبل. (النصر، 2018) على الموقع التالي: https://www.annasronline.com/index.php/60-2015-

2.3.2 إدخال الموبايل في العمل الإعلامي:

لو نعود بعشرة سنوات إلى الوراء لوجدنا أن الشائع في استهلاك المعلومات الالكترونية أنه يتم عبر أجهزة ثابتة، ولقد بدأ الأمر يتغير شيئا فشيئا بفعل التأثير المزدوج لعاملين تقنيين (المحمولية والحركية)، أولا : أدى التصغير المستمر للمكونات إلى تصغير حجم الأجهزة وزيادة قوة معالجتها للمعلومات وتعديل مادتها الام (المحمولية)، وثانيا: أدى تطوير شبكات إعادة الارسال بكثافة أكبر إلى التواصل اللاسلكي الواسع الحركية، ومع مطلع الألفية الثالثة بدأ الاستغلال التجاري لتجمعات كبيرة من الأقمار الصناعية تسمح بالاتصال بالهاتف من أية نقطة في العالم، لذلك كثر استعمال أجهزة الاستقبال المحمولة والمتحركة خاصة الهاتفية منها، وظهرت الحواسيب الجيبية منذ 1997، كما أدت إمكانية العمل عن بعد والتواصل في أية لحظة ومن أي مكان إلى تقليص الحدود بين مختلف الفضاءات والمجتمعات (دليو، 2010، ص 81).

وقد أصبح التحدي أمامها هو الوصول إلى المستهلكين في عالم 7/24 فوفقا لمدير وكالة الأنباء الفرنسية عندما يقع حدث تبدأ تغطيته بتنويهات إخبارية على الموبايل أو البريد الالكتروني، ثم يتبع نشره على شبكة الانترنت، ثم وكالات الانباء والتلفزيون، ثم تنتهي الدورة بتحريره للنشر في الجريدة اليوم التالي.

حيث لم يعد الموبايل مجرد وسيلة اتصال بل أصبح مركز محمول للاتصالات الشخصية والتجارية والإعلامية ووسيط لنشر مواد إعلامية وترفيهية وبدأت الصحافة تستفيد من تقنية التلفون المحمول في نشر طبعات مركزة من الصحيفة أو من خلا تقديم خدمات إخبارية، كما بدأت المدونات تبث عليه. (فتحي، 2011. ص2019).

في عام 2007 وفي إطار أكبر معرض عالمي للمعلوماتية قدمت مجموعة محطة متعددة الوسائط القادرة على إرسال محتويات الهاتف النقال من صور، فيديو مقاطع صوتية إلى جهاز تلفزيوني وكل ذلك عبر الشبكة الصغيرة النقالة وبالتالي فإنها وجدت الحل لمشكل الشاشات الصغيرة للهواتف النقالة.

إن مجرد إمكانية نقل محتويات هاتف نقال على شاشات كبيرة أثار العديد من المتعاملين ومنتجي المحتويات الذين يحمل معظمهم كافة التجهيزات للتسجيلات والبث الرقمي ونقل ذلك إلى موقع التلفزيونات عبر الانترنت وحتى إلى مواقع طلبات الفيديو (سمسشي.2009.ص 119.120).

3.3.أهمية الصورة والفيديو عبر الموبايل إعلاميا:

من أهم مميزات استخدام الموبايل انها تتيح تصوير الفيديوهات وحتى عمل مونتاج عليها ثم وضعه على الانترنت، اذ أكد الصحفي الأمريكي Ricgard Taylor أن استخدام الموبايل في التصوير ساعد كثيرا في اجراء المقابلات مع الضيوف، حيث أنه يضمن ألا يشعروا برهبة الوقوف أمام الكاميرات الضخمة، كما في التصوير التقليدي. (الجندي، 2020، ص203).

قامت شركة غوغل بشراء موقع "يوتيوب" في نوفمبر 2006 بمبلغ تجاوز مليار و600 مليون دولار، بل إتمامه العام الثاني من التأسيس وهذا يدل على أن شركة غوغل استشرفت أهمية ونجاح موقع اليوتيوب وراهنته عليه في رفع أرباحها وتعويض القيمة التي دفعتها لأجله، وذلك بالنظر لعدد الأفراد الذين يملكون الهاتف المتحرك في العالم إذ انه يتيح لكل شخص معه هاتف ذكي أن يصور الأحداث والوقائع والمواقف القريبة منه ويرفعها على هذا الموقع لإتاحتها لأكبر عدد ممكن من الأفراد.

وقد أثبتت الدراسات اليوم أن النسبة الأكبر من الفيديوهات الموجودة على موقع اليوتيوب تم نشرها من قبل أفراد عاديين، كل هذا مؤشر على أهمية هذه الوسيلة إعلاميا ومرونتها الشديدة حتى أصبحت الهواتف اليوم دعامات أساسية للمؤسسات الإعلامية (الغفيلي. 2018.ص 51).

وقد ساعدت الهواتف الذكية التي تحتوي على كاميرات متطورة لها القدرة على التقاط الصور بجودة عالية الصحف ووسائل الاعلام في نشر صور التقطت فور حدوث الخبر، وهو ما يجعلها تحدث تأثيرا، مثلما حدث في قضية اغتيال المخرج الهندي " ثيو فان جورج" الذي اغتيل بعد إخراجه فيلما مثيرا للجدل حول الثقافة الإسلامية، إذ نشرت صحيفة سويدية صورة الجثة بعد دقائق فقط من اغتياله، وقبل وصول الشرطة، وقد وصلت الضجة التي أثارها إلى حد وصف محرر الصور في الجريدة بأنها كانت هي الخبر وليس مضمونه. (العلي، 2016، ص181)

حل الهاتف النقال محل آلات التصوير كبيرة الحجم وصار بإمكان أي شخص أن يلتقط ما يشاء من الصور في أي زمان وفي كل مكان حتى صارت مصدرا معلوماتيا لا يستهان به، فمع صغر الصورة التي تلتقطها هذه الكاميرات إلا أن ملايين الصور تلتقط كل يوم وترسل بين الناس وحتى بين المؤسسات الإعلامية والأفراد العاديين وبعضها يوثق لأحداث مهمة بعضها خطير مثل إعدام الرئيس العراقي السابق صدام حسين، الذي تم تصويره بالهاتف النقال، والذي يعد مظهر من مظاهر الإعلام الجديد إذ لا يتطلب مهارات تصويرية أو خبرة في هذا المجال فتركيز الصورة أوتوماتيكي (سميشي.2009.ص 120).

4.3.2 مهارات استخدام الموبايل اعلاميا:

يحتاج الصحفي أو الإعلامي لاستخدام الموبايل إعلاميا إلى أن تكون له خلفية في استخدام هذا الجهاز تقنيا وتحريريا:

أ-مهارات تقنية: الذي لا يحتاج إلى مهارات كبيرة فقط يحتاج الإعلامي هنا أن يكون متمكنا من معرفة كيفية كتابة النصوص ، وخيارات الكاميرا والاستوديو ومن ثمة كيفية إرسال الرسائل القصيرة أو إرسال الوسائط المتعددة أو البريد الالكتروني والالتقاط والإرسال الإذاعي والتلفزيوني ودخول شبكة الانترنت.

ب- مهارات تحريرية: حيث يلجأ الإعلاميون إلى استخدام الموبايل للضرورة خاصة لكتابة قصص خبرية و التقاط الصور، وإرسالها إلى المؤسسات الإعلامية العاملين بها، في الأحداث الطارئة والعاجلة والتي لا تحتمل التأخير أو التأجيل ولم يكن الإعلامي يحمل كومبيوتر وكاميرا، ولم يكن مثلا في برنامجه اليومي الذهاب إلى المؤسسة ،

لكي ينجح في مهمته فإن أحسن قالب لكتابة الخبر الصحفي باستخدام المحمول هو قالب الهرم المقلوب الذي يقضي بتوظيف أهم المعلومات في أقل عدد من الكلمات ، لأن تقنية معظم أجهزة المحمول لا تسمح إلا بكتابة نصوص محدودة من حيث عد الكلمات ، لدى يجب على القائم بالاتصال الإجابة على التساؤلات الخمسة، ماذا؟ من؟ متى؟ لماذا؟ أين؟ أما الإجابة على السؤال كيف؟ فلا مجال لها هنا إلا في الحالات الملحة وشديدة الضرورة. (إسماعيل.2014 . ص 200.201) .

ويضيف عليها الأستاذ رياض شعباني مهارات أخرة ذاتية ومهنية كما يلي: (شعباني، 2019) https://ijnet.org/fr/node/5344

ج–المهارات الذاتية :يحصرها في ثلاث نقاط أساسية، القدرة على التكيف مع الهواتف الذكية الجديدة، القدرة على العمل في جو العجلة والإثارة من دون ارتباك أو فقدان للقدرة على العمل الدقيق، و اخيرا الحس الصحفي.

د– المهارات المهنية : ويحصر أهم المهارات المهنية في ما يلي:

–القدرة على التحرير الالكتروني وذلك باستخدام البرامج المساعدة في عملية الكتابة كبرنامج كتابة القصص الإخبارية بشكل آلي.

– مهارات نقل ونشر وتوزيع المادة الإعلامية باستخدام تقنيات الشبكة الرقمية.

–مهارات تخزين واسترجاع المعلومات مما يساعد الصحفي على السرعة في الأداء.

–مهارات معالجة المادة الاعلامية رقميًا وعلى الهواتف الذكية سواء كانت المعلومات مكتوبة أو مصورة او مرسومة بالاستعانة بتطبيقات صممت لهذا الغرض.

– مهارات توضيب واخراج المادة الإعلامية باستخدام التقنيات والتطبيقات المتخصصة.

–القدرة على التواصل مع المصدر، وتحقيق سيولة أكثر للمعلومات.

4.2. خدمات الموبايل الإعلامية:

الموبايل كوسيلة إعلامية أفرزتها البيئة الإعلامية الحديثة فإنها توفر الكثير من الخدمات الإعلامية للإسلاميين أنفسهم وللمؤسسات الإعلامية وكذا لجمهور المتلقين من جهة أخرى. يمكننا تسليط الضوء عليها وتبيانها من خلال ما يلي:

1.4.2 وظيفة الموبايل في العمل الصحفي: تتعدد الوظائف التي تحظى بها صحافة الموبايل بين الوظائف الفنية وأخرى عملية، نعرض أهمها فيما يلي:

– وظيفة انتاج وجمع المادة الصحفية من خلال التصوير والانترنت وقواعد المعلومات

– وظيفة معالجة المعلومات الصحفية رقميا على اختلاف طبيعة هذه المعلومات سواء كانت مصورة مكتوبة او مرسومة بفضل التطبيقات الكثيرة الموجودة على الموبايل التي تعالج هذه المعلومات.

– وظيفة تخزين المعلومات الصحفية واسترجاعها.

– وظيفة نقل ونشر وتوزيع المعلومات الصحفية.

– وظيفة عرض المواد الصحفية.

– وظيفة التحرير الالكتروني من خلال البرامج والتطبيقات المساعدة في عملية الكتابة والمعالجة والتحرير.

– وظيفة إخراج المادة الصحفية بفضل تطبيقات التصميم والإخراج الصحفي ومعالجة الصور والمخططات الموجودة على أجهزة الموبايل (المشهداني. 2014. ص194–195).

– الحصول على الأخبار للراديو والبودكاست أو الحصول على الفيديو للأخبار التلفزيونية والبرامج الوثائقية وكذلك إنشاء مقاطع الفيديو للشبكات الاجتماعية (معهد الجزيرة للإعلام.2020 .ص12).

2.4.2 الموبايل وسيلة للبث المباشر عبر وسائل الإعلامي الجماهيرية:

حيث توفر الهواتف الذكية إمكانية البث المباشر بشكل ابسط وبأقل تكلفة من خلال تطبيقات خاصة سهلت ذلك، فالوصول إلى الجمهور خلال البث هو ميزة أساسية في صحافة الموبايل وكذلك قياس مستوى أداء المحتوى من خلال احصائيات فورية، فخدمة البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية اتاحت للصحفيين التفاعل مع جمهورهم اثناء البث وكل ما تحتاجه هو اختيار التطبيق المناسب بناء على معايير معينة، مثل احتياجات البث والجمهور المستهدف والتكاليف التقنية (التوام، ص582).

يجد البث المباشر حاليا طريقه إلى شاشات التلفزيون والمحطات الإذاعية بسهولة قبل الآن كان الحصول على فيديو مباشر حتى وإن كان بجودة منخفضة يتطلب مجموعة كبيرة من الأجهزة لإرسال الفيديو عبر الأقمار الصناعية مما يكلف محطات التلفزيون آلاف الدولارات لبضع دقائق من الإرسال بالإضافة إلى الاستعانة بمهندس

اتصالات متمرس لتشغيل هذه الأجهزة وهذه الأجهزة باهظة الثمن لا تعمل في كل مكان ولكن فقط في الأماكن المفتوحة حيث يمكن توجيه الهوائي إلى الأقمار الصناعية أما حاليا فيتم تنفيذ جزء كبير من هذا العمل في ثوان باستخدام جهاز الموبايل ذكي فقط (SALIH. P07).

3.4.2 خدمة الأخبار بالهاتف المحمول:

فيما كان الموبايل تكنولوجيا مستخدمة على نطاق واسع وذات أهمية كبيرة في القرن العشرين، إلا أن مكانته كوسيلة إعلام لم يكن معترف بها جيدا مقارنة بالوسائل الأخرى كالصحافة والإذاعة، إذ أن تهميش الموبايل كوسيلة إعلام –أمر مثير للسخرية– ليس فقط لأن وسائل الإعلام الأخرى استخدمته في النصف الثاني من القرن العشرين في عملياتها اليومية، فقد استخدمه الصحفيين في كتابة التقارير الصحفية وجمع المعلومات والتفاعل معها (مترجم السباعي، 2018، ص 68).

ويتم عبر خدمة الهواتف الذكية تزويد المشتركين بطيف واسع من الخدمات الإخبارية تشمل خدمات وكالات الأنباء وبعض الصحف اليومية والمواقع الإخبارية في شكل نصوص أو وسائط متعددة تستقبل بواسطة الهاتف المحمول فضلا عن إرسال واستقبال وعرض الصور والرسومات والمقاطع الصوتية والبصرية (الفلاح، 2013، ص 158).

4.4.الهواتف المحمولة في الإذاعات والتلفزيونات:

أكد الدكتور زكريا بن الصغير إن استخدام الموبايل في العمل الإذاعي والتلفزيوني يتناسب تماما مع خصائص هذه الوسائل، التي تقوم بالدرجة الأولى على المعلومات الهائلة التي تجعل من الصحفيين أكثر قدرة على المغامرة، والمشاركة وتساعد على تعزيز تعلق الجمهور بصوت الإذاعة وصورة التلفزيون (بلوصيف، بوعون، 2020، ص430). وسنوضح ذلك فيما يلي:

- **الإذاعات:**

وقد استخدم الصحفيون الاذاعيون الهواتف الذكية لأكثر من عقد من الزمان كأداة تسجيل وكان وصول تطبيقات تحرير الصوت حوالي عام 2011 يعني أن المراسلين الاذاعيين يمكنهم أيضا إجراء عمليات تحرير ومزج متواضعة قبل تسجيل قصصهم.

اعتمدت بعض المؤسسات الإعلامية على الموبايل في غرف التحرير الخاصة بها، حيث استعانت بصحفيي الموبايل، كما دربت صحفيين موظفين على هذا النوع من الصحافة، فمثلا تعتمد محطات التلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية على المزيد من صحفيي الموبايل عام بعد عام، اذ يرى المسؤولون على هذه المحطات أن وجودهم قلل من تكاليف العمل الصحفي.(panu , 2017 , p8)

كما استعانت اكاديمية BBC عام 2008 بصحافة الموبايل من خلال تصوير الاخبار باستخدام جهاز IPHONE وتطبيق FILMIC PRO، حيث استخدم جنبا إلى جنب مع اللقطات التي تم التقاطها بكاميرا البث التقليدية، فكان بعض الصحفيون يصورون على هاتف ذكي ويعدلون على نظام سطح مكتب مثل FINAL CUT PRO. (الربضي، 2021) .https://www.shabab

كان الصحفي قبل ظهور الموبايل لا يستطيع ارسال رسالته الصوتية عن طريق الهواتف الأرضية إلا بصعوبة كبيرة، ولكنه اليوم يستطيع نقل الصوت والصورة من مكان الحدث، الأمر الذي جعل المواطن بإمكانه أن يصبح مشروع مراسل صحفي وهذا الأمر شجع القائمين على إدارة وسائل الإعلام خصوصا الفضائيات على تقديم المساعدات المعنوية والمادية لحاملي الموبايل كي يرسلوا الصور المهمة التي ترافق الأحداث الدولية، والجانب المفيد الآخر لشبكات الأخبار من هذا الاكتشاف هو انتشار من يحملون الهواتف المحمولة والكاميرات الرقمية في أماكن لا يوجد فيها مراسلون (المقدادي، 2013 ص206).

والذي ساعد هذا النوع من الاعلام يحظى بهذا الاهتمام الكبير هو ارتفاع عدد مستعملي الهواتف الذكية ووجودها في يد كل مواطن، إذ بلغ عدد مستعملي الهاتف النقال عام 2005 ملياري مستعمل بفضل الجيل الثالث من التجهيزات، وبهذا صار بإمكان التقاط البرامج التلفزيونية ومشاهدتها بواسطة الموبايل فأصبح الهاتف يتلقى الأخبار عبر رسائل sms وينقلها عبر مواقع القنوات مثل موقع الجزيرة وcnbc arabia وbbc arabia (سميشي.2009.ص121).

وإذا قارنا بين الذي حدث في حماة المدينة السورية عام 1982 من تدمير وقتل دون أن يعرف أحد حقيقة ما جرى هناك بسبب غياب وسائل الاعلام وعدم وجود هواتف محمولة في تلك الفترة الزمنية...وبين ما في حماة ذاتها أثناء أحداث الربيع العربي وما صاحبه من أحداث مروعة وقتل ودمار لكن هذه المرة تم نقلها إلى

العالم أجمع عن طريق الهواتف المحمولة، تشعر هنا بعظمة الخدمة الإعلامية التي تقدم عن طريق هذا الجهاز الصغير الذي مازال واعدا بتقديم الجديد من خلال أجياله المستقبلية .(المقدادي، ص 207).

- **التلفزيونات:**

تعد صحافة الموبايل في التلفزيونات من أهم وسائل الإعلام السمعية البصرية التقليدية لنشر المعلومات، ومع ذلك فإن الاهتمام المتزايد بالهواتف المتزايد بالهواتف المحمولة قد ساهم في اهتزاز وظائف وممارسات الصحافة واستخداماتها، حيث يتم اقتراح وتأسيس أفكار جديدة لممارسات جديدة، مع وصول إقحام التقنيات الجديدة في العمل الإعلامي ذروته هذا من جهة، ومن جهة أخرى تدرك وسائل الإعلام أنه يجب تبني هذه الاتجاهات للبقاء في عصر الزمن والتأثير في قطاعات عريضة من الجمهور. (بلوصيف، بوعون، 2020، ص432).

تلفزيون الهاتف المحمول ويطلق عليه أيضا اسم الإعلام المحمول أو الإعلام المتحرك كمقابل لنظام إعلام المكان الذي يصف إعلام المحطات الثابتة التقليدية، مثل التلفزيون في شكله المعروف، وظهرت هذه التسمية لأول مرة حين نقلت الشركات العملاقة للهواتف الذكية المؤتمر العالمي للخلوي 3 جي أس أم السنوي لعام 2006، إلى مدينة كان الفرنسية، هذا الإعلام يتميز بأنه يسمح بالمشاهدة والاستماع في أي مكان متحرك او ثابت، ويستخدم تعبير التلفزيون المتحرك لوصف خدمة تلفزيونية عبر شبكات الاتصال يستخدم في التقاطها بشبكات الهاتف النقال وهي تكنولوجيا تحتاج الى برج تلفزيوني ولاقطات خاصة مثلما هو الحال بالنسبة للهاتف النقال نفسه (العلي، 2016،ص177 –179).

5.4.2 صحافة الموبايل والانترنت:

الأنترنت وسيلة إعلامية حديثة استطاعت ان تعبر القارات بالخدمات المعلوماتية التي تمتلكها، واستطاعت شبكة العنكبوت ان تعلن ارتباطها بأجهزة الموبايل (الهاتف الخلوي)، إذ تتسابق الشركات الالكترونية على جعل شبكة الانترنت العالمية شبكة لا سلكية لا يربطها فقط بالهواتف المحمولة فقط، بل كذلك بأجهزة موجودة اليوم وأخرى يتوقع تصنيفها في المستقبل، ففي عام 1996 طرحت شركة (Vocal tech) اول منتج تجاري للهاتف بواسطة الانترنت، ولكن نوعية الصوت والبرمجيات كانت سيئة. (الهاشمي، 2004، ص269).

بحلول العام 2000غيرت الانترنت الطريقة التي يتعامل بها الصحفيون مع الاخبار، سواء من خلال البحث عن المعلومات أو كتابة الاخبار والقصص وطرق تقديمها، فهم يستخدمون اليوم الانترنت في البحث عن المعلومات الأولية حول الظواهر والاحداث، ومن ثم يرسلون هذه المعلومات في صورة تقارير للمحررين عن طريق البريد الالكتروني، وقد يلجأ الصحفي إلى إجراء مقابلات عبر البريد الالكتروني، أو عن طريق التواصل بالفيديو عبر الانترنت، كما يستخدم الصحفيين المصورين الانترنت لإرسال الصور الرقمية للمحررين، وهم بدورهم يلجؤون إلى الانترنت لإرسال صور الصفحات الكاملة (الجندي، 2020، ص15).

لقد كرس كل من الانترنت والهاتف فكرة الإعلام المتحرك أو الإعلام المحمول كمقابل لنظام إعلام المكان الذي يصف إعلام المحطات الثابتة التقليدية وكرست التنمية عندما اجتمعت الشركات العملاقة للهواتف الذكية في المؤتمر العالمي للموبايل 3 جي اس ام السنوي عام 2006 ب "كان" الفرنسية مؤكدة أنها تعمدت هذا الاختيار لتكريس البعد الترفيهي في شاشة الموبايل خاصة بعد تطور تطبيقات البلوتوث والواب (سمسشي.2009.ص 121).

6.4.2 إيجابيات وسلبيات صحافة الموبايل في العمل الإعلامي: نعرضها كما يلي:

- **إيجابيات:**

– دمج النص والصوت والفيديو في عروض موحدة تمكن أفراد الجمهور من تغيير المحتوى وفقا لتفضيلاتهم الشخصية.

– قلصت تكاليف الإنتاج بفضل صغر حجمها وخفتها ورخص سعرها.

– متعدد الوظائف فهو يصور ويحرر يسمح بالقيام بالتركيب والمونتاج وكذا الإرسال والنشر.

– سهولة استخدامه إذ انه لا يصعب على محترف في أحد مجالات الإعلام أن يتعلم مهاراته.

– تعدد أدوار الصحفي باسطة الموبايل فأصبح الصحفي الواحد يعمل كمراسل ومصور فيديو إذ بإمكان مثلا صحفي الإذاعة تعلم الكتابة للأنترنت والتقاط الصور وتسجيل وتحرير الفيديو لمواقعهم الالكترونية (عقيلة . عبد الغني.2015.ص 55.56).

وفي دراسة قام بها pannu karhumen باستخدام مقابلة مع مجموعة من الصحفيين في إنكلترا ايرلندا وهولندا أكد الصحفيون أن الموبايل إعلاميا مكنهم من الاقتراب من الحدث بسهولة حيث صرحت الصحفية الهولندية geertje algera "أنها كانت قادرة على عرض صور لحدث كان من الممكن ان يكون مستحيلا باستخدام كاميرا تلفزيونية وطاقم مكون من شخصين.

كما أكد هؤلاء الصحفيين ان الموبايل مكنهم من بث الأخبار مباشرة بدون شاحنات الأقمار الصناعية (panu ,2017, p9)

إضافة إلى ذلك يؤكد الباحث إبراهيم حسن حيدر أن صحافة الموبايل تسهل عبى الصحفيين انتاج المحتويات الإعلامية ونشرها عبر الانترنت وتمكنهم من تحديثها بصورة آنية.

أما على مستوى الاستهلاك الإعلامي فإن صحافة الموبايل تتيح للمستخدمين الوصول الى الاخبار وتبادل المعلومات بكل سرعة وسهولة أيضا.

- **السلبيات:**

كما يرى الباحثين أن لصحافة الموبايل سلبيات عدة نوجزها فيما يلي:

– سرعة نشر المعلومات والاخبار وتحديثها قد تؤدي إلى تزايد انتشار المعلومات الغير دقيقة لذا يصعب على الصحفيين التراجع عن نشرها في كثير من الأحيان.

– إضافة إلى أنه يصعب كتابة الاخبار والمحتويات الصحفية الطويلة نظرا لحجم شاشة الموبايل الصغيرة الذي قد يسبب الكثير من الأخطاء.

–كذلك عند استخدام الموبايل في التصوير يصعب الحصول على لقطات فيديو مستقرة وسلسة (حيدر، 2021، ص94، 95).

خلاصة:

يمكن القول من خلال ما سبق أن صحافة الموبايل اليوم أصبحت وسيلة إعلامية معترف بها من طرف المؤسسات الإعلامية والإعلاميين إضافة إلى الباحثين والأكاديميين، إذ تعد اليوم وسيلة إعلامية مهمة من وسائل الإعلام الموجودة في البيئة الجديدة، التي فرضتها تكنولوجيات الإعلام والاتصال من جهة أخرى، خاصة تلك التطورات الحاصلة على تكنولوجيا الموبايل والاتصالات السلكية واللاسلكية والانترنت، كما فرضته الأحداث المتسارعة في عالم اليوم وشدة المنافسة بين المؤسسات الإعلامية، التي حتمت عليها تبني وإدخال وسائل جديدة في كل مراحل عملها.

فصحافة الموبايل اليوم أصبحت وسيلة إعلامية بامتياز تؤدي الأدوار التي تؤديها الوسائل الأخرى من تغطية للأخبار، التصوير، الارسال، البث وغيرها من الوظائف الأخرى.

الفصل الثالث

خصوصية العمل الإعلامي في بيئة الإعلام الجديد والحاجة لسن قوانين وتشريعات ملاءمة لها

تمهيد

1.3 مدخل مفاهيمي للإعلام الجديد

2.3 مظاهر العمل الإعلامي في ظل التطور التقني

3.3 تأثيرات تكنولوجيا الإعلام والاتصال على عمل وسائل الإعلام الجماهيرية (الصحافة الورقية، الإذاعة والتلفزيون)

4.3 سن وتشريع أخلاقيات تتماشى مع طبيعة البيئة الإعلامية الحديثة

خلاصة

الفصل الثالث:.....خصوصية العمل الإعلامي في بيئة الإعلام الجديد والحاجة لسن قوانين وتشريعات ملائمة لها

تمهيد:

أحدثت تكنولوجيا الإعلام والاتصال اليوم تغيرات في خصوصية العمل الإعلامي، بين العمل بالوسائل التقليدية أو العمل من خلال المزج بين الوسائل التقليدية والوسائل الجديدة، وقد جاء هذا الفصل للتعرف على مفهوم الإعلام الجديد من خلال عرض أهم الرؤى الباحثين حول هذا المفهوم والاختلافات بينهم، من خلال تبيان مدى قبوله ورفضه من طرفهم، سنتعرف أيضا من خلال هذا الفصل على نقاط التوافق والتنافر بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، إضافة إلى أهم التغيرات التي أحدثها الإعلام الجديد في عناصر العملية الإعلامية وتأثير وسائل الإعلام الجديد على المحتوى الإعلامي وغيرها من العناصر الأخرى.

وتجدر الإشارة إلى أن هذه البيئة الجديدة ورغم ايجابياتها التي لا تعد ولا تحصى إلا أنها قد أفرزت لنا إشكالات عديدة في مقدمتها المشكل القانوني، إذ أن المهتم بهذا المجال يلاحظ الفجوة الموجودة في المجال القانوني للإعلام الجديد، ومن خلال ذلك سنعرض مدى حاجة البيئة الجديدة لسن قوانين وتشريعات تحكمها، من خلال عرض مختلف الرؤى والاتجاهات المختلفة بين الباحثين نحو سن قوانين وتشريعات خاصة بالإعلام الجديد، كما سنعرض في الأخير موقف قانون الإعلام في الجزائر (2012) من اخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الجديدة.

1.3 مدخل مفاهيمي للإعلام الجديد

1.1.3 تعريف الإعلام الجديد:

هناك خلط واختلاف كبير بين الأكاديميين والباحثين وكذا الإعلاميين حول تحديد مفهوم الاعلام الجديد. وهو امر منطقي راجع لحداثة المصطلح من جهة ولاختلاف الرؤى والتخصصات من جهة أخرى، وسنحاول هنا عرض نختلف التعريفات للإعلام الجديد من مختلف الزوايا الرؤى حتى نقرب المفهوم أكثر.

اتفق الباحث "ماهر عودة الشمايلة " ومحمود عزت اللحام ومصطفى يوسف كافي على المفهوم التالي للإعلام الجديد "هو مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من انتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه، بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة والغير متصل بالأنترنت، في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل".

وله عدة مرادفات هي، الإعلام البديل، الإعلام الاجتماعي، الإعلام التفاعلي، الإعلام الرقمي، الإعلام الالكتروني، الإعلام الآلي، الإعلام الشبكي ، الإعلام الشعبي، إعلام المجتمع، صحافة المواطن وغيرها كثير.(الشمايلة. اللحام. كافي.2015. ص 19-20).

ويعرفه مؤيد السعدي على انه مجال عام يستخدم تطبيقات متعددة عبر الانترنت لا تحكمه عوامل السلطة ومجال اجتماعي للحوار والتبادل الثقافي بين المجتمعات ومجال تندمج فيه عناصر العملية الاتصالية وتعتمد شدة الاندماج على عنصري السرعة والزمن وهو أيضا مجال عام قادر على احداث التغيير في المجتمعات عبر المشاركة ومجال عام يسمح للمستخدم بإدارة مزاجه على وفق ما تريده الوسيلة الإعلامية. (السعدي.2019.ص 19).

ويعرف أيضا على انه عبارة عن مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من انتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف اشكاله من خلال الأجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة والغير متصلة بالأنترنت، كما تتيح وسائك الاعلام الجديد إمكانيات هائلة للتواصل والاتصال الاجتماعي كما هو الحال في خدمات الهاتف المحمول وشبكات التواصل الاجتماعي (ريان.2016. ص27).

أما عبير شفيق الرحباني فتعرفه بانه مجموعة من الأنشطة الرقمية الالكترونية الجديدة التي تقوم بنشر المحتوى واستقباله أيضا من خلال الوسائط الالكترونية المتعددة (الرحباني. 2015. ص 11).

2.1.3جملة التغييرات التي فرضها الاعلام الجديد على وسائل الاعلام التقليدية:

لقد غير الاعلام الجديد اساسيات في خارطة وسائل الاعلام الرئيسية والمقصود بذلك قائمة الموضوعات التي يتم تناولها، وتطرأ التغيرات المختلفة بتغير المواضيع التي تفرض نفسها إعلاميا بعدما يتم تداولها ومناقشتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لأن هناك بعض المواضيع التي تغض عنها وسائل الاعلام التقليدية الطرف أو لا تدرجها ضن أولوياتها حتى ولو كانت لها أهمية بالغة لدى الجمهور، وذلك من منطلق ما تفرضه سياستها التحريرية وكذا الضغوطات المفروضة على الوسائل الإعلامية ونطاق الحرية الممنوحة لها خاصة في الدول النامية، وأحسن مثال عن ذلك الأحداث التي صاحبت ترشح الرئيس السابق بوتفليقة لانتخابات رئاسية خامسة، وما قابلها من رفض شعبي واسع، فوسائل الاعلام الجزائرية سواء العمومية أو الخاصة عملت جاهدة على اخماد حقيقة الإرادة الشعبية التي انتشرت سريعا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ولم تغطي هذه الوسائل احداث المسيرات الشعبية الرافضة لترشحه في البداية، وهو ما خلق حالة استنفار لدى جمهور وسائل الاعلام الجزائرية ، فظهرت عديد المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي دعت إلى مقاطعة معظم القنوات التلفزيونية والفضائيات التي لم تتجاوب مع الحراك الشعبي ولم تغطي تلك الأحداث بل مارست التضليل بدل نقل الحقيقة بموضوعية، وهنا ظهر دور مواقع التواصل الاجتماعي فغيروا خارطة المواضيع المهمة لدى وسائل الاعلام التقليدية، فسرعان ما بدأت وسائل الاعلام الخاصة تنقل صوت الشارع وأصبحت تولي أهمية كبيرة في اجندتها لهذا الحدث، بل أن حتى بعض الصحفيين نظموا مظاهرات طالبوا فيها برفع الضغوطات الممارسة عليهم واعطائهم الحرية في ممارسة الحدث تحت شعار صحافة حرة مستقلة.

وفيما يلي سنسلط الضوء على أهم التغيرات التي احدثتها وسائل الاعلام الجديدة على الممارسة الإعلامية:

-أعطت وسائل الاعلام الجديدة فضاء واسع من حرية التعبير التي كانت مطلبا رئيسا في وسائل الاعلام التقليدية، فحرية الاعلام يمكنها أن تخلق أجواء التنافس المشروع للإنتاج إعلامي متميز قادر على جذب انتباه المواطن كما يمكن ان يخلق مسؤولية أخلاقية للإعلاميين نحو الدولة ومؤسساتها.

– لم يعد العلام اليوم بيد أصحاب القرار الذين كانوا يوجهون الخطاب الإعلامي حسب مصالحهم اذ أصبحت وسائل نقل ونشر المعلومات بيد المواطن كالهواتف المحمولة.

–غير الاعلام الجديد من المعايير المهنية والفنية التقليدية فلم يعد ملتزما بها فهو اعلام يتسم بالواقعية وهو اعلام يتحدى اخلاقيات الاعلام المعارف عليها ويؤسس لأخلاقيات مهنية جديدة.

– تحول الجمهور من مجرد متلقين إلى مستخدمين للوسائل الإعلامية، وناقلين للأحداث والاخبار عبرها من خلال النشر والمشاركة والتعليق وغيرها (طفياني، ص 15–17)

3.1.3 أهم التغيرات التي أحدثها الاعلام الجديد على عناصر العملية الاعلامية:

أسهم الاعلام الجديد في تفتيت الجماهير بين الوسائل، فتنامي المنافذ الإعلامية أدى إلى توزع الجمهور المنتظر للمعلومة بين الصحف الالكترونية ومواقع الشبكات الاجتماعية وخدمات الهاتف الذكي من جهة أخرى.

وهو ما يمكن التعبير عنه بانكماش حجم الجمهور نتيجة لتفتته الامر الذي دعا كثيرا من المؤسسات الإعلامية على الانتشار والوجود من حلال كل ما هو ممكن ومتاح، من وسائل وآليات للوصول الى اكبر عدد ممكن من الجمهور، فصارت الصحيفة الورقية مثلا توجد ورقيا والكترونيا بتحديث دائم على مدار الساعة وتتصل بقرائها ومتابعيها، عبر الشبكات الاجتماعية وتسعى للاستفادة من الوسائط المتعددة من خلال عرض كثيرا من التفاصيل بالصورة والفيديو وتوجد أيضا عن طريق رسائل الجوال وغيرها، وهي احدى الخطط الناجحة والجادة من الوسائل التقليدية للوصول الى الجيل الشبكي–جمهور المستخدمين– عبر ادراك خصائصهم وخريطة الاتصال الخاصة بهم والمفضلة لديهم(الغامدي، 2012، ص 12– 13).

تظهر التطورات التكنولوجيا للإعلام والاتصال من خلال الجمع بين الكلمة مكتوبة ومنطوقة، والصورة ساكنة ومتحركة وبين الاتصالات السلكية واللاسلكية ، أرضية أو فضائية ثم تخزين المعطيات وتحليل مضامينها واتاحتها بالشكل المرغوب وفي الوقت المناسب وبالسرعة اللازمة.(الشمايلة وآخرون، 2015، ص181)

أفرزت التطورات الجديدة نمط اتصالي جديد يختلف عن نمط الاتصال الموجود في قنوات الاتصال التقليدية، وهي الاتصال الذاتي والاتصال الشخصي الاتصال الجمعي والاتصال الجماهيري، اذ أنه نمط اتصال منقول بواسطة وسائل تقنية أو الاتصال الوسطي أو الاتصال المستعين بالتثنيات الحديثة الكهربائية والالكترونية، ويتسم بسمات كل من الاتصال الشخصي المواجهي والاتصال الجماهيري، وله الوسائل الاتصالية الخاصة به فله مثلا من سمات الاتصال الشخصي قلة عدد المشاركين مع إمكانية اظهار رد الفعل ورجع الصدى فوريا، وان كان يفتقد ألفة وحرارة الاتصال الشخصي.

وللاتصال الوسطي بعض سمات الاتصال الجماهيري فيمكن للمشاركين فيه ان يكونوا غير متجانسين من حيث السمات ومتباعدين مكانيا أي يتلقون الرسالة نفسها ويردون عليها من مواقع مختلفة والرسالة نفسها ترسل بسرعة وبفورية الى معظم المشاركين كما ان قناة الاتصال مكلفة ولابد ان تكون هناك أداة او وسيط تكنولوجي يوسع من القدرات الحسية للمرسل (عبد الفتاح علي، 2014، ص 66).

4.1.3نقاط التوافق والتنافر بين الاعلام التقليدي والاعلام الجديد: حدد الدكتور سامي زهران ابرز خصائص الاعلام الجديد مشيرا الى ابرز خواصه وهي :

- التفاعل بين المصدر والمتلقي فهو يتيح فرصة التعليق والنشر.

- تحول المتلقي الى ناشر يستطيع ان ينشر ما يريد.

- إعلام متعدد الوسائط حيث يستعين بالصورة والكلمة ومقاطع الفيديو في الوقت نفسه.

- اندماجه مع مخرجات الاعلام التقليدي واستيعابه لها.

- سهولة الاستخدام فهو متاح للجميع وفي متناول أيديهم.

ويرى بعض الباحثين ان هناك اتجاهين أساسيين لتحديد العلاقة بين الاعلام التقليدي والجديد هي:

-**الاتجاه الأول:** أدى الإعلام الجديد على تدهور العلاقة بين الفرد ووسائل الاعلام التقليدية، إذ أصبح مثلا إعلام المواطن ملجأ يهرب إليه المواطن المتلقي لتحاشي الخطاب الإعلامي الكلاسيكي.

-**الاتجاه الثاني:** يرى أنه نوع من الإعلام التشاركي الذي يكمل الإعلام التقليدي لكن لا يستطيع بأي حال أن يحل محله، إذ يرى أن الإعلام الجديد يسلط الأضواء على بقع الظل التي يصل إليها الإعلام التقليدي أو لا يوليها أهمية (أمين، ص 99-100).

وفي هذا الصد يؤكد الباحث محمود خضر في كتابه الإعلام والمعلومات والانترنت على أن الإعلام الجديد يقوم على التكامل والتداخل فهو يجمع كل مزايا وسائل الإعلام التقليدية ويزيد إليها ميزة التفاعل المباشر وإزالة الفروق بين المرسل والمستقبل فتبادل المعلومات والأفكار سيتم في اتجاهين بصورة سريعة وفورية وسيكون بمقدور أفراد الجمهور استقبال وارسال الرسائل في أي وقت وسيتمكنون أيضا من مخاطبة بعضهم البعض بعيدا عن مصدر الفكرة أو المعلومة ، أي أن سلطة المصدر والوسيلة الإعلامية ستتقلص وقد يوجه شخص أو وسيلة ما رسالة إعلامية لجمهور محدد إلا أن التفاعل حول هذه الرسالة قد يختلف تماما عن أهداف صاحب الرسالة الأصلي فالرسالة هنا تتحول إلى نص يتفاعل حوله كل أفراد الجمهور (خضر، 2015، ص112).

ويرى سامي زهران أن هناك مواجهة تثار بين أنصار الطرفين، فبعض المتحمسين للإعلام التقليدي يرفضون بشدة الاعلام الجديد وبعض المتحمسين للإعلام الجديد يتنبؤون بزوال بعض اشكال الاعلام التقليدي كالصحف الورقية مثلا، وخلص الى ان العلاقة بين الإعلاميين الجديد والتقليدي علاقة تكاملية، وليست علاقة تصادم أو اقصاء، وذكر بأن كل اعلام ظهر لم يلغ ما قبله، فالتلفاز عندما ظهر لم يلغ الإذاعة أو الصحافة بل بقي لكل خصوصياته ومعجبوه ومحبوه.

وقد ركز هذا الباحث في تبيان الفروق بين الاعلام الجديد والتقليدي مركزا على قضية (الحرية الفردية) التي تعد الفرق الجوهري بين هذين الشكلين من الاعلام، فكل شخص عبر وسائل الاعلام الجديد صار رئيس تحرير ومدير قناة يضع ما يريد وأكد المحاضر على ان المحتوى الجيد للإعلام الجديد أفضل من المحتوى الجيد للإعلام التقليدي. ولكن المحتوى السيئ للإعلام الجديد أيضا اسوء من المحتوى السيئ للإعلام التقليدي (أمين، 2015، ص12).

2.3مظاهر العمل الإعلامي في ظل التطور التقني

ارتبط العمل الإعلامي المعاصر بالتطورات التقنية الحاصلة على الوسائل الإعلامية، وقد حاول الباحثون في المجال الإعلامي على خصائص ومحددات ومعايير والنماذج المسيرة للعمل الإعلامي بعد ان ارتبط ارتباطا وثيقا بمجموعة من الوسائل الرقمية التي قدمت له خصائصها وادواتها ونماذجها العملية ليتحول العمل الإعلامي إلى شكل شبكي، تفاعلي، رقمي، يسمح بتخطي خاصيتين أساسيتين للعمل الإعلامي هما التداؤب la synergie والتزامن la synchronisation .

وهو ما أعد الصحفيين والممارسين الإعلاميين تعلم طرق جديدة في مقاربة مهنتهم، وتحسين أدائهم وانتاجهم وأعاد الإعلام إلى سيرورة اتصالية تنمو وتكبر في التفاعل الشخصي، الجماعي التنظيمي والاجتماعي.

فبغض النظر عن الحماس الذي عرفته عملية ادخال العمل الإعلامي للفضاء الالكتروني بظهور الانترنت وما قدمته خصائصها التقنية من سرعة آنية تعدد الوسائط انتشار وسهولة النفاذ، إلا أن العملية عرفت تحولا جوهريا صاحب التغيرات التقنية الحاصلة واصبح من السهل ملاحظة أن هناك فرقا جوهريا بين المشرع الصحفي التقليدي الذي كان ينتمي إلى مشروع تحريري متكامل يقوم على وجود مؤسسات منظمة وواضحة الخط وبين المعلومات التي يتم الآن تداولها عبر الانترنت والتي تبدأ من المعطى البسيط وتصل حتى الأنواع الأكثر تطورا من المحتويات لفهم حجم وشكل هذا التغيير قام الباحثون بعدة دراسات في عدة مجالات ، على شاكلة الدراسات التي اهتمت بإدخال الرقمية في العمليات التحريرية أو دراسات الهوية الصحفية، وكذا العوامل الاقتصادية التي تحكم هذا التغيير كدراسات امتلاك التكنولوجيا الرقمية وتأثيرها على النموذج التحريري الموجود وتأثيرها على التكاليف. (حمال، ص 238).

2.3 مظاهر العمل الإعلامي في ظل التطور التقني:

1.2.3سمات المشهد الإعلامي في مرحلة ما قبل الإعلام الجديد: اتصف المشهد الإعلامي قبل ظهور الإعلام الجديد بما يلي:

-كانت وسائل الاعلام التقليدية تمثل خط الإنتاج الإعلامي الوحيد، حيث كان الاتصال أحادي الاتجاه.

-استخدمت وسائل الاعلام في تلك الفترة كأداة مساندة للنظام السياسي والاقتصادي والثقافي السائد، إذ كان لها تأثير كبير على الجماهير، وفي هذا الصد يقول الرئيس الأمريكي توماس جيفيرسون: "لو خيروني بين حكومة بلا صحافة أو صحافة بلا حكومة لا خترتها بلا حكومة".

-سيادة النظرية السلطوية المحتكرة لوسائل التعبير في المجتمع. (أمين، 2015، ص86).

2.2.3 المفاهيم والأساليب الجديدة في العمل الإعلامي: أحدثت تكنولوجيا الاتصال المتطورة تغيرات جذرية في طبيعة عمل الوسائل الإعلامية ورسائلها وعلاقتها مع الجمهور، ومن هذه التغيرات نجد:

-الحرية الواسعة التي يمتلكها الجمهور في استقبال الرسائل الإعلامية من مصادر لا حصر لها.

-لقد ساهمت في فتح مسارات جديدة للمؤسسات الإعلامية التقليدية، حيث تقوم بتنويع أساليب اتصالها بالجمهور، على ضوء مقتضيات التكنولوجية الاتصالية المتطورة ، إذا أصبحت وسائل الإعلام المختلفة توفر لجمهورها فرصة قراءتها من مواقعها الإخبارية على الشبكة.

-ساهمت بجعل الرقابة الإعلامية أمر لا معنى له مع تشعب مصادر المعلومات ولم يعد هناك مجال للتعتيم الإعلامي، إذ أصبح الجمهور قادر على المعلومات من عدة مصادر.

-أحدثت الانترنت ثورة في النشر الالكتروني، فمكنت الصحيفة من تخطي الحدود الجغرافية، كما أصبح بإمكانها تحديث أخبارها كل دقيقة.

-كما ساعدت الانترنت الجمهور على التواصل المباشر مع محرري الأخبار.

-أتاحت التكنولوجيا الاتصالية للصحافة المطبوعة من خلال استخدامها للحاسبات الالكترونية اختصارا في المراحل التي كانت تقطعها بدأ بجمع المعلومات والأخبار وصولا إلى الإخراج الصحفي والتي كانت تستغرق وقت أطول.

-لقد أتاح نظام التطور الرقمي أن تحصل الصحف على الصور من مصادر عديدة تجعل المخرج الصحفي أمام حرية اختيار أحسن للصورة وتكبيرها أو تصغيرها إضافة إلى وضوحها.

-أتاح التطور في تكنولوجيا وسائل الارسال والاستقبال الإذاعي والتلفزيوني لجهة نقاء الصوت والصورة التلفزيونية (أبو عرجة، 2010، ص 33-37)

3.2.3 تأثيرات وسائل الاعلام الجديد على المحتوى الإعلامي: لم يعد المحتوى الإعلامي موزعا على أجهزة منفصلة كما كان الحال قبل وجود أجهزة الكومبيوتر والأجهزة الأخرى المحمولة القادرة على الاتصال بالأنترنت فبعد أن كان للمواد الصوتية أجهزتها المنفصلة وكذلك المواد المرئية والنصوص، أصبح بإمكان مستخدمي الانترنت وعلى صفحة واحدة منها أن يجد أكثر من ذلك فأصبح تعبير الميلتميديا يعتبر دقيقا على المحتوى الذي يتم انتاجه الآن، بل وأصبح هذا التنوع بين الصوت والصورة والنص وأدوات الاتصال وهي معايير للحكم على مدى توافق محتوى إلكتروني معين مع الجديد في عالم الاعلام ، فلأنترنت جمعت أجهزة التلفزيونات والراديو والتلفونات وكذلك الأوراق التي كانت تستخدم لقراءة النصوص المكتوبة في شاشة واحدة، كما جعلت انتاج واستهلاك هذه المحتويات المتعددة الاشكال أسهل من أي وقت مضى، فتغيرت مواصفات المحتوى الالكتروني ، فأصبح مثلا الخبر الصحفي أقصر وتلعب فيه الملتميديا دورا أساسيا مقارنة بالخبر وفق المعايير التقليدية، كما أن وسائل الاعلام الجديد اليوم وضعت نهاية لزمن المصدر الواحد للمعلومة والمعرفة، وما نعيشه الآن هو زمن المصادر المختلفة للمعلومات فلم يعد المصدر الواحد كافيا (طفياني،2021، ص14).

4.2.3 الثورة التقنية تغير دور الجمهور:

لقد أحدثت الثورة التقنية تغيرات بنيوية على الظواهر الإعلامية فقد اثرت على علاقة الفرد بالمنظومة الاجتماعية وجعلته مشاركا فاعلا في القضايا التي تهمه مما انعكس على طرق استخدامه وأساليب استقباله لوسائل الاتصال، بل أن الثورة التقنية عصفت بالعديد من البديهيات الثابتة التي كان يجمع عليها الباحثين في مجال الاعلام، المفارقة أن بعض الدراسات والآراء ما تزال متشبثة بهذه الثوابت تعتنقها وتدافع عنها وتتبناها بلا نقاش أو جدال.

أن التطورات التقنية هي ثورة جذرية في مختلف الأساليب الإعلامية والاتصالية بعد أن أصبحت توافق الفرد في جميع الأمكنة لا يستغني عنها فهي تغزو غرفة نومه وارجاء بيته ومحل عمله والأماكن العامة ويحملها في جيبه وسيارته، فخدمة الانترنت أصبحت متوفرة وأحيانا مجانية والتطبيقات موجودة في الهاتف النقال والحاسب اللوحي والأجهزة الرقمية من الكاميرات الشخصية إلى أجهزة التلفزيون.

إن دوافع واشباعات الفرد لوسائل الاعلام اختلف بشكل كبير في ظل الفضاءات الاتصالية التي خلقتها التكنولوجيا الحديثة وتبعا لذلك تبدلت أنماطه الاتصالية ولم يعد ذلك الانسان الذي تحتويه وسائل الاعلام بمفهومها قبل ظهور الانترنت ومع أن هذه الوسائل استعانت بالتطبيقات الحديثة إلا أنها ما تزال تبحث عن سبيل لاستعادة هذ الفرد الذي هجرها ورحل من العالم الواقعي إلى البعد الافتراضي(طاهر، 2018، ص 4).

5.2.3 الخبر العاجل بين الاعلام التقليدي والاعلام الجديد (العصر التقني):

ظل الخبر العاجل والسبق الصحفي حكرا على وسائل الاعلام التقليدية لمدة طويلة فالجمهور يترقب والقنوات التلفزيونية تتسابق للحصول على اخبار آنية وحصرية بتوظيف جميع الإمكانيات المادية والبشرية واللوجستية.

لكن هذه الآلية تغيرت كثيرا بعد انتشار المواقع الإخبارية والموسوعات الالكترونية وصفحات وكالات الأنباء فالفرد أصبح لا ينتظر نشرات أو مواجيز الاخبار حيث تتدفق النصوص والصور الفوتوغرافية والمواد الفلمية بشكل متواصل إلى درجة باتت وسائل الاعلام التقليدية تعتمدها كمصادر مهمة في نشراتها الإخبارية.

وقد كان النقل الحي المباشر من قبل شبكة CNN لقصف العاصمة بغداد عام 1990 هو الانطلاقة الأولى للبث الفضائي في العالم حيث أعلن التلفزيون عن اختلاله الأثير وإلغائه الحدود إذ أن سقوط برج التجارة العالمي في مدينة نيويورك بمثابة نقطة التحول الرئيسية من حيث انتباه الجمهور إلى المدونات والأفلام الشخصية التي صورها الناس أثناء الحدث.

إن وسائل وسائل الاعلام التقليدية تعتمد بالوقت الراهن على تطبيقات الاعلام الجديد ووسائطه بشكل كبير بما في ذلك شبكات التواصل الاجتماعي اذ ممكن أن يتواجد الناس في أماكن تعجز المحطات الفضائية أو مراسلي الصحف من الوصول إليها بل أن بعض الصحف بدأت تنشر في مواقعها الالكترونية صفحات خاصة تطلق عليها صحافة المواطن حيث تعرض مات لتقطه عدسات الناس من صور فوتوغرافية أو مواد فلمية عن مختلف المشاهد اليومية وتقدمها للمجتمع كجزء من عملية الانصهار والانذماج والتكامل بين الوسائل التقليدية والوسائط الجديدة.

لقد بدأ الجمهور يفتش في شبكات التواصل الاجتماعي حال سماعه بحادث ما في مجتمعه المحلي ولا يراقب التلفزيون أو يترقب ما يعرضه ولا سيما أن شهادات المتواجدين في مكان الحادث تتدفق بالنصوص والصور والأفلام وتكون أحيانا أقرب إلى التصديق وسط صراع مرجعيات القنوات الفضائية التي تضخم أو تحجب أو تقلل من قيمة الاحداث بحسب توجهاتها وسياستها الإعلامية (طاهر، 2018، ص 5- 6).

ففي ثورة المعلومات التكنولوجيا اليوم لم يعد الإعلام مجرد ناشر للمعلومات إلى الجماهير بل وضع الجمهور في شراكة حقيقية للتنقيب عن المعلومات وايصالها للآخرين كما هي دون فلترة أو حذف وتعديل للمعلومة أو الحدث(عبد الفتاح، 2014، ص64).

وتعتبر أحداث الربيع العربي ومواكبة الجماهير لهذه الاحداث بالنشر والمشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي أحسن دليل لدور الجمهور في الاعلام الجديد، ومدى تأثيراته على تكوين رأي الجمهور اتجاه القضايا والأحداث.

وكمثال عن أهمية دور الجماهير في إيصال المعلومة ومدى تأثيرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي نجد تصريح الرئيس السوري بشار الأسد خلا اجتماعه بوفد شبابي سوري تم سؤاله عن مدى تأثير المظاهرات على مستقبل الشباب السوري، إذ أجاب الأسد بأنه "لا يهتم للمظاهرات وطبيعتها بل يهمه فعليا الصور التي ترسل للإعلام والاشرطة المسجلة التي تعلم في المواقع الإعلامية المختلفة فالتكنولوجية أضحت السلاح القاتل للنظام في سورية وغيرها"(عبد الفتاح.2014، ص67).

3.3 تأثير تكنولوجيا الاعلام والاتصال على عمل وسائل الاعلام الجماهيرية: نلاحظ أن التطورات التكنولوجية الحاصلة في البيئة الجديدة للإعلام والاتصال أفرزت لنا وسائل ومعدات جديدة لم تكن موجودة من قبل قد ألقت بضلالها على وسائل الإعلام التقليدية الجماهيرية، إذ أصبح عمها لا يقوم إلا على هذه الوسائل الجديدة وهو ما أدى إلى إحداث تغيرات وتأثيرات على عملها، وسنذكر فيما يلي أهم هذه التأثيرات على وسائل الإعلام الجماهرية (الصحافة الورقية، الإذاعة، التلفزيون)

1.3.3 تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الصحافة وظهور الصحافة الالكترونية

في إطار التكامل بين الاعلامين الجديد والتقليدي فقد قامت معظم الصحف باستخدام مواقع الكترونية لها، تنشر عليها نسخة الكترونية من نسختها الورقية حيث يستطيع من يشاء الاطلاع عليها

والتعليق على ما ينشر فيها من نسختها من اخبار ومعلومات من عبر التغذية العكسية التي اتاحتها النسخة الالكترونية وقامت النسخة الالكترونية بعرض الاخبار والمعلومات بوسائط متعددة كالنص والصورة والصوت.

كما يمكن غدخال مواقع التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الصحفي عن طريق:

-العثور على أفكار واتجاهات ومصادر جديدة.

-التفاعل والتواصل مع القراء والمشاهدين بطرق جديدة عن طريق بناء شبكة من الأشخاص للتفاعل معهم واللجوء إليهم والاستفادة من خبراتهم، وذلك باكتشاف أشخاص ومواقع ومقالات وأفكار .

-التواصل مع الصحفيين في مختلف المؤسسات الإعلامية عبر غرف الدردشة وتبادل الاخبار والمعلومات والأفكار حول المواضيع التي تهم عملهم. (شقرة، 2013، ص 188، 189).

وفي هذا الصدد نجد العديد من القنوات التلفزيونية العربية والأجنبية قامت بإعداد وتقديم برامج خاصة فقط بالمعلومات والاخبار التي يتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل برنامج ثريندينغ في قناة العربية.

1.1.3.3 تكنولوجيا الصحافة تخلق لنا مفاهيم جديدة:

نقاد الصحافة ودارسيها على حافة التسعينات اسم الصحاف الالكترونية electronic journalism أو الصحافة الرقمية digetal journalism أو computer assisted journalism فقد دخلت الحاسبات الالكترونية متزاوجة مع تكنولوجيا الاتصالات المتمثلة في ألت ليكس والفاك سيميل والأقمار الصناعية في كل مراحل العمل الصحفي بحيث أصبح الصحفي يعتمد عليها في عمليات جمع المعلومات من الميدان واستكمالها وتوصيلها إلى مقر الصحيفة وفي صفها واخراجها وفي تجهيز الصفحات بحيث تحول المحرر الصحفي إلى معالج للمعلومات عبر الوسائل الالكترونية ، كما أصبحت الصحف تنتج الأن ليتم قراءتها على شاشات الحاسبات الالكترونية المرتبطة بشبكة المعلومات أو قواعد البيانات وسهل ذلك العملية الصحفية وزاد من سرعتها فالصحفي يستطيع الآن من خلال الحاسب الإلكتروني المحمول أن يكتب الموضوع الصحفي في أي مكان وكذلك استكمال خلفيات الموضوع من خلال الاتصال بمركز معلومات

الصحيفة أو بأي شبكة معلومات أو قاعدة بيانات ويرسله إلى الصحيفة ونفس الأمر بالنسبة للصور فبفضل تكنولوجيا التصوير الرقمية يمكن أن تلتقط وترسل مباشرة عبر الحاسبات الالكترونية.

- **أوجه استفادة الصحافة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات**

استفادت الصحافة من التطورات الحاصلة على تكنولوجيات المعلومات والاتصالات الحديثة في كل مراحل انتاج الصحيفة المختلفة والمتمثلة في:

-مرحلة جمع المعلومات وتوصيلها الى مقر الصحيفة.

-مرحلة توثيق المعلومات الصحفية.

-مرحلة المعالجة والإنتاج.

-مرحلة النشر والتبادل علم الدين.

2.1.3.3. انعكاسات الانترنت على الممارسة الصحافة:

عرفت الصحافة المكتوبة خلال النصف الثاني من القرن العشرين تغييرات هامة وجذرية تمثلت خاصة في تحولها التدريجي من صحافة موجهة للنخبة على اندماجها فيما أصبح يعرف بالاتصال الجماهيري.

أصبح الآن ليس صعبا نقل الاخبار من دولة إلى أخرى أو مكان إلى آخر بعد ادخال شبكة الانترنت إلى الصحافة فيستطيع الصحفي اليوم أن يكتب موضوع أو مقال ثم نقله بسرعة ودون جهد إلى المحررين في الصحيفة التي يعمل بها (أبو عيشة. 2010. ص59).

كما ساعدت الصحافة من ان تقترح على قرائها من مستخدمي الانترنت خدمات خاصة، وتسمح بالاطلاع على ارشيفها مجانا او بمقابل ن كما أنها تضع طبعاتها المحلية على web ليتمكن قرائها الموجودون خارج مدنهم من معرفة أخبار ما يجري فيها إضافة إلى ذلك فإن الكثير من هذه الصحف توفر لقرائها إمكانية التحاور فيما بينهم مع اسرة التحرير والدخول معهم في نقاشات كما مكنت الانترنت الصحافة من تكثيف حضورها مع تخفيض تكاليف انتاجها وازدياد عدد قرائها وتنوعهم.

إذ غير الانترنت من الممارسة الصحفية اذ ان كبار الصحف العالمية تتنافس اليوم ليصبح لديها حضور فعال على الشبكة ص12 وقد أظهرت هذه الصحف طاقة إبداعية وقدرة هائلة على التكيف واكتشفت رؤى واليات عمل جديدة سيكون لها وقعها العميق على الفضاء العمومي (الصادق، 2004. ص 12-13)

فالكثير من الصحف الامريكية والبريطانية التي يقتصر توزيعها على الداخل أصبحت محط متابعة الجمهور من مختلف دول العالم سواء أكانت المتابعة لشهرتها وقوتها الإعلامية أو وفاء من بعض قرائها الذين لازموها اثناء الدراسة او العمل، فقفز عدد متابعيها الى عشرات الآلاف من مختلف دول العالم وأصبحت مضطرة ان تعطي لهم قليلا من الاهتمام بالتطرق الى القضايا الاجتماعية والسياسية التي تعنى بشؤون بلدهم ن وقد اسهم الانترنت في خلق أسس ورؤية جديدة للوسائل الإعلامية (عزت اللحام، 2015، ص120).

- **نشر المادة الصحفية على الانترنت**

أحدثت التكنولوجيا الحديثة للصحافة ثورة في النشر الالكتروني جعلت بذلك الصحيفة تتخطى الحدود الجغرافية وتعمل على تحديث اخبارها الالكترونية كما اتاحت للقارئ يختار ما يشاء. كما اتاحت للصحفيين والمحررين إمكانية الحصول على المعلومات من هذه الشبكة.

كما أتاحت التكنولوجيا الحديثة المتمثلة في الحاسبات الالية اختصار المراحل المتمثلة في بجمع الأخبار وصياغتها وتحريرها واخراجها وتصحيحها وهي مراحل كانت تستغرق زمنا طويلا في الوضع التقليدي السابق الأمر الذي أسهم في تعزيز شخصية الصحيفة إضافة على قيامها بتطوير أساليب الإخراج على نحو يتفق وسياستها التحريرية (حسنين. 2015.ص96).

إن أكثر التطورات أهمية وإثارة في مجال النشر الالكتروني هو التكامل بين الفيديو والنشر المكتبي، فقد اتاحت أوجه التقدم الحديثة في الات المسح الضوئي وشاشات التقاط صور الفيديو والقيام بتضمين هذه الصور داخل أي ملف بطريقة ايسر من ذي قبل وتنتج أجهزة الفيديو الرقمية للمستخدمين القيام بتحرير صور الفيديو ومعالجتها واضفاء التأثيرات عليها وذلك من خلال تحويل الصور ذات الإشارة التناظرية إلى شكل رقمي، ويمكن القول أن مع دخول أنظمة النشر الالكتروني إلى الصحافة، كانت هناك أنظمة وسيطة

مهدت الطريق لدخول الأنظمة الجديدة الى مطابع هذه الصحف مثل الات المسح الضوئي الصغيرة عالية الجودة وبرامج معالجة الصور وشاشات توضيب الصفحات وتصميمها. وأجهزة الكومبيوتر الصغيرة كما كانت مقترحات هذه الأنظمة يتم الحصول عليها مباشرة على أفلام حساسة مما خلق حلقة وسيطة متمثلة في الأنظمة الالكترونية في مرحلة ما قبل الطبع والتي مهدت الطريق لأنظمة النشر المكتبي التي تعد الركيزة الأساسية للثورة الراهنة في مجال النشر الالكتروني (بن الصغير.2020.ص 396)

- **تأثير تكنولوجيا الانترنت على الصحف الورقية:**

استفادت الصحف والمطبوعات الدورية من التطورات التكنولوجيا الذي افرزته شبكة الانترنت لتحسين مضمونها وزيادة عدد قرائها، على المستوى العالمي، ومن خلال طرق التوزيع بواسطة شبكة الانترنت وجهاز الحاسوب حيث أن هذه الطريقة تتميز بالسرعة العالية والانتشار الواسع، كما جعلت الصحافة تلعب دورا مختلفا في المجتمع، وغيرت من دور وسائل الاعلام في حياة الانسان اليومية.

وقد ارتبط اليوم مفهوم الصحافة الالكترونية بمفهوم النشر الالكتروني والذي يعني استخدام الكومبيوتر في عمليان انشاء وتحرير وتصميم وطباعة وتوزيع المطبوعات. (قنديلجي، 2015، ص 157).

3.1.3.3.ظهور الصحافة الالكترونية: إن أهم ما يميز بيئة الإعلام الجديد اليوم هو بروز ما يعرف بمفهوم الصحافة الإلكترونية التي تعد أول مظاهر هذه البيئة الإعلامية الجديدة.

- **تعريف الصحافة الالكترونية:**

يعرفها جمال "غيطاس" على أنها نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الالكتروني الأنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى، تستخدم فيه فنون وآليات وتقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة بين التفاعل مع المتلقي، للحصول على الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الالكتروني بسرعة. (فريد عزت، 2018، ص310)

وتعرف أيضا على أنها الصحف التي تستخدم الانترنت كقناة لانتشارها بالكلمة والصورة الحية والصوت أحيانا وبالخبر المتغير انيا.(القيسي، 2012، ص88).

نلاحظ من هذا التعريف الأخير أن أنه ركز في تحديد مفهوم الصحافة الالكترونية على جانب استخدامها ومزجها للوسائط المتعددة في تقديم محتواها (الكلمة المكتوبة والمنطوقة، الصوت والصورة الثابتة والمتحركة).

وتعرف الصحافة الالكترونية باعتبارها نسخ الكترونية فورية للصحف الورقية. (الشريف،2014، ص 58).

يعاب على هذا التعريف على أنه ضيق مفهوم الصحافة الالكترونية وحصرها في تلك الصحف الورقية التي يتم نشر محتواها عبر موقع الكتروني خاص بها اذ ان المتتبع لمسار الصحافة الالكترونية اليوم يجد ان الصحافة الالكترونية أوسع من ان تكون مجرد نسخ عن تلك الورقية فنجد ان هناك صحف الكترونية ليس لها أي نسخة ورقية خاصة بها اذ ان كل مراحل عملها تتم الكترونيا وتتميز بأن لها فريق صحفي خاص بها ومن المفروض أن يكون هذا الفريق مدرب ومتخصص في العمل الصحفي الالكتروني فالتحرير الصحفي ملا لصحيفة ورقية يختلف عن قواعد التحرير لصحيفة إلكترونية.

ويميل البعض إلى تعريف الصحافة الالكترونية بأنها الصحف التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الانترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات إلكترونية لصحف ورقية مطبوعة، أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية. (ريان، 2016. ص 75).

نلاحظ أن هذا التعريف ربط الصحافة الالكترونية بمضمون الصحافة الورقية وبأن الاختلاف بينهما يعود إلى الدعامة التي تقدم بينها، وهذا التعريف ناقص إذ يمكن أن نطلقه على الصحف الالكترونية في بداياتها الأولى سنوات التسعينات، أما حاليا فالواقع يقدم لنا نماذج لصحف إلكترونية مستقلة عن الصحافة الورقية، وهناك صحف إلكترونية كثيرة ليس لها اصدار ورقي اطلاقا، فاليوم نحن نتحدث عن بيئة جديدة لممارسة الصحافة على الخط، تحتاج إلى صحفيين لهم مهارات مختلفة عن مهارات الصحفيين العاملين في الصحف التقليدية، كالتصوير والمونتاج ومهارة استخدام الوسائط المتعددة والنشر الإلكتروني والتعديل وتحديث المعلومات والبيانات والاخبار أي أن مفهوم الصحافة الالكترونية اليوم يحتاج لما يعرف بالصحفي الشامل أو صحفي الانترنت.

وتعرف الصحافة الالكترونية أيضا بأنها نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الالكتروني للأنترنت وشبكة المعلومات والاتصالات الأخرى تستخدم فيه فنون واليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافا اليها مهارات واليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الالكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي لاستقصا الانباء الانية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الالكتروني بسرعة. (البدراني. 2014. ص 204 -205).

- **سمات الصحافة الالكترونية:** يمكن تحديد أهم ميزات الصحافة الالكترونية فيما يلي:(الشريف، 2014، ص 71)

-الفورية؛

-التحديث المستمر للمضمون المقدم؛

-النشر على نطاق عالمي واسع؛

-القدرة على الربط بين عناصر متعددة داخل هيكل المعلومات؛

-استخدام الوسائط المتعددة؛

-الأرشيف الالكتروني الفوري؛

-التفاعلية؛

-اللاجماهيرية والتفاعلية؛

-قابلية التعديل.

2.3.3 ملامح التقنية الجديدة للإذاعة:

مر التطور التكنولوجي للإذاعة بعدة مراحل حيث كانت أجهزة الاستقبال في البداية ضخمة الحجم والاستماع يتم عبر سماعات الرأس ولم تكن هناك أجهزة لمزج الصوت ولا أسطوانات وأشرطة تسجيل

صوتي وكان يتم التسجيل عبر أسطوانات أو أشرطة التسجيل الصوتي وكان يتم التسجيل عبر أسطوانات الجراموفون، بوضع الميكروفون قريبا من الأسطوانة وكانت أنماط الأداء الإذاعي تتم على الهواء مباشرة وكان يتم استخدام الموجات الطويلة في البداية لكن لم تكن له القدرة على نقل الرسالة الإذاعية إلى مسافات بعيدة.

وتمثلت المرحلة الثانية في تطور تكنولوجيا الإذاعة من خلال استخدام الموجات المتوسطة التي تغطي مساحات جغرافية أوسع ويتم الارسال باستخدام نمط التشكيل الاجتماعي (AM) وفي مراحل أكثر تقدما تم استخدام نمط التشكيل الترددي (FM) وهو ارسال أكثر نقاء وخلال الستينات تم التوصل إلى البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية وفي الثمانينات وبفضل التطور التكنولوجي ظهرت الإذاعات الرقمية، وبالتالي مرت الإذاعة بعدة مراحل هي: (عزت، 2018، ص 345)

-القنوات الاذاعية عبر الفضاءات التلفزيونية.

-الراديو الرقمي.

-الراديو الرقمي الفضائي.

- راديو الانترنت.

1.2.3.3 القنوات الاذاعية عبر الفضائيات التلفزيونية:

سعت العديد من الدول للاستفادة من القنوات الاذاعية الموجودة في القنوات القمرية للبث الفضائي عبر الأقمار الصناعية في بث خدمات إذاعية يمكن الاستماع اليها عبر جهاز الاستقبال التلفزيوني وساعد ذلك الى حد كبير في تحسين موقف الراديو في ظل التطورات التكنولوجيا الهائلة التي شهدتها وسائل الاتصال بوجه عام والتلفزيون بوجه خاص.

غير ان هذا التطور ظل محكوما بجهاز الاستقبال التلفزيوني أي ما هو الا ارسال صوتي عبر قنوات متخصصة في الأصل لاستخدامات التلفزيون وغالبا ما كان يستخدمها المغتربين عن أوطانهم(مكاوي، 2008، ص 118).

2.2.3.3 الراديو الرقمي:

لقد دخلت تقنيات البث الرقمي على جهاز الراديو وحسن من أداء الارسال الإذاعي بإيصال كلمات الاثير نقية مسموعة وبأقل تكلفة. وتقنية البث الرقمي العالمي تعتمد على قيام الإذاعة بتحديد رقم الارسال حتى يتمكن المستقبل من استقبال إشارات الأقمار الصناعية بكل سهولة (الهاشمي. 2012. ص 26).

عملت الأنظمة الحديثة نحو تلبية الطلب المتزايد عالميا على توفير بث إذاعي بجودة تضاهي جودة الأقراص الليزرية سواء كان المستقبل ثابتا أو محمولا أو متنقلا وقد سمحت التطورات التقنية في ترميز المنبع والقناة وفي التعديل وفي معالجة الاشارة الرقمية، بتحقيق أنظمة بث صوتية رقمية أرضية وفضائية، ومن هذه الأنظمة نظام البث الصوتي مثلا A المعياري Digital audio broadating الذي ص 164 يوفر بثا رقميا متعدد الخدمات وعالي الجودة، ومصمم للعمل في أي حزمة ترددية في مجال الترددات العالية جدا ووفق العالية، ويقدم هذا النظام إضافة إلى البرامج الصوتية وإمكانية التشفير، خدمات معطياتية مرتبطة أو مستقلة (الدليمي، 2011، ص164)

يتيح الراديو الرقمي للمستمعين صوتا نقيا، دون أي تشويش ودون تدخل من الإعلانات التجارية المزعجة(عبد الوهاب. 2005. ص238)

إذ أن دخول الرقمنة إلى الإذاعة من التطورات المهمة الحاصلة في الإذاعة، إذ تقدم تسهيلات كثيرة للمستخدم، فما عليه سوى كتابة تردد الموجة التي يريد استلامها مباشرة وخلال لحظات يتم التقاط البث.

ومع دخول الانترنت للإذاعة أفرزت لنا ما يسمى براديو والانترنت والتي تشير إلى استخدام الانترنت لتقديم خدمات الإذاعة، وما ساعد أيضا في ظهور هذا النوع من الإذاعة هو التطورات الحاصلة على تكنولوجيا البث والصوت. (عبود. العاني، 2015، ص 164- 165)

- **مزايا البث الرقمي للراديو:** تتمثل أهم مزايا البث الرقمي للراديو فيم يلي:

-يوفر ارسالا صوتيا فائق النقاوة يماثل نقاوة الصوت الصادر عن تشغيل صوت في الأقراص المدمجة، مع تحرره من المؤثرات الخارجية التي يمكن أن تؤثر في البث التقليدي.

-يوفر عدد أكبر من المحطات الاذاعية مع توفير خيارات أكبر للمستمعين من القنوات المتخصصة.

-إمكانية استقبال البيانات والمعلومات على المذياع أو الراديو الرقمي، كبث المعلومات الرقمية عن حالة المرور، والتسويق، وغيرها من المعلومات المفيدة.

-إمكانية التسوق عبر الخطوط الالكترونية. (قنديلجي، 2015.ص 255).

- **الراديو الرقمي الفضائي:**

تقوم فكرته على استخدام نظام الأقمار الصناعية لبث الإذاعة الصوتية عبر الفضائيات التلفزيونية وتعتمد هذه الفكرة على اطلاق أقمار صناعية خصيصا للبث الصوتي من خلال تكنولوجيا بث رقمية تضمن لها الجودة والنقاء ظهرت هذه المنظومة الجديدة للراديو الرقمي الفضائي من خلال شركة وورلد سبايس الامريكية وقد نجحت ان تجعل من فكرة الراديو الفضائي حقيقة واقعة بعد اطلاقها للقمر الأول " أفريستار" والقمر الثاني " كاريبستار" والقمر الثالث "آسيا ستار" .

إن المميز في الراديو الرقمي الفضائي هو انه مؤمن من التداخل والتشويش كما ان عملية اختيار المحطة يتم بسلاسة من خلال تحديد رقم المحطة المعينة. (مكاوي. عبد الغفار. 2008. ص 125- 126).

يختلف عن الراديو الرقمي بأنه يستقبل الموجات مباشرة من الأقمار الصناعية وليس من أبراج أرضية، كما أنه ليس مجانا بل يتطلب اشتراكا شهريا، مقابل أنك لا تستمع إلى الإعلانات التجارية، فعلى سبيل المثال تقدم كل من شركتي (SIRIUS) و(XM) ما يقارب من مئة قناة مقابل عشرة دولارات شهريا، ونظرا لأن البث يأتي من الأقمار الصناعية فإن المسافر برا يستمتع بمحطات إذاعية عالية الجودة وخالية من الإعلانات التجارية (عامر، 2011، ص114).

3.2.3.3 تقنية راديو الانترنت:

يقصد براديو الانترنت برامج صوتية يتم بثها عبر توصيلات الانترنت وهو نظام يشبه طريقة البث التقليدية عبر الفضاء بواسطة الاشعاعات الكهروميغناطيسية أو ما يسمى أيضا بموجات الراديو، بل هو خدمة إذاعية وصوتية تبث عن طريق الشبكة ويمكن لأي مشترك في الانترنت القيام بها كما يمكنه الاستماع لأي محطة موجودة على الانترنت وقد أصبح باستطاعة أي شخص أن يصبح مالكا لمحطة موجودة على الانترنت حتى لو كان مركزها في البيت، فكل ما يحتاجه هو أن يملك يستطيع من خلاله توصيل رسالته ومواد إذاعية وكومبيوتر، فالعديد من المحطات الإذاعية في الانترنت مستقلة تماما عن المحطات التقليدية بل هي وسيلة بث متخصصة وموجودة فقط على الشبكة تعرض أفقا واسعا من الخدمات الإخبارية والرياضية والحوارية والموسيقى والمواد الصوتية الأرشيفية، ولأن الإشارة الإذاعية تنتقل على شبكة الأنترنت بلا حدود فمن الممكن الحصول على خدماتها في جميع أنحاء العالم فعلى سبيل المثال يمكن الاستماع إلى محطة إذاعية أسترالية في أوروبا أو افريقيا (صادق، 2009، 14).

- **نشأة راديو الانترنت:**

بدأت فكرة اذاعات الانترنت في أمريكا عام 1993 وكانت أو ل إذاعة تحمل ام انترنت تالك راديو" وتبث ارسالها لعدد محدود من الساعات على مدار اليوم ثم تبعها بعد ذلك أو إذاعة تبث ارسالها على مدار اليوم وكانت في أمريكا أيضا عام 1995، وحملت اسم H.K".

وحملت في ذاك الوقت توقيع شركة الإعلانات " نيو ميديا الأب" في كاليفورنيا هذا ويزداد عدد المستمعين لهذه الإذاعات كل عام.

وتنقسم اذاعات الانترنت ONLINE RADIOما بين مواد وبرامج مسجلة يتم تحميلها على وقع الإذاعة ثم يدخل الجمهور يستمع لها أو يحملها، وأخرى تبث برامج مباشرة ويتفاعل معها الجمهور بشكل فوري من خلال SMS والمكالمات التيليفونية والرسائل والتعليقات الواردة إلى موقع الإذاعة (لطفي، 2015، ص 23).

- **أجهزة الاستقبال الإذاعي الحديثة:**

تتسم أجهزة الاستقبال الحديثة التي بدأت تنتشر مع ظهور الراديو الفضائي الرقمي بسهولة الاستخدام حيث يستطيع المستمع أن يحدد الرقم الخاص بالمحطة التي يرغب في الاستماع إليها وتتسم

الأجهزة الجديدة بصغر الحجم وسهولة الحمل والتنقل، مع تزويد الأجهزة الحديثة بالإمكانيات والوسائط المتعددة من خلال شاشة ملحقة بجهاز الاستقبال وتعمل الأجهزة الجديدة على كل أنواع الطاقة (كهربائية شمسية بطارية) بالإضافة إلى إمكانية استقبال نظم الإذاعة التقليدية على الموجات القصيرة والمتوسطة لديها إمكانية الضبط الأوتوماتيكي على التردد المرغوب (ص 127).

- **التفاعل بين الجمهور والبرامج الإذاعية المعاصرة:**

يعد الاتصال الهاتفي أحد الوسائل المهمة لتحقيق التفاعل بين الإذاعة وجماهيرها، وقد تعددت البرامج الإذاعية التي تعتمد على الهاتف كوسيلة لتحقيق التفاعل مع الجماهير، ومنها برامج المناقشات المفتوحة التي تهتم بالشؤون الجارية والقضايا العامة، فتستخدمه في استطلاع رأي عينات من الجمهور اتجاه البرامج لتقييم مستوى الأداء وتطويره بما يلائم رغبات المستمعين وغيرها من الاستخدامات.

ويمل الفاكس أيضا أحد الوسائط الهمة في تفاعل الجمهور مع الإذاعة، كما أحدثت الانترنت ثورة في تفاعل الجمهور مع الإذاعة فمن خلال البريد الالكتروني يستطيع الافراد مخاطبة الإذاعة، ولهذا تحرص العديد من المحطات الإذاعية تخصص مواقع لها على شبكة الانترنت كما تقدم بعضها بث كامل على الشبكة لتسهيل عملية التفاعل أكثر (مكاوي، عبدالغفار. 2008، ص 136).

إذ يعد تفاعل الجمهور مع المواد الإعلامية بصفة عامة والمواد والبرامج الإذاعية بصفة خاصة أحد أهم مظاهر وسائل الإعلام في البيئة الجديدة، وللإشارة هذا التفاعل يعتبر فوري وآني ومباشر بين القائم بالاتصال والجمهور المتلقي.

3.3.3.تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على التلفزيون:

1.3.3.3 العمل الإعلامي بين التلفزيون التقليدي والرقمي:

تختلف تكنولوجيا التلفزيون الرقمي عن تكنولوجيا التلفزيون التقليدية التناظرية بأن الصورة والصوت في التلفزيون الرقمي يتم تحويلها إلى إشارات ثنائية من الأصفار والآحاد أي بنفس النظام الذي تستخدمه أجهزة الكومبيتر، وهذه الإشارات يتم استقبالها بواسطة هوائي التلفزيون الذي يقوم ذاتيا أو من خلال جهاز خارجي إضافي بفك الرموز المستقبلية بينما في التلفزيون التقليدي يتم تحويل الصوت والصورة إلى أمواج

الكترومغناطسية تحدد جودتها مدى نقاء الصورة والصوت على الشاشة، وتنتشر شبكات التلفزيون الرقمي حاليا سواء بالبث عبر الأقمار الصناعية أو الكابلات أو البث من المحطات الأرضية وهي تجعل بالإمكان عن طريق استخدام ص118 تكنولوجيا الضغط ارسال عدد اكبر من البرامج على نفس الموجة الهوائية التي تستخدمها التكنولوجية التناظرية مقابل قناة واحدة للتلفزيون التقليدي الحالي، بالإضافة إلى ميزة الجودة العالية للصورة والصوت في التلفزيون الرقمي (الفار.2014. ص 118-119).

2.3.3.3 التطورات الحاصلة على الأخبار في التلفزيون:

تعتبر الأخبار أبرز محتويات وسائل الاتصال وقد أفادت بشكل كبير من التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال مما أدى إلى زيادة فاعلية أداء وسائل الاتصال لمهامها الإخبارية على الصعيدين المحلي والعالمي، وتتمثل أبرز مجالات الإفادة الإخبارية من تكنولوجيا الاتصال في الجوانب التالية:

توسيع نطاق التغطية الإخبارية جغرافيا من خلال بث وقائع الحدث على الهواء من مكان الحدث من مكان حدوث الحدث خلال فترة لا تتجاوز دقيقة من وجود المراسلين في موقع الحدث سواء داخل الدولة او خارجها.(عبد الفتاح علي، 2014، ص66).

حيث أصبحت غرف تقييم الأخبار تضم عدد كبير من الأجهزة التي تعتمد على التقنية الرقمية منها أجهزة حاسب آلي، وكاميرات مزودة بأسطوانات ضوئية، بهدف تحويل المادة المصورة في الميدان على أجهزة الفيديو بدون أن تفقد شيئ من جودتها، وسهولة الاتصال بالميدان بسهولة وسرعة وكفاءة حيث أن المراسل معه جهاز كمبيوتر محمول يمكنه من الاتصال بالفيديو المركزي أو غرفة التحكم بمجرد الحصول على معلومة ويمكنه بعدها الدخول بسهولة على شريط الاخبار وكتابة الخبر وهو في الميدان أو عرض فيلمه الاخباري على الهواء مباشرة(عاطف العبد، 2007، ص 66).

- **التطورات في الارسال التلفزيوني الرقمي:**

يعد الإرسال التلفزيوني واحدة من اهم الوسائل الأساسية في العمليات الاتصالية حيث يهم بشكل فعال في إيصال الرسالة الإعلامية إلى المستقبل بشكل مباشر.

ويقصد بالإرسال التلفزيوني عمليات نقل الإشارات المسموعة والمرئية التي يتم اعدادها او انتاجها في الأستوديوهات وهذه قد تكون مواد حية أو مسجلة على أشرطة صوتية صورية او سينمائية وبثها إلى المشاهد عبر أجهزة الاستلام وعلى مسافات بعيدة بتحميلها على موجات راديو ذات ترددات عالية مثل جدا مثل VHF و UHF وغيرها من محطات الارسال المنتشرة في أماكن مختلفة ويطلق على هذه التقنية (تقنية الصمامات)، أما المرسلات الأحدث فهي التي تعمل بتقنية أشباه الموصلات العاملة بالتقنية التماثلية والتي يمكن ان تستخدم في التقنية الرقمية، والتقنية الرقمية هي الأكثر أهمية لأنها نواة تقنية المستقبل في العالم.(الدليمي، 2013، ص 45).

ويعرف أيضا التلفزيون لرقمي على أنه هو عبارة عن أنظمة تلفزيونية عالية التعريف رقمية، وتدعى أيضا التلفزيون المتقدم ATV (الجنابي وآخرون.2004. ص 32).

- **مميزات التلفزيون الرقمي:** تتمثل أهم مميزات التلفزيون الرقمي فيما يلي:

– تفاعلية وجودة الصورة والصوت حيث أن ما يغري موزعي البرامج بالاعتماد على هذه التقنية هو إمكانية تقديم خدمات حسب الطلب، أما فيما يخص المشاهدين فإنه يمكنهم التوفر على مئات من القنوات الموضوعاتية التي تمكن بدورها المعلنين من تحديد الجمهور الذي يتوجهون اليه وممارسة التسويق البار إضافة الى ان التزايد الكبير للقنوات الفضائية سيمكن المشاهد من يريده وهنا تكمن ميزة التمتع بالفيديو البيتي.

–كما أن هناك ميز أخرى لا يوفرها التلفزيون التماثلي وتتمثل في سهولة تخطيط وامكانية اللجوء الى الشبكات أحادية الموجات بمعنى بث البرامج انطلاقا من نقاط متعددة عل نفس الموجة وهو امر مستحيل مع تقنية التماثل المستعملة قديما.

–التلفزيون الرقمي يمح ببث البرامج باستعمال الشبكة الأرضية على التلفزيونات المحمولة المتحركة (الصادق. 2004. ص 18).

وقد أسهمت تقنية البث الرقمي في توسيع الخدمة عبر تعدد القنوات في اتاحة النظام الرقمي " الديجيتال" عبر التشفير، وهو يعمل على تأمين لبث، وحماية لجانب وحماية الجانب الاقتصادي لضمان الحصول على مقابل من المشتركين في الخدمة.

-وقد أتاحت التقنية الحديثة إمكانية إعادة تقديم إشارات عبر ارسال النبضات الكهربائية والصور والرسوم الرقمية بعديد من المزايا، لاسيما مقاومة التشويش والتداخل بين الموجات، والحفاظ على قوة الإشارات وطول مسافة الاتصال الحماية من التدخلات غير المرغوبة، والحفاظ على الجودة الفنية، والحماية من عمليات قرصنة وغيرها.

-وتشمل المرحلة تلك التطورات والتغيرات الكبيرة والمتلاحقة التي حدثت في العقدين الأخيرين، والتي شملت معظم مرافق العمل التلفزيوني منها ما يتعلق بإنتاج الرسائل الإعلامية، والوسائل التي تتعلق بإعداده مرورا بتحرير المواد وعرضها وقد غيرت التكنولوجيا الرقمية الكثير من اليا العمل وساهمت في جعل المنتج النهائي أكثر جذبا وتشويقا.(راضي، 2013، ص141).

-كما أن عملية توظيف التلفزيون للتكنولوجيا الرقمية سوف يؤدي إلى إلغاء الحدود الفاصلة بين التلفزيون والكومبيوتر الشخصي بحيث يمكن أن يحل أي منهما مكان الآخر ويصبح بالتالي بالإمكان استخدام جهاز التلفزيون للقيام بأي وظيفة من وظائف الكومبيوتر والعكس صحيح(عامر.2011.ص129).

3.3.3.3 إرسال القنوات التلفزيونية عبر شبكة الانترنت:

يعد تقديم وارسال القنوات التلفزيونية على الهواء مباشرة عبر شبكة الانترنت أو شاشات الهواتف المحمولة بما يسمى توصيل الأخبار للمشاهد من الظواهر الجديدة التي أثرت في عملية صناعة الخبر وازدياد حدة المنافسة، ويعد موقع WWW.Broadcast.com موقع رائد في تقديم هذه الخدمة على بكة الانترنت وهناك شركات أخرى دخلت هذا المجال عربيا مثل شبكة الجزيرة.

وترجع أسباب ظهور هذه التقنية إلى حاجة البعض إلى متابعة الأخبار على مدار الساعة في أماكن لا تتوافر فيها أجهزة تلفزيون كا أماكن العمل وتسمى هذه التقنية " استقبال البث التلفزيوني عبر الانترنت أو عبر الهاتف المحمول.(عاطف العبد. 2007.ص 71).

ويستخدم البث التلفزيوني على الانترنت تكنولوجيا التدفق المتزامن للاشارات الصوتية والمرئية لتهر على شكل بث حي يمكن مشاهدته باستخدام عدة برامج تبعا لحزمة الملفات المستخدمة في عملية البث. وتشبه بعض الشبكات التلفزيونية المواقع الاعلامية والمعلوماتية الكاملة حيث يتم من خلالها تقديم المواد الإخبارية والمعلومات التي يوفرها التلفزيون مثل سبكة CNN.

كما استفاد البث التلفزيوني على الانترنت من كافة المواد الفلمية التي لا يمكن عرضها على شبكة التلفزيون الرسمية او المملوكة مثل الخاصة بعمليات عسكرية كما حدث في العراق او الجرائم التي يصورها الهواة أو التي تصور من خلال أجهزة الموبايل (الهلباوي. 2014.ص 234-235).

- **الانترنت والتطورات الحاصلة في تكنولوجيا التلفزيون تخلق حاجات جديدة لدى الجمهور:**

كانت الشركات المصنعة للتلفزيون أول من التقط حاجات الجمهور الجديدة عندما بدأت بتوفير هذه التقنية التي تسمح لهم بان يستلموا في جهاز تلفزيون واحد ما يرغبون في مشاهدته، ومن أمثلة التقارب بين الوسائط المختلفة نجد نموذج get glue الذي أفرز شبكة تواصل اجتماعي لغرض مناقشة وتطوير محتويات ما التلفزيون والنظام عبارة عن تطبيق ويب للكومبيوتر وآخر للهواتف الذكية مخصص للبرامج.

وتتطلب التغيرات في سلوك الجمهور المتعرض إعادة تشكيل للوسائل والبرامج الترفيهية والاخبارية والمعلومتية والإسراع في التطوير الجذري من قبل شبكات البث، للحفاظ على جمهوربات أكثر انفتاحا على طلب الجديد، فضلا عن ضرورة تفهم ومسايرة أنماط سلوكه الجديد التي يمكن ايجازها في النقاط التالية:

-الجمهور يتعاطى مع التلفزيون عبر تقنية time –shifted DVR والتي تسمح له بتسجيل برامجه المفضلة ومشاهدتها وقتما شاء، واسترجاعها، ومسحها، متى يشاء.

-الجمهور يتعاطى مع التلفزيون عبر مواقع شبكة الانترنت المتخصصة في بث هذه المواد.

-الجمهور يتعاطى مع التلفزيون عبر تقنية التسبيل عبر ربط الكومبيوتر المشغل بالانترنت بجهاز تلفزيونه الرقمي.

-الجمهور يتعاطى مع التلفزيون عبر جهاز تلفون ذكي.

-الجمهور يستهلك محتويات البرامج التي يود مشاهدتها عبر اشكال متعددة من وسائل الاتصال في الوقت نفسه (راضي، 2013، ص 144).

4.3.3.3 تلفزيون المستقبل:

بالنسبة لتلفزيون الانترنت فإن مستقبله لن يكون قائما ببساطة على إمكانية تصفح الانترنت في الوقت الذي يتابع فيه المستخدم برنامجا ما، فكما أن الحدود الفاصلة بين وسائل الإعلام تتهاوى فإن " بوابات" الانترنت ستقدم نوعا خاصا بها من أفلام الفيديو كما ستقدم خيارات أخرى كبيرة، إذ يمكنها على سبيل المثال توفير آلاف القنوات أو حلقات برامج تلفزيونية قديمة من الستينات عند الطلب وهذا شيئ لا يقدر عليه التلفزيون التقليدي.

أما بالنسبة لأهم التطبيقات اللازمة للتلفزيون المتفاعل والتي ستحظى بشعبية كبيرة تتمثل في ثلاثة أصناف رئيسية وهي: التطبيقات التي تتيح للمشاهدين التسوق والتجارة، والتطبيقات الإعلامية لتصفح المعلومات، وأخيرا تلك التي تؤمن ممارسة الألعاب عبر التلفزيون (عامر، 2011، ص 132)

4.3 سن وتشريع أخلاقيات تتماشى مع البيئة الحديثة للعمل الإعلامي

1.4.3 وسائل الإعلام الجديد بين الحرية وخرق أخلاقيات المهنة:

رغم التضييقات الموجودة ورغم النظام الاوتوقراطي الموجود إلا أن بروز الوسائط الرقمية وما حملته من استقلالية آتية من نقص تكلفتها ، سعة انتشارها، استحالة التضييق عليها نظرا لصعوبة تعقبها وتلاشي أثرها وكذا عدم اعتمادها على هياكل قاعدية قارة كالمقرات والمكاتب، فقد وجد بعض الصحفيين هامشا من الحرية، سمح لهم يبدأ العمل عبر المنصات الرقمية المتاحة وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي، وبدأت تظهر صحافة استقصائية حرة(أو على الأقل هكذا يعتبرها ممارسوها) مستقلة عن المؤسسات الإعلامية الكبرى المعروفة سواء خاصة أو عمومية.

هذه الصحافة وضعت لها أهدافا مستمدة من النضال الإعلامي المعروف والذي يسعى لكشف الصفقات المشبوهة، الأشخاص الذين ينهبون المال العام، المسؤولين الفاسدين وكذا التلاعبات القانونية والتجاوزات الأخلاقية.

لكن الملاحظ مؤخرا هو حدوث انزلاقات خطيرة فتحت عدة جبهات وأثارت العديد من الأزمات فقد عملت مجموعة من الصحفيين خلال هذه السنوات على تقديم بعض الملفات التي دعموها بوثائق أو كما يسموها المختصون " تسريبات مجهولة المصدر" وقاموا بناءا عليها بنشر محتويات إعلامية على مستوى مواقع خاصة بهم، حملت ملفات ثقيلة واتهامات خطيرة لبعض المسؤولين ورجال الأعمال وحتى وزراء،

والتي لا زالت في ظل القراءة العلمية خاصة من ناحية أخلاقيات المهنة فبغض النظر عن الأهداف التي وضعها المدونون غلا أن بعض المحتويات حملت تشهيرا وجانبت الاخلاق بنشر محتويات خاصة واستعمال ألفاظ نابية بعيدة كل البعد عن الأعمال الصحفية الحقة كما أن المصادر والأدلة كانت في كل مرة تتغير، وبالتالي فهي لم تراعي معايير الموضعية والدقة والتوازن ، التجرد ومراعاة السياق. الامر لذي أدى إلى متابعتهم قضائيا وهو ما دفع بعضهم للهروب إلى الخارج واستغلال تواجدهم بالخارج لإذكاء الأزمة وتوسيع رقعة المتابعين والحصول على الدعم والتأييد(حمال، ص 240-241)

2.4.3 الاتجاهات المختلفة نحو وضع أخلاقيات وسن قوانين جديدة للعمل الإعلامي في البيئة الجديدة:

لقد طرحت البيئة الالكترونية الجديدة تساؤلات جديدة على مستوى أخلاقيات العمل الإعلامي، فمع تزايد التواجد الإعلامي على ساحتها وتنامي الاعتماد عليها كوسيلة إخبارية واتصالية وإعلامية متميزة وظهور العديد من المؤثرات عن تراجع مصداقية وسائل الإعلام التقليدية بدى الامر كأننا نعيش في بيئتين إعلاميتين مختلفتين، احداهما تتعايش وتتواجد فيها وسائل الإعلام التقليدية من صحافة وإذاعة وتلفزيون وغيرها، وأخرى إلكترونية محضة لها سماتها المميزة وتقنياتها الجديدة وأساليب عملها الخاصة ولكل من البيئتين التقليدية والالكترونية منظومته الخاصة فيما يتعلق بأخلاقيات الإعلام، وهو ما دفع بالباحثين للتساؤل عن ما إذا كانت البيئة الالكترونية للإعلام تتطلب أخلاقيات مختلفة عن تلك المعمول بها في البيئة التقليدية؟(خضر، 2015، ص114).

فبما أن بيئة العمل الإعلامي الجديدة تختلف عنها في البيئة التقليدية سواء بالنظر إلى طبيعة الوسائل المستخدمة أو إلى الصحفيين أنفسهم، إذ أن البيئة الجديدة للعمل الإعلامي سمحت بدخول هواة لممارسة المهنة الإعلامية، دون أن تكون لهم خلفية للقوانين والأخلاقيات المتعارف عليها بين الصحفيين الذين ينتمون إلى المؤسسات الإعلامية التقليدية والمتخرجين من كليات الاعلام، وبالتالي تحتاج هذه البيئة الجديدة إلى سن قوانين تنظمها بحيث يتم تكييفها مع طبيعة الوسائل الإعلامية الجديدة ومميزاتها.

وبالتالي نجد هناك اتجاهين متباينين لوضع مواثيق العمل الإعلامي في البيئة الجديدة هما كما يلي:

-**الاتجاه الأول:** إن الطبيعة الكونية للوسائط الجديدة العاملة في البيئة الإعلامية الالكترونية تدعو للتفكير في صياغة ضوابط ومعايير أخلاقية ذات سمات عامة من ناحية الأفكار والصياغة والمتطلبات نظرا لتغير

طبيعة هذه البيئة من فترة لأخرى. ولإمكانية تطبيقها على جميع الإعلاميين العاملين في هذه البيئة ولطبيعة الوسيلة ذاتها.

-**الاتجاه الثاني:** يرى عدم وجود حاجة لسن مواثيق شرف أو وضع ضوابط أخلاقية خاصة بالعمل الإعلامي في البيئة الجديدة، بل ويعارض فكرة تطبيق القيم التقليدية على البيئة الجديدة، باعتبار أن ثراء البيئة يضاهي قيمة المعايير التي يتم تطبيقها في البيئة التقليدية (بخيت، 2011. ص117).

3.4.3 أخلاقيات العمل الصحفي في زمن الميديا الجديدة

برزت الحاجة في ظل الاعلام الجديد إلى أخلاقيات تعالج المسائل المستحدثة التي افرزتها الميديا الجديدة حيث يرى "وارد" أن التغيير الجوهري الذي ينبغي ان يكون في اخلاقيات الاعلام يتمثل في ثلاثة مجالات هي:

-رؤية جديدة لطبيعة أخلاقيات الاعلام.

-اخلاقيات تطبيقية تحكم الممارسات الإعلامية.

-اخلاقيات الاعلام العالمي باعتبار هذا الاعلام عابر للقارات ويتخطى الحدود الجغرافية والدولية.

حيث ان تطبيق الاخلاقيات المهنية التقليدية على الاعلام الجديد ليس بالأمر السهل كما يعتقد رغم أن الصحفيين هم نفسهم ولكن الوسيط الالكتروني مختلف كل الاختلاف ، بالإضافة إلى أن أدوت النشر هي اليوم بأيدي المواطنين الصحفيين والمغردين والمدونين ومستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الذين يستفيدون من خصائص الآنية والتفاعلية لأدوات الاتصال والحامل الجديد الذي مكنهم من المعلومة والمعرفة(علال، 2018).

فبالنظر مثلا إلى الصحافة الالكترونية نجد أنها لا تحظى بدر كبير من الثقة لدى المتلقين بسبب غياب المهنية اللازمة لدى الكثير من الصحفيين الهواة والموطنين أو الذين يطلق عليهم اسم الصحفيين الشعبيين. حيث ان الخبر أول شيئ يلزمه توفر المصدر الحقيقي والدقة عند نقل المعلومة فضلا عن المهنية اللازمة في الصياغة الإخبارية وحتى لو كانت هذه الأخيرة مفقودة جزئيا فإن المصداقية هي أهم

ماتعاني منه الصحافة الالكترونية، فالكثير من الصحفيين ينقلون معلومات الأحداث من دون مصدر وبعضهم يعطي مصدرا غير حقيقيا (البدراني. 2014. ص 210).

كما أن السرعة في جمع المعلومات والأخبار ونشرها بطريقة انية والإعلامي نفسه لا يستطيع المجاراة وقد يضطر تحت ضغط السرعة إلى تجاهل مبدأ التحقق والتثبت من المعلومة وربما لا يعير أهمية لمبدأ تقديم المعلومات وفق أولويتها أو قيمتها عند المتلقي، بالإضافة إلى استسهال السرقة والشفافية في بيئة الاعلام الجديد وانتحال أراء الغير وعدم ذكر المصادر التي تم النقل عنها (علال، 2018،).

وهو ما يؤكد الحاجة الملحة لسن قوانين رادعة واخلاقيات تنظم بيئة العمل الإعلامي في البيئة الالكترونية.

4.4.3 موقف قانون الاعلام 2012 بالجزائر من اخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الجديدة:

الجزائر كغيرها من البلدان العربية ليست بمنأى عن هذا التأخر في اصدار تشريعات ومواثيق تستوعب التطورات التكنولوجيا الحاصلة والتطبيقات الإعلامية الجديدة فصحافة الانترنت لا يمكن أن يقف في وجهها مقص الرقابة الخاصة على المستوى العربي، فالقوانين العربية لم تكن مهيأة لهذه النقلة التكنولوجية الهائلة، وبالتالي لم تكن مستعدة لها بقوانين تكبل حرياتها، فكثير من القوانين العربية لا يمكن ان تطبق على المواقع الالكترونية نظرا لكونها ذات كينونة جديدة ولابد من اصدار تشريعات خاصة به، حتى الرقابة التي تتم على المواقع الالكترونية هي رقابة أمنية غير مسؤولة وغير قانونية.

وقد خصصت الجزائر في قانون الاعلام الصادر في 2012 الباب الخامس حول وسائل الاعلام الالكترونية والتي لم تعرها أي اهتمام في قانون 1990 ووردت الصحافة الالكترونية في هذا القانون دون تفصيل.

إن الدارس والمتتبع لما جاء في الباب الخامس من قانون الاعلام 2012 يرى اننا نعيش حالة من الفوضى في ميدان الصحافة اذا جاز التعبير في ظل التطبيقات الجديدة للإعلام وظهور صحافة المواطن والمدونات ومواقع التواصل الاجتماعي واندماج المواطن الصحفي مع الصحفي المحترف، فقانون الاعلام الجزائري 2012 لم يدرج الحركات الإعلامية الجديدة ولم يشر إلى كيفية تعامل الصحفيين معها، لذلك لابد ان تكون هناك اخلاقيات إعلامية عامة للجميع انطلاقا من مفهوم المسؤولية الاجتماعية وذلك

من خلال اسراع العاملين في الصحافة الالكترونية في الجزائر الى وضع ميثاق شرف اعلامي جديد خاص ببيئة العمل الجديدة يحدد واجبات وحقوق العاملين على الشبكة بالإضافة الى قيام كل مؤسسة إعلامية الكترونية بوضع ميثاق شرف خاص بها يحدد المقبول وغير المقبول فيها، رغم ان مجمل الحقوق التي يطالب بها الاعلاميون في البيئة التقليدية بتطبيق على الإعلاميين العاملين في البيئة الجديدة سواء كانت حقوق مهنية او سياسية او ثقافية او مادية او معنوية فضلا عما تضيفه عليهم البيئة الجديدة من حقوق لا يتمتع بها الإعلاميين في البيئة التقليدية مثل حرية التعبير وحرية الوصول الى مصادر المعلومات والحق في التواصل التفاعلي والفوري مع جمهورهم وغيرها (علال، 2018).

خلاصة:

يتفق الجميع أن مفاهيم الإعلام الجديد متعددة فتختلف من باحث إلى آخر حسب اتجاهاتهم واختصاصاتهم، إلا أن الجميع يتفق أن أهم ما يميزه أنه نشاط رقمي وتعد التفاعلية والوسائط المتعددة والوسائل اللاسلكية أهم ركائزه التي يقوم عليها.

ولا يختلف الثير في أن هذه البيئة الجديدة قد كرست أكبر قدر من الحرية في نقل الأخبار والمعلومات وسرعة الحصول عليها بشكل فوري آني، كما ساعدت المواطنين الهواة في دخول ميدان العمل الإعلامي.

إلا أن ما يعاب على العمل الإعلامي في بيئة الإعلام الجديد أنه يتسم بالعشوائية ولا توجد قوانين ومراسيم كثيرة قادرة على ضبطه وتنظيمه خاصة في الجزائر، وهذا راجع على الأرجح إلى أن هذا الميدان يمتاز بالديناميكية والتغير المستمر على مستوى وسائله وتقنياته.

الفصل الرابع

الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

تمهيد

1.4 الإجراءات المنهجية

1.1.4 مجالات الدراسة

2.1.4 مجتمع وعينة الدراسة

3.1.4 نوع الدراسة ومنهجها

4.1.4 أدوات جمع البيانات

5.1.4 التحليل الاحصائي لبيانات الدراسة

2.4 عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

1.2.4 تحليل البيانات وتفسيرها

2.2.4 نتائج الدراسة

1.2.2.4 النتائج العامة للدراسة

2.2.2.4 نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات

3.2.2.4 نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

التمهيد:

يعتبر هذا الفصل من أهم فصول الدراسة إذ أنه يمثل الإضافة التي يقدمها البحث في أي مجال وتخصص، بفضل ما يحتويه من معلومات جديدة لم يتوصل إليها من قبل.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن الجزء الأول من هذا الفصل خصصناه لعرض الإجراءات المنهجية للدراسة، المتمثلة في مجالات الدراسة، مجتمع وعينة الدراسة نوع الدراسة ومنهجها، أدوات جمع البيانات ثم التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة.

أما الجزء الثاني فخصص لعرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية، من خلال تحليل البيانات وتفسيرها، وقد مرت هذه العملية بمراحل ففي المرحلة الأولى وبعد استرجاع العدد المقبول من الاستمارات التي تم الإجابة عليها تمت عملية مراجعة كل الإجابات، ثم قمنا بتفريغ إجابات المبحوثين في برنامج SPSS لتحويل هذه الإجابات إلى بيانات كمية والذي يعد من أشهر برامج التحليل الاحصائي التي تستخدم في معالجة الأبحاث العلمية خاصة في ميدان العلوم الاجتماعية، ويعد نظام متكامل يستخدم في التحليل الاحصائي البسيط والمركب. ومن خلال النتائج التي تحصلنا عليها من هذا البرنامج قمنا بتصميم الجداول الإحصائية والتي قدر عددها ب 37 جدولا.

و من أجل الحصول على معلومات أكثر حول استخدام الصحفيون الجزائريون لصحافة الموبايل ، قامت الطالبة بعد الانتهاء من تحديد محاور المقابلة في شكلها النهائي، بالتواصل مع أفراد العينة الذين يتمثلون في الصحفيين الجزائريين الذين يهتمون بصحافة الموبايل إعلاميا وعلميا، والذين يعدون من المتخصصين في هذا الشكل الجديد من العمل الإعلامي، من خلال إجراء المقابلات معهم ، والتي تم تفريغها كيفيا، دون تصميم جداول، نظرا لخصائص هذه الأداة البحثية التي تضمنت أسئلة مفتوحة، حيث رأينا أن تفريغها كميا من خلال جداول، وبيانات احصائية لا يساعد كثيرا على تحقيق أهداف الدراسة، حيث أن هذه المعلومات إذا تم تحويلها إلى معطيات رقمية لا يمكن فهم خلفياتها، كما لا يمكن تفسيرها، خاصة أن هذه الدراسة تعتبر من بين أولى الدراسات القليلة التي عالجت موضوع صحافة الموبايل في الجزائر وليست لنا خلفية واسعة حول واقع صحافة الموبايل في الجزائر بصفة عامة، إلا إذا أضيفت لها حقائق ومعلومات أخرى جديدة أضافها الصحفيون الذين أجرينا معهم المقابلة كونهم في الميدان، حيث لا يمكن تحويل كل هذه المعلومات والإجابات إلى معطيات كمية، لذلك وظّفنا المعلومات المسترجعة من الصحفيين

الذين أجرينا معهم المقابلة في الاستشهاد بها في هذا الجزء من الدراسة لتدعيم النتائج الإحصائية المتحصل عليها بعد تفريغ الاستمارة، إذ رأينا أن هذا الأسلوب يفيد أكثر في كشف الحقائق والبيانات التي توضح مدى جودة المحتوى الإعلامي المستخدم لصحافة الموبايل مقارنة بذلك المستخدم للوسائل الإعلامية التقليدية، وواقع استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل، ودور هذه الوسيلة في النهوض بقطاع الإعلام ومستقبل صحافة الموبايل في الجزائر حسب رأي الصحفيين الذين أجرينا معهم المقابلات.

ثم ومن خلال كل ما سبق توصلنا في الأخير إلى نتائج الدراسة والتي تمثلت في النتائج العامة للدراسة كما تم عرض النتائج في ضوء التساؤلات الفرعية للدراسة والنتائج في ضوء الدراسات السابقة التي وطفتها الدراسة.

1.4. الاجراءات المنهجية للدراسة:

1.1.4 مجالات الدراسة:

تعتبر مجالات الدراسة (البشرية، الزمانية والمكانية) من الخطوات المنهجية الأساسية في كل دراسة علمية، والتي يجب على الباحث أن يحددها بدقة، فمن خلالها يتسنى التعرف على المجال البشري الذي طبقت عليه هذه الدراسة وهو ما يسمى منهجيا بمجتمع الدراسة، كما يسمح بالتعرف على المدة الزمنية التي استغرقتها هذه الدراسة، إضافة إلى المكان الذي جرت فيه الدراسة، وهو في دراستنا كما يلي:

1.1.1.4المجال البشري:

يمثل المجال البشري للدراسة المجتمع الأصلي الذي يطبق على افراده أدوات جمع البيانات المختلفة التي تساعد الباحث على الوصول للوصول الى نتائج واقعية وموضوعية وهو في هذه الدراسة يشمل كل الصحفيين الجزائريين الذين يستخدمون صحافة الموبايل في العمل الإعلامي، بغض النظر عن طبيعة المؤسسة الإعلامية العاملين بها، وبما أنه مجتمع واسع ومنتشر في مجال جغرافي كبير ومتباعد يصعب الوصول الى كل افراده فإننا لجأنا إلى اختيار عينة تمثيلية باستخدام أسلوب العينة المتاحة وعينة كرة الثلج.

2.1.1.4- المجال المكاني:

ونقصد به الحيز المكاني الذي جرت فيه هذه الدراسة، وبما أنها شملت هنا كل الصحفيين الجزائريين الذين يستخدمون صحافة الموبايل في العمل الإعلامي، وبما أن الاستمارة تم توزيعها إلكترونيا أيضا، فهي بالتالي تشمل كل المناطق الجغرافية في الجزائر التي يتوزع عبرها أفراد عينة الدراسة.

3.1.1.4- المجال الزماني:

نقصد بالمجال الزماني الفترة الزمنية التي استغرقتها الطالبة لإنجاز هذه الدراسة، بدأ من الإحساس بالمشكلة واختيار موضوع الدراسة وضبطه من نهاية شهر أكتوبر إلى غاية شهر ديسمبر 2018، ثم تمّ التحديد الأولي لإشكالية الدراسة، وفي نفس الوقت انطلقت الطالبة في رحلة البحث عن المراجع والمادة العلمية الخاصة بموضوع الدراسة ومتغيراته، منذ بداية شهر جانفي 2019، وعملت على تنظيمها حسب متغيرات الدراسة وفصولها حتى تسهل عليها مهمة الاطلاع عليها لاحقا واسترجاعها.

للإشارة فقد تم الشروع في انجاز الجانب المنهجي للدراسة في السنة الدراسية 2020/2019، والذي خضع في كل مرة لتغيرات وتعديلات، ثم ومع التقدم في انجاز الجانب المنهجي تم الشروع في بداية تحرير الجانب النظري بداية من الثلاثي الأخير من عام 2020.

ثم بعدها تم الانتقال إلى الجانب التطبيقي للدراسة بداية من شهر جويلية 2021، والذي استهل بتصميم استمارة استبيان أولية للدراسة، حيث تم عرضها على الأساتذة المحكمين، ثم بعد تحكيمها وإجراء التعديلات عليها، انطلقت الطالبة في توزيعها إلكترونيا بداية من منتصف شهر سيبتمبر2021، وبعد شهر و نصف من التوزيع استرجعت الطالبة عدد غير كاف من الإجابات ولم تجد تجاوبا كبيرا، فتوقفت عن النشر لمدة 20 يوما، ففي 22 نوفمبر استهلينا النشر مرة أخرى، ولأننا لم نصل إلى العدد الكافي من الاستمارات المسترجعة باستخدام الاستمارة الالكترونية، ليتم اللجوء في المرحلة الثانية إلى التوزيع التقليدي للاستمارة، وهو الأمر الذي أخد وقتا طويلا لكن بالمقابل سجلنا ارتفاعا في عدد الإجابات المسترجعة، حيث اكتفينا ب 109 إجابات بداية من شهر جانفي 2022.

ثم بعد استرجاع العدد الكافي من الإجابات، تم تصميم دليل المقابلة والتواصل مع المبحوثين لإجراء المقابلة معهم، وبعد الحصول على موافقتهم تم اجراء كل المقابلات في شهر فيفري 2022.

ثم شرعنا مباشرة في تفريغ بيانات الاستمارة باستخدام برنامج SPSS ثم تحليلها وتفسيرها، وهو الأمر الذي استغرق ما يقارب الشهرين.

في الأخير تمت صياغة النتائج الجزئية والعامة للدراسة في نهاية شهر أفريل 2022، وضبط الجوانب الشكلية والاخراجية للأطروحة، لتكون جاهزة في شكلها النهائي في شهر جوان.

2.1.4 مجتمع وعينة الدراسة:

إن الأصل في البحوث والدراسات الميدانية في مجال علوم الإعلام والاتصال هو الحصر الشامل لكل مفردات البحث، بمعنى أنه جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، (بن مرسلي، 2003، ص 166).

بمعنى آخر فإن مجتمع البحث، هو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث. (عبيدات، 2012، ص96).

إذ يضم مجتمع البحث جميع المفردات التي تتوفر فيهم الخصائص التي نريد دراستها، ومجتمع البحث في هذه الدراسة هو كل صحفي جزائري يستخدم صحافة الموبايل في عمله الإعلامي، بغض النظر عن طبيعة المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها (صحافة مكتوبة، إذاعة، تلفزيون، وكالة أنباء مواقع الكترونية...).

وبالنظر إلى أن مجتمع البحث في هذه الدراسة واسع ومشتت ولا يمكن الوصول إلى جميع أفراده، وكونه يستهدف كل الصحفيون الجزائريون الذين يستخدمون صحافة الموبايل، ونظرا لصعوبة الوصول إلى كل مفرداته والحصر الشامل لهم، ولعدم وجود احصائيات عن عدده أو قائمة بأسماء الصحفيين المستخدمين لصحافة الموبايل في الجزائر، وبسبب اتساع عددهم، وانتشارهم في مناطق جغرافية بعيدة، فقد لجأنا إلى اختيار **عينة** ممثلة من المجتمع الأصلي، بحيث تكون ممثلة لهذا المجتمع، بهدف اخضاع أفراد هذه العينة إلى الدراسة، للوصول إلى نتائج تسري على كل مجتمع البحث.

والتي عرفها الدكتور "عامر إبراهيم قنديلجي" بأنها: الطريقة أو الأسلوب الذي يتم بموجبه اختيار جزء ممثلا للكل، تكون نموذج أو عينة ملائمة بهدف تحديد خصائص أو مواصفات معينة في مجتمع الدراسة، والخروج باستنتاجات عن المجتمعات، لذلك فإن العينة المختارة ينبغي أن تعكس خصائص كل المجتمع الذي أخذت منه. (قنديلجي، 2012، ص 186).

–وتعرف العينة أيضا أنها" عملية اختيار جزء من مجتمع البحث والتي سيتركز حولها البحث، بحيث تتضمن مجموعة من العمليات، تهدف إلى بناء عينة تمثيلية لمجتمع البحث المستهدف (أنجرس، ص 301).

وللإشارة فإن نوع العينات الملائمة في هذه الحالة هي العينات الغير احتمالية، التي يعرفها الأستاذ "صالح بن نوار" على أنها: "ذلك النوع من العينات التي تعطي للباحث الحرية في تحديد من يكون ضمن العينة، ومن الذي لا يمكنه أن يكون، وهذه الحرية بطبيعة الحال ليست ذاتية بل مقرونة بمتطلبات البحث وأهدافه".

وبناء على ما سبق فقد تم اللجوء إلى اعتماد أسلوب العينة المتاحة (الميسرة)، في توزيع استمارة الاستبيان، ، نظرا لأنها الأقل استهلاكا للوقت والأقل تكلفة وأقل أساليب العينات تعقيد، إذ يقوم هذا الأسلوب على ما هو متاح وما تم الوصول إليه، وتعرف العينة المتاحة على أنها:" ذلك النوع من العينات الغير

احتمالية التي يكون سحب عينتها من الجزء الأقرب من متناول اليد من مجتمع الدراسة، فتختار هذه العينة لأنها متاحة ومريحة، وقد يكون ذلك من خلال مقابلة الأشخاص مصادفة أو ادراجهم في قائمة العينة بعد الالتقاء بهم ميدانيا، أو اختيارهم بعد العثور عليهم من خلال الانترنت أو عبر الهاتف". (حنون، 2017، ص152).

وتعرف أيضا على أنها أسلوب معاينة يتم فيه اختيار العناصر من المجتمع المستهدف على أساس مدى توافرهم للباحث، أو على أساس اختيارهم ذاتيا أو كليهما معا. (دانييل، 2015، ص122).

حيث قمنا بتوزيع استمارة الاستبيان إلكترونيا والعينة هنا هي كل صحفي جزائري يستخدم صحافة الموبايل في عمله الإعلامي يتلقى هذه الاستمارة ويجيب عليها، حيث قامت الطالبة بتاريخ 19 سبتمبر 2021 بنشر رابط الاستبيان عبر صفحتها الخاصة على الفايسبوك، ليجيب عليه الصحفيين الموجودين في قائمة الأصدقاء، ثم بعدها قام بعض الصحفيين بمشاركة رابط الاستمارة عبر صفحاتهم أيضا ليجيب عليها زملائهم من الصحفيين، فلاحظنا ارتفاع في عدد الإجابات، وبهدف رفع عدد الاستمارات المسترجعة لجأنا إلى التواصل مع أصحاب الصفحات والمجموعات التي يتابعها الصحفيين على الفايسبوك لنشر الرابط عبرها، بهدف اتاحة الفرصة لأكبر عدد من الصحفيين الذين يستخدمون صحافة الموبايل للإجابة على الاستبيان، حيث تواصلنا في البداية مع صفحة "الاتحاد العام للصحفيين الجزائريين" والتي لم نتلقى منهم أي رد، ثم تواصلنا مع ادمن مجموعة "نخبة النجوم"، هذه المجموعة التي تهتم بإعطاء الفرصة لأفراد المجموعة التعريف بأنفسهم ومواهبهم، نشاطاتهم، عملهم، شهاداتهم وغيرها، وقد لا حظنا من خلال منشورات الصفحة أن المجموعة تضم عدد كبير من الصحفيين الجزائريين، وبناء على ذلك طلبنا من المسؤول على المجوعة admin أن يشارك رابط الاستبيان عبر مجموعته، حيث أبدى في بداية الأمر تجاوبا، وأعطى وعدا بنشر الرابط، كما طلب مني أن أرسله إليه، لكنه لم يقم بمشاركته، فقمت بكتابة منشور في المجموعة بهدف نشره عبرها، يتضمن هذا المنشور رابط الاستبيان، مع ملاحظة بأن الاستبيان يستهدف الصحفيين الجزائريين الذين يستخدمون صحافة الموبايل، وبأن هذا الاستبيان خاص بإجراء دراسة علمية، لكن وجدنا أن من شروط النشر في المجموعة هي موافقة الأدمن على نشر ما يريد افراد المجموعة نشره، وبالتالي بقى منشور معلق لأن الأدمن لم يقبل نشره.

فاضطررت للتواصل عبر الخاص مع الصحفيين الجزائريين أعضاء المجموعة، حيث ساعدتنا منشوراتهم عبر المجموعة التي كانوا يعرفون من خلالها بأنفسهم على أنهم صحفيين جزائريين، ليرتفع عدد الإجابات نوعا ما، ففي 30 أكتوبر تم استرجاع 65 إجابة، بعدها توقفنا عن النشر لمدة 20 يوما.

بتاريخ 21 نوفمبر وبهدف الحصول على أكبر عدد ممكن من الاجابات، قمت بفتح حساب على موقع تويتر، باعتباره موقع يستخدمه الصحفيين كثيرا، ثم قمت بالبحث عن حسابات صحفيين جزائريين يستخدمون صحافة الموبايل، وشاركنا معهم رابط الاستبيان، ليرتفع عدد أفراد العينة إلى 87 مفردة تلقت الاستبيان وأجابت عليه.

ونظرا لأن عدد الإجابات المسترجعة غير كافية وقليلة نوعا ما ولا تفي بالغرض، فقد لجأنا إلى التوزيع اليدوي (التقليدي) للاستبيان على بعض الصحفيين المستخدمين لصحافة الموبايل، والذين بدورهم ساهموا في نشرها على بعض زملائهم من الصحفيين الذين يستخدمون صحافة الموبايل، متبعين في ذلك أسلوب عينة كرة الثلج، التي تعني اختيار فرد ما من مجتمع معين، يفترض أنه يقدم معلومات حول موضوع البحث أو الدراسة أو بناء على المعلومات التي يقدمها يتم اختيار الشخص الثاني أو الثالث وهكذا. (العجيلي، 2002، ص 199).

في البداية تواصلنا مع الصحفي "رضوان بوشنين" من ولاية جيجل، الذي أجاب على استمارة وطلب منّا إعطائه بعض النسخ عن الاستمارة لتوزيعها على زملائه ومعارفه من الصحفيين الذين يستخدمون صحافة الموبايل في العمل الإعلامي، وتجدر الإشارة هنا أنهم موظفين وتابعين لعدة وسائل إعلامية (جريدة، إذاعة، تلفزيون، مواقع الكترونية...)، اذ قدمت له 15 نسخة وبعد مرور 20 يوم استرجعنا من عند 12 استمارة تمت الإجابة عليها.

ثم وبدافع رفع عدد الاستمارات المسترجعة أكثر توجهنا الى مقر إذاعة أم البواقي لتوزيع الاستمارات على الصحفيين الذين يستخدمون صحافة الموبايل، إذ وبعد الحصول على موافقة مدير الإذاعة على ذلك، تكفل مدير الإنتاج بمهمة توزيعها على الصحفيين الذين يستخدمون صحافة الموبايل في العمل الإعلامي اذ قدمت لهم أيضا 15 نسخة من الاستمارة، وبعد مرور أسبوع عدنا إلى مقر الإذاعة لاسترجاع الاستمارات التي تمت الإجابة عليها، فوجدنا عددها لا يتجاوز الستة فقط، وهنا توجهت إلى قسم التحرير على مستوى الإذاعة حيث وجدت هناك صحفية، سألتها عما إذا كانت تستخدم صحافة الموبايل في العمل الإعلامي

أجابت بـ "نعم" ثم قدمت لها الاستمارة، أين أجابت عليها ووجهتني مباشرة إلى 3 صحفيات أخريات للإجابة على الاستمارة باعتبارهن أيضا يستخدمن صحافة الموبايل، ليرتفع عدد الاستمارات التي تمت الإجابة عليها هناك إلى 10 استمارات.

ليصبح بالتالي العدد الإجمالي للاستمارات التي تمت الإجابة عليها 109 استمارة، والتي تمثل عدد أفراد العينة في هذه الدراسة.

3.1.4 نوع الدراسة ومنهجها:

1.3.1.4 نوع الدراسة:

بما أن هذه الدراسة المعنونة بـ " **استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي– دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين–**، والتي تسعى لمعرفة واقع هذا الاستخدام من خلال الوقوف على دوافع استخدام عينة الدراسة لصحافة الموبايل، ودرجة اعتمادهم عليه في عملهم الإعلامي، ورصد درجة الثراء التي تتمتع بها صحافة الموبايل في العمل الإعلامي من وجهة نظر الصحفيون الجزائريون المستخدمين لها، وغيرها من الأهداف التي نحاول الوصول إليها، وبالتالي فإن دراستنا تندرج ضمن نوع الدراسات الوصفية، التي تُعنى بدراسة الواقع والظاهرة موضوع البحث كما هي في الواقع، حيث يقوم الباحث بوصفها وصفا دقيقا، من أجل الحصول على استنتاجات تسهم في التطوير والتغيير، ويعبر عنها بالأسلوب الكمي والنوعي، مستخدما في ذلك بعض أدوات البحث كالاستبانة أو المقابلة. (العمراني. 2012. ص 103).

ويمكن القول أنّ الدراسات الوصفية لا تكتفي بوصف الواقع وجمع البيانات فقط، بل تتعدى ذلك إلى تنظيم هذه البيانات وتفسيرها تفسيرا شاملا، من أجل استخلاص نتائج تساعد في الأخير للوصول إلى تعميمات حول الظاهرة المدروسة. (بن مرسلي. 2010. ص 51).

إذ يساعد هذا النوع من الدراسات في استخدام عدة أنواع من أدوات جمع البيانات (الملاحظة، الاستبيان، المقابلة وغيرها)، التي تمكننا من الحصول على أكبر عدد ممكن من المعلومات عن موضوع الدراسة.

وبما أن هذا النوع من الدراسات لا يكتفي بمجرد التشخيص الوصفي وجمع البيانات فقط، بل تتعدى ذلك للتعمق في دراسة الموضوع ثم تحليله وتفسيره للظواهر، وهو ما يتيح معرفة نوع ودرجة الارتباط بين مختلف متغيرات الدراسة، من خلال تكميم وتفسير البيانات المتحصل عليها في الأخير، وبالتالي يؤدي ذلك في الأخير إلى الوصول لنتائج علمية دقيقة عن الموضوع المدروس.

2.3.1.4 منهج الدراسة:

في أي بحث علمي لابد على الباحث أن يحدد المنهج الذي سيتبعه في كل خطوات الدراسة محل البحث، والذي يفرضه موضوع الدراسة والأهداف التي يريد الباحث الوصول إليها، وكذا نوع الدراسة في حد ذاتها، أي أن اختيار وتحديد المنهج في البحث العلمي ليس امرا اعتباطيا بل يستند إلى شروط وأساسيات، ومن فوائد المناهج في الدراسات الإعلامية أنها تضمن للباحث الوصول إلى نتائج موضوعية وذات مصداقية.

ويعرف المنهج على أنه: "عبارة عن مجموعة من العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه اذ انه هو الذي ينير الطريق ويساعد الباحث في ضبط ابعاد ومساعي واسئلة وفروض البحث". (زرواتي، 2004، ص 104).

وفي دراستنا التي تتناول موضوع" استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في عملهم الإعلامي" وبالنظر إلى نوعها، فإنها تفرض علينا استخدام المنهج المسحي، لأن دراستنا تقوم على دراسة ووصف ظاهرة استخدم الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي، كما هي في الواقع.

وبما أن مجتمع البحث هنا هو كل الصحفيين الجزائريين المستخدمين لصحافة الموبايل، وهو مجتمع واسع ويمتاز بالتشتت ومنتشر في مناطق جغرافية متباعدة، يستحيل على الطالبة في هذه الدراسة أن تصل إلى كافة مفرداته وبالتالي يستحيل استخدام أسلوب الحصر الشامل في جمع المعلومات، اذ يتطلب ذلك وقتا وجهدا أطول ومضاعفا، فإننا اعتمدنا على منهج المسح بالعينة، والذي يعرفه "محمد منير حجاب" بأنه: ذلك النوع من الدراسات التي يكتفي فيها الباحث بدراسة عدد محدود من المفردات، ويكثر استخدامه نظرا لكونه يوفر الوقت والجهد والمال على الباحث. (حجاب، 2002، ص87).

ويعرف أيضا على أنه ذلك الأسلوب في جمع معلومات وبيانات عن متغيرات قليلة لعدد كبير من الأفراد. (عليان، غنيم. 2000.ص 44).

ويعتبر منهج المسح بالعينة من أهم مناهج الدراسات الوصفية، الذي يقوم على اختيار عينات ممثلة للمجتمع الذي يؤخذ منه وذلك توفيرا للجهد والوقت وتكاليف البحث. (بوحوش. 2011.ص 140).

وقد تم استخدام هذا المنهج في هذه الدراسة لعدة أسباب منها:

-عنوان الدراسة يلائم هذا المنهج فكون المجتمع الأصلي كبير ومنتشر في مناطق جغرافية بعيدة، لجأنا إلى اختيار منهج المسح بالعينة، من خلال اجراء مسح على عينة من الصحفيون الجزائريون المستخدمين لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي، عن طريق توزيع استمارة استبيان على المبحوثين، من أجل رصد ومعرفة دوافع استخدامهم لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي، واتجاهاتهم حول هذا النوع الجديد الذي دخل ميدان العمل الإعلامي في السنوات القليلة الماضية، وكذا محاولة التعرف والوقوف على أهم المعيقات التي تواجههم خلال استخدامهم لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي، وغيرها من الأهداف التي حاولنا الوصول إليها من خلال هذه الدراسة، والتي مكنتنا في الأخيرة من الحصول على معلومات حول الموضوع من الصحفيين المستخدمين لصحافة الموبايل.

-هذا المنهج يسمح باستخدام العديد من أدوات جمع البيانات، مثل الاستمارة والمقابلة والملاحظة، والتي من خلالها يمكن الحصول على أكبر عدد ممكن من المعلومات، التي يتم استرجاعها من أسئلة الاستبيان والمقابلة، ما يتيح فهم أكبر للموضوع والتحكم في متغيراته، وبالتالي الحصول على نتائج أكثر دقة ونسب خطأ قليلة.

-لا تكتفي هذه الدراسات بجمع المعلومات والبيانات ووصفها فقط، بل تتعداها الى التحليل والتفسير من خلال الاعتماد على الأسلوب الاحصائي، الذي يقوم على تحويل المعلومات إلى بيانات إحصائية وكمية، والتي يتم تفسيرها وتحليلها كيفيا.

وبالتالي يعد هذه المهج من أنسب المناهج التي تساعد في تحقيق أهداف الدراسة، والوصول إلى نتائج يمكن في الأخير تعميمها.

4.1.4 أدوات جمع البيانات:

في أي بحث أو دراسة علمية لابد من اختيار أدوات لجمع البيانات والمعلومات تكون ذات فاعلية والتي يجب أن تستغل ويتعامل معها بطريقة موضوعية للوصول لنتائج ذات مصداقية، تجدر الإشارة هنا أن اختيار أدوات البحث العلمي وتحديدها يتوقف على طبيعة المنهج المستخدم في الدراسة، وقد استندت الطالبة في هذه الدراسة على أكثر من أداة وهي على النحو التالي:

1.4.1.4 الملاحظة:

تكتسي الملاحظة في البحث العلمي أهمية كبيرة كونها الخطوة والأداة الأولى التي تساعده على فهم الظواهر من خلال الوقوف عليها، والملاحظة هي تلك التي يستخدمها الباحث بتتبع منهجا معينا، يجعل من ملاحظته أساسا لمعرفة واعية وفهم دقيق للظاهرة. (عبيدات واخرون، 2012، 124)

وقد استندنا على الملاحظة البسيطة التي تتم من خلال عملية ملاحظة الظواهر وهي في حالتها التلقائية دون تعمد او ضبط علمي بمعنى ملاحظة الظواهر من خلال ظروفها الطبيعية دون استخدام أي نوع من أنواع العد والقياس. (كافي، 2015، ص 93).

والملاحظة البسيطة نوعين، ملاحظة بالمشاركة وملاحظة بغير المشاركة، هذه الأخيرة هي التي تقوم عليها دراستنا إذ استندت عليها الطالبة في اختيار وتكوين موضوع البحث، فالملاحظة الشخصية للطالبة في أن وسائل الإعلام في السنوات القليلة الماضية لجأت إلى صحافة الموبايل في انتاج وتقديم ونشر المحتوى الإعلامي عبره، كما لاحظنا أن أغلب الصحفيين والمراسلين يستخدمون الموبايل في تصوير واعداد القصص والأخبار عن الوقائع من مكان الحدث، باستخدام الموبايل فقط لنشرها عبر الوسائل الإعلامية التقليدية أو عبر مدوناتهم الشخصية وبعض المواقع الإلكترونية، وكذا ملاحظة سلوكيات الصحفيين أثناء قيامهم بأدوارهم الإعلامية في بعض المؤسسات الإعلامية (إذاعة جيجل وإذاعة أم البواقي)، التي تنقلنا إليها أثناء فترة الدراسة لإجراء المقابلات أو توزيع الاستمارة.

وتم الاستفادة من الملاحظة البسيطة في اثراء الجانب النظري والتطبيقي من خلال التعقيب على الأفكار والمعلومات المسترجعة من المصادر والمراجع، وأيضا في تحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية.

2.4.1.4 استمارة الاستبيان:

اعتمدت في هذه الدراسة على استمارة استبيان بنوعيه التقليدي والالكتروني لجمع المعلومات والبيانات، وتعد استمارة الاستبيان من أهم أدوات جمع البيانات في الدراسات والبحوث الإعلامية، فهي من الأدوات المنهجية الشائعة الاستخدام في علوم الاعلام والاتصال، حيث يتم اللجوء إلية للحصول على معلومات دقيقة عن موضوع الدراسة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه، لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل بالبوح بها. (بن مرسلي، 2007، ص220).

وقد تم الاعتماد في المرحلة الأولى على الاستمارة الكترونية حيث تم توزيعها على بعض أفراد عينة الدراسة، وهي لا تختلف عن الاستمارة التقليدية كثيرا، اذ انها عبارة عن أسئلة يتم تصميمها وارسالها إلكترونيا إلى عينة من الأفراد للإجابة عنها. (شروخ، 2003، ص42).

وتم اللجوء إليها بسبب صعوبة الوصول الى كل الصحفيين الجزائريين الموزعين في مختلف المؤسسات الاعلامية في الجزائر، لانتشارهم في مناطق جغرافية متباعدة، يصعب الاتصال المباشر بهم، اذ أن الاستمارة الالكترونية تقتصد على الباحث الجهد والوقت والنفقات، لكن هذا لا ينفي وجود مجموعة من السلبيات أهمها أن المبحوث لا يأخد بعين الاعتبار هذه الاستمارة وقد يعدك بالإجابة عليها ثم لا يجيب، وهو ما يؤدي إلى انخفاض عدد الردود، وبالتالي يمكن لذلك أن يؤثر سلبا على النتائج العامة التي يتم التوصل إليها، إذ يجعلها غير دقيقة بالقدر الكافي الذي يسمح بتعميمها على كل مجتمع البحث.

ثم في المرحلة الثانية وبسب عدم الحصول على عدد كاف من الإجابات تم اللجوء إلى الاستعانة باستمارة الاستبيان التقليدية، والتي تعرف على أنها: "أداة للحصول على البيانات والمعلومات والحقائق المرتبطة بواقع معين أو ظاهرة محددة، وذلك في ضوء مجموعة من الأسئلة يطلب من المبحوثين الذين توجه لهم استمارة الاستبيان الإجابة عليها. (المشهداني، 2019، 170ص).

- **صدق وثبات الاستبيان**

-الصدق الظاهري للاستبيان (صدق المحكمين):

وشمل هذا النوع من الصدق المظهر العام للاستمارة أو الصورة الخارجية لها من حيث نوع البنود وكيفية صياغتها ومدى وضوحها على الصورة التي جاءت بها وفي معناها ومدى وضوح التعليمات ودقتها وموضوعيتها. (معمرية، 2009، ص261).

حيث تم عرض الاستبيان في صورته الأولية على الأستاذة المشرفة أولا، أين تمت مناقشته وتعديله وفقا للملاحظات التي قدمتها.

ثم استخدمت الطالبة أسلوب الصدق الظاهري من خلال مراجعة الاستمارة الالكترونية منهجيا وعلميا، بعد عرضها على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في علوم الاعلام والاتصال، من أجل التحكيم وابداء رأيهم في شكل الاستبيان، وبناء أسئلته وترتيبها، ومدى وضوحها وقدرتها على تغطية المحاور الأساسية، التي تمكننا في الأخير من الوصول إلى نتائج تجيب على التساؤلات الرئيسية للدراسة ككل، وقد شارك في تحكيمها الأساتذة الآتية أسمائهم:

-الأستاذ عزام أبو الحمام: أستاذ محاضر في جامعات أردنية.

-الأستاذ تيسير أبو عرجة: أستاذ محاضر جامعة البتراء.

-الأستاذة هند عزوز: أستاذ محاضر بجامعة جيجل

-الأستاذة فنور بسمة: أستاذ محاضر جامعة قسنطينة 3.

حيث أبدى المحكمين جملة من التعديلات والملاحظات تم على أساسها بناء الاستبيان في صورته النهائية، ويمكن توضيح أهم هذه التعديلات فيما يلي:

-**تعديلات بالحذف:** حيث اقترح بعض الأساتذة المحكمين حذف بعض الأسئلة باعتبارها مشابهة لأسئلة أخرى لنفس المحور، ووجودها لا يعطي أي إضافة.

-**تعديلات بإعادة الصياغة:** إذ أعطى المحكمين تعديلات خاصة بالصياغة العامة لبعض الأسئلة، مثل إعادة صياغة عنوان المحور الثاني باستبدال كلمة "طبيعة" بكلمة "دوافع"، إذ رأى المحكمين أن كلمة طبيعة كمصطلح يعتبر ثقيل نوعا ما، كما تم تعديل صياغة السؤال (9) حسب اقتراحات الأساتذة المحكمين من "ما هي أكثر الأشكال الإعلامية التي تقوم بها بواسطة صحافة الموبايل؟" إلى " ماهي أكثر الأشكال الإعلامية التي تنفذها بواسطة صحافة الموبايل؟". كما تم تعديل صياغة السؤال رقم (16) من المحور الثالث حيث كان كما يلي: "ما هي الأسباب التي تدفعك لاستخدام صحافة الموبايل في العمل الإعلامي؟"

إلى " ماهي الأسباب التي تجعل استخدام صحافة الموبايل ملائمة لعملك الإعلامي؟". كما اقترح الباحثين تغيير كلمة " الصعوبات في السؤال (21) بكلمة التحديات.

-**تعديلات بإعادة الترتيب:** إذ ومن أجل تحقيق درجة عالية من الاتساق والترتيب المنطقي، اقترح المحكمين تقديم السؤال رقم (13) من المحور الخامس إلى المحور الثالث.

في الأخير وبعد مراجعتها مع الأستاذة المشرفة ضمت الاستمارة 30 سؤالا، موزعة على 7 محاور أساسية تم بنائها كما يلي:

1-المحور الأول: خاص بالبيانات الشخصية للمبحوثين كالجنس، السن، المؤسسة الإعلامية التابعين لها.

2-المحور الثاني: دوافع استخدام الصحفيون الجزائريون للموبايل في العمل الإعلامي، ضم 6 أسئلة.

3-المحور الثالث: تناول درجة استخدام الصحفيون الجزائريون لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي، تكون من أربعة أسئلة.

4-المحور الرابع: خاص بأوجه الثراء التي تتمتع بها صحافة الموبايل في العمل الإعلامي، ضمت أربعة أسئلة.

5-المحور الخامس: خاص بالمعيقات التي تواجه الصحفيون خلال استخدامهم للموبايل حمل ستة أسئلة.

6-المحور السادس يتناول اتجاهات الصحفيون نحو تشريع او سن ميثاق اخلاقيات للممارسة الإعلامية يتماشى مع طبيعة استخدام صحافة الموبايل في العمل الإعلامي حيث قمنا بصياغته في 5 عبارات.

7-المحور السابع: تناول اتجاهات الصحفيون الجزائريون نحو صحافة الموبايل وتم صياغته في 11 عبارة.

- **صدق الثبات:**

بعد التعديلات والضبط النهائي للاستبيان، بناء على ملاحظات الأساتذة المحكمين والأستاذة المشرفة، تم اخضاع الاستبانة لإجراءات الثبات بعد توزيعها على 15 مفردة من أفراد عينة الدراسة، ثم تم تطبيق معامل ألفاكرونباخ عليها، بعد ادخال البيانات وترميزها في برنامج SPSS، وقد بلغت قيمة ألفاكرونباخ

للاستبيان ككل 0.96، وبما أنها أكبر من 0.90 فالقياس ممتاز، وبالتالي فالاستمارة صالحة للتوزيع ثم تحليل نتائجها وتفسيرها.

3.4.1.4.المقابلة:

تعرف على أنها محادثة جادة موجهة نحو هدف معين وليس مجرد الرغبة في المحادثة ذاتها.

كما يعرفها "انجلش انجلش" على أنها محادثة موجهة، يقوم بها شخص مع شخص آخر أو أشخاص آخرين، هدفها استثارة أنواع معينة من المعلومات لاستغلالها في بحث علمي، وللاستعانة بها على التوجيه والتشخيص والعلاج. (عطوي. 2009. ص 110).

حيث تم استخدام نوع المقابلة المفتوحة، وهي ذلك النوع من المقابلة التي يطرح فيها الباحث أسئلة دقيقة من حيث الصياغة والترتيب ويترك المجال فيها للأفراد لاعطاء إجابات حرة، دون تقييد فيها لوقت أو كم، مما يسهم في الحصول على بيانات ومعلومات قد تكشف عن جوانب جديدة وعميقة للمشكلة. (التل، قحل. 2007. ص76).

وضمت المقابلة في دراستنا عدد محدد من الأسئلة المعدة مسبقا والتي ادرجناه تحت ستة محاور، والتي عرفت تغييرات واضافات لتكييفها حسب مجريات الحديث مع كل مبحوث، حيث تم اجراء عدد من المقابلات مع بعض الصحفيين الجزائريين الذين يمتلكون خبرة علمية وعملية في صحافة الموبايل، إذ تتيح المقابلة إمكانية الكشف عن أراء وأفكار واتجاهات الصحفيين نحو استخدام صحافة الموبايل، والظروف التي تحكم هذا الاستخدام، كما تساعد في الكشف عن نظرتهم لمستقبل صحافة الموبايل في الجزائر، والوقوف على مقترحاتهم في سبيل تطوير صحافة الموبايل في الجزائر، و الاستدلال بأفكارهم في تفسير وتحليل نتائج الدراسة الميدانية لتحقيق الأهداف الأساسية للدراسة. حيث تمحورت الأسئلة حول ما يلي:

-مدى قدرة المحتوى الإعلامي المعد بصحافة الموبايل أن يضاهي جودة المحتوى المعد والمقدم بواسطة الأجهزة الإعلامية التقليدية.

-وصف استخدامات صحافة الموبايل في الجزائر من طرف الصحفيين.

-مدى قدرة ادخال صحافة الموبايل في العمل الإعلامي بالجزائر من النهوض بقطاع الاعلام والاتصال.

-التحديات والصعوبات التي تواجه انتشار صحافة الموبايل في الجزائر

-مستقبل صحافة الموبايل في الجزائر بعد 5 سنوات من الآن.

-بعض المقترحات لتطوير استخدامات صحافة الموبايل في الجزائر.

وقد لجأنا إلى المقابلة المفتوحة الغير مقننة بهدف الحصول على أكبر عدد ممكن من المعلومات حول موضوع صحافة الموبايل في الجزائر، إذ أن أداة المقابلة في هذه الدراسة ساعدت الطالبة في الحصول على معلومات من المبحوث لم يكن بالإمكان الحصول عليها باستخدام أدوات جمع البيانات الأخرى، فهي تدفع المبحوث إلى إعطاء معلومات بتلقائية وهو ما لا توفره الاستبانة، وبالتالي ساعدتنا هذه المعلومات المتحصل عليها من المبحوثين في تحليل وتفسير نتائج الاستمارة وتدعيمها أكثر، كما تم الاستعانة ببعض المعلومات في اثراء الجانب النظري للدراسة خاصة في المبحث الخاص بصحافة الموبايل في الجزائر.

للإشارة فقد تم انجاز المقابلة مع المبحوثين عن بعد باستخدام الطرق الحديثة في التواصل، حيث تواصلنا مع كل المبحوثين عبر تطبيق الماسنجر في البداية، لمعرفة مدى استعدادهم لإجراء مقابلة حول موضوع صحافة الموبايل، وبعد المحصول على الموافقة المبدئية من المبحوثين، ولأن الأساس في اجراء المقابلات أن يشعر المبحوث بالارتياح والثقة مع الباحث، فقد أعطينا الحرية الكاملة للمبحوثين في اختيار الوسيلة التي تناسبهم في اجراء المقابلة، سواء عن بعد أو بتنقلي إلى مكان عملهم، كما أعطتهم الطالبة الحرية في تحديد الوقت الذي يساعدهم لإجراء المقابلة، فاختار جميع الصحفيين الذين تواصلنا معهم أن تجرى المقابلة عن بعد عبر تطبيق "الماسنجر"، حيث استغرقت هذه المقابلات مدة زمنية محصورة بين نصف ساعة و 45 دقيقة، ما عدا الصحفي "رياض شعباني" من إذاعة جيجل، الذي طلب منّا التنقل إلى مقر عمله بإذاعة جيجل، حيث دامت مدة المقابلة معه ساعة ونصف.

5.1.4 الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

نقصد بالأساليب الإحصائية مجموع الصيغ الرياضية التي تم توظيفها في عملية التحليل الاحصائي لبيانات الاستمارة في هذه الدراسة.

ولقد اعتمدت الطالبة في هذه الدراسة على برنامج SPSS للمعالجة الإحصائية للتعامل مع البيانات والمعلومات الإحصائية، والذي يقوم عمله على ترميز معلومات ومعطيات تحصل عليها الباحث من الاستبيانات والمقابلات، ثم اختيار نموذج الاختبار الذي ترغب في الحصول عليه.

وقد تم استخدامه في دراستنا من خلال الأساليب الإحصائية الموضحة فيما يلي:

-حساب التكرارات والنسب المئوية

-حساب معامل الفاكرونباخ

-اختبار كا2

2.4 وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

1.2.4 تحليل البيانات وتفسيرها

1.1.2.4 السمات الشخصية لأفراد عينة الدراسة:

الجدول رقم (04): توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	74	67.9
أنثى	35	32.1
المجموع	109	100

نلاحظ من خلال نتائج الجدول رقم (04) أن الصحفيين من جنس الذكر هم الأكثر استخداما صحافة لموبايل في العمل الإعلامي حيث بلغ عددهم 74 صحفي من مجموع عينة الدراسة ونسبة 67.9 بالمئة، في حين وصل عدد الاناث من مجموع أفراد العينة 35 صحفية بنسبة 32.11 بالمئة.

ويمكن القول أن استخدام الموبايل في العمل الإعلامي يستهوي الذكور أكثر من الإناث، وذلك راجع لاهتمامهم أكثر بالتكنولوجيا الحديثة ورغبتهم في مواكبة التطورات الحاصلة على الأجهزة التكنولوجيا من جهة، و من جهة أخرى معروف على مهنة الصحافة بأنها مهنة المتاعب ولهذا نجد العنصر الذكوري هو الأكثر استخداما لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي، خاصة باعتبارها مهنة تتطلب من صاحبها أن يكون جريء وتحتاج إلى جهد أكبر كما تحتم عليه النزول إلى الميدان والتغلغل وسط الحشود إضافة إلى ذلك فإن صحفي الموبايل يعمل لوحده وليس مع فريق عمل صحفي، وهو الذي من شأنه أن يشكل خطرا على الصحفيات خاصة في مناطق النزاع.

حيث أشار الباحثين (RODRIGUS, BALDI, GALA 2021) أن العمل في فريق صحفي يضمن أكبر قدر من السلامة والأمان خاصة للصحفيات، كما أكدوا بأن ملحقات الموبايل التي يحتاجها الصحفيين في عملهم الإعلامي بصحافة الموبايل تؤثر على خفة حركة الصحفيين في الميدان، لذلك نجد الصحفيات أقل اهتماما بها من الصحفيين الذكور.

وهو ما توصلت إليه الباحثة "شذا خالد حتامله" في دراستها إذ وجدت أن نسبة الصحفيين الذكور المستخدمين للموبايل أكثر من الاناث. (حتامله، 2020، ص50)

كما توصلت الباحثة "سناء يوسف شاهين" في دراستها حول "انعكاسات صحافة الموبايل على العمل الإعلامي" إلى نفس النتيجة، وفسرت التفاوت بين الذكور والاناث في استخدام صحافة الموبايل بأن هذه الأخيرة تتطلب من الصحفي التقدم للميدان من أجل تصوير الأحداث أو تصوير الشخصيات الفاعلة في المؤتمرات وهي مهمة اعتاد على القيام بها الصحفيين الذكور أكثر من الإناث اللواتي انحصرت مهمتهن على رصد الأحداث والتطورات الحاصلة عليها وتوثيقها بالكتابة أو الميكروفون، بعيدا عن التصوير الذي يتطلب التزاحم وسط المصورين الذين غالبا ما يكونوا ذكور. (شاهين، 2017، ص234)

وهو ما لاحظناه عند تنقلنا لمقر بعض المؤسسات الإعلامية على غرار إذاعة أم البواقي وإذاعة جيجل، أثناء توزيع استمارة الاستبيان واجراء المقابلات حيث وجدنا في مكتب التحرير الصحفيات الإناث فقط، أما الصحفيون من جنس الذكور فكانوا في الميدان.

جدول رقم (05): توزيع العينة حسب متغير السن

الجنس / السن	ذكور		إناث		مجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أقل من 25 سنة	8	%10.8	5	14.3%	13	11.9%
من 25إلى 30 سنة	17	23%	12	34.3%	29	26.6%
من 31 إلى 36 سنة	23	31.1%	10	28.6%	33	30.3%
من 37 إلى 42	14	18.9%	7	20%	21	19.3%
من 43 فما فوق	12	16.2%	1	2.9%	13	11.9%
المجموع	74	100%	35	100%	109	100%
اختبار كا2		قيمة كا2		درجة الحرية	مستوى الدلالة	القرار
		5.003		4	0.287	غير دالة عند (0.05)

يمثل الجدول رقم (05) توزيع أفراد العينة حسب متغير السن، حيث اتضح لنا أن أعلى نسبة عادت للفئة العمرية الممتدة من 31 سنة إلى 36 سنة وذلك بمعدل 33 فرد من أفراد عينة الدراسة ونسبة 30.3 بالمئة، تلتها الفئة العمرية من 25 سنة إلى 30سنة بمعدل 29 فرد أي بنسبة 26.6 بالمئة، في حين الفئة العمرية الممتدة من 37 إلى 42 سنة جاءت في المرتبة الثالثة بمعدل 21 تكرار ونسبة تجاوزت 19 بالمئة، أما باقي الفئتين الممتدتين من أقل من 25 سنة والفئة من 43 سنة فما فوق فقد سجلوا نفس النسبة ب 11.9 بالمئة لكل فئة.

وهو ما يفسر أن الشباب هم الأكثر اهتمام بالتكنولوجيا الحديثة للموبايل والاتصالات اللاسلكية بصفة عامة، وقد تبنوا هذه التكنولوجيا في عملهم الإعلامي للاستفادة من ميزاتها المتعددة.

نستنتج من نتائج الجدول أن الصحفيين من جنس ذكر للفئة العمرية الممتدة من 31 إلى 36 سنة والفئة الممتدة من 25 إلى 30 سنة والتي يمكن حصرهما في المجال (من 25 إلى 36 سنة) هما الفئتين الأكثر استخداما لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي، وبالتالي يمكن القول أنّ فئة الشباب من الصحفيين هم الأكثر استخداما لصحافة الموبايل في عملهم الإعلامي وذلك راجع لأنها الفئات العمرية الأكثر اهتماما بالتكنولوجيا الحديثة وخفاياها محاولين استغلال كل الإمكانيات التي توفرها لهم في عملهم حتى تسهل عليهم المهمة أكثر.

وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها الباحثة "سناء يوسف شاهين" في دراستها السابقة، إذ وجدت الفئة العمرية الممتدة (من 25 إلى 35 سنة) أنها الأكثر استخداما لصحافة الموبايل، وعللت ذلك بأن صحافة الموبايل هي صحافة الشباب وأن هذه الأخيرة تتطلب مهارات تقنية يجيدها الشباب الذي تربى على استخدام التكنولوجيا وتطبيقات الأجهزة الذكية والكومبيوتر، ما يجعل المهمة بالنسبة لهم سهلة ويسيرة مقارنة بمن هم أكثر منهم سنا. (شاهين، 2017، ص235).

لكن رغم هذا التفاوت في استخدام صحافة الموبايل بين مختلف الفئات العمرية لأفراد الدراسة إلا أن النتائج العامة تبين أن هناك اتجاه إيجابي بين مختلف هذه الفئات لاستخدام صحافة الموبايل.

وتجدر الإشارة هنا ان الباحثة شذا خالد حتامله توصلت في دراستها الموسومة بعنوان: " اعتماد الصحفيين الأردنيين على الموبايل في انتاج المحتوى الإعلامي" الى نتائج تختلف عن نتائجنا حيث وجدت أن أكثر الفئتين استخداما لصحافة الموبايل هما الفئة العمرية الممتدة من (30 إلى 40) والفئة العمرية (أكثر من 40 سنة). (حتامله، 2020، ص 57)

ونستنتج من خلال النتائج الملاحظة في الجدول أن الفروق المسجلة لدينا ليست ذات دلالة إحصائية، وهو ما تؤكده نتيجة اختبار كا2 للمبحوثين، حيث أن قيمة كا2 في هذا الاختبار بلغت قيمة 5.003 عند درجة حرية تساوي 4 وبمستوى دلالة 0.287 وهي أكبر من مستوى الخطأ 0.05.

الجدول رقم (06): توزيع العينة حسب متغير نوع المؤسسة الإعلامية

الجنس / المؤسسة	ذكور		إناث		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
موقع إلكتروني	15	20.3%	8	22.9%	23	21.1%
إذاعة	19	%25.7	13	37.1%	32	29.4%
تلفزيون	18	24.3%	7	20%	25	22.9%
وكالة أنباء	2	2.7%	2	5.7%	4	3.7%
جريدة	14	18.9%	5	14.3%	19	17.4%
أخرى	06	8.1%	0	0.0	6	5.5%
المجموع	74	100%	35	100%	109	100%

اختبار كا2	قيمة كا2	درجة الحرية	مستوى الدلالة	القرار
	5.051	5	0.410	غير دالة عند (0.05)

يتبين لنا من خلال نتائج الجدول (06) أن الصحفيين العاملين في الإذاعات هم الأكثر استخداما لصحافة الموبايل من بين أفراد عينة الدراسة بمعدل 32 فرد أي بنسبة 29.4 بالمئة يليهم الصحفيين العاملين في التلفزيون بمعدل 25 وبنسبة 22.9 بالمئة، ثم الصحفيين العاملين في المواقع الالكترونية بمعدل 23 وبنسبة 21.1 بالمئة ثم صحفيو الجرائد بمعدل 19 ونسبة 17.4 بالمئة.

يمكن تفسير أن الصحفيين العاملين في المحطات الإذاعية والمحطات التلفزيونية والمواقع الالكترونية في الجزائر هم الفئات الأكثر استخداما لصحافة الموبايل وذلك راجع بالدرجة الأولى لطبيعة العمل الإعلامي في هذه المؤسسات الإعلامية التي تدمج كلها بين الصور الثابتة والمتحركة (الفيديوهات) والتسجيلات الصوتية إضافة إلى المؤثرات الموسيقية وكذا التحرير، إذ يعد الموبايل إعلاميا وسيلة متعددة الوسائط، فالتطبيقات التي يزخر بها الموبايل اليوم تساعد الصحفيون على تحرير الأخبار وارسالها من مكان الحدث بسهولة.

وفيما يخص المواقع الإلكترونية يمكن القول صحافة الموبايل الأكثر ملائمة للصحفيين العاملين في هذه المواقع فهي تساعدهم على نشر الخبر وقت وقوعه على الموقع وفي بعض الأحيان تعديله وتحديثه بسهولة وسرعة.

لذلك تعتبر صحافة الموبايل اليوم ثورة في العمل الإعلامي يلجئ اليها عدد كبير من الصحفيين في مختلف المؤسسات الاعلامية، خاصة كونها وسيلة تجمع بين كل وسائل الإعلام الاخرى المسموعة والسمعية بصرية وحتى المكتوبة منها. وقد أشارت السنجري في كتابها على الارتفاع المدهش للقدرات الإعلامية لأجهزة الموبايل، وقدراتها على التخزين ومعالجة المعلومات لما تتمتع به من خصائص فنية كأن يتم تحديثها باستمرار وتوفرها على كم هائل من المعلومات إذ دخلت الهواتف الذكية اليوم كل مراحل الإنتاج الإعلامي من الفكرة إلى النشر وهي وسيلة تجمع على سطحها كل وسائل الإعلام، وهو ما جعل البعض يطلق عليها أسم "استوديو أخبار المحمول". (السنجري.2019. ص 85).

وتجدر الإشارة إلى وجود اختلاف بين نتائج هذه الدراسة في هذا الجدول ونتائج دراسة الباحثة (شاهين، 2017، ص242) إذ وجدت أن أكبر نسبة من الصحفيين الذين يستخدمون صحافة الموبايل في عملهم هم العاملين في المواقع الالكترونية.

ونستنتج من خلال النتائج الملاحظة في الجدول أن الفروق المسجلة لدينا ليست ذات دلالة إحصائية، وهو ما تؤكده نتيجة اختبار كا2 للمبحوثين، حيث أن قيمة كا2 في هذا الاختبار بلغت 5.051 عند درجة حرية تساوي 5 وبمستوى دلالة 0.410 وهي أكبر من مستوى الخطأ 0.05.

2.1.2.4 المحور الثاني: أسباب استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في أداء العمل الإعلامي

الجدول رقم (07): مدى استخدام عينة الدراسة لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي

مدى الاستخدام	التكرار	النسبة
دائما	66	60.6%
أحيانا	42	38.5%
نادرا	1	0.9%
المجموع	109	100%

نلاحظ من خلال نتائج الجدول رقم (07) أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون صحافة الموبايل دائما في عملهم الإعلامي بمعدل 66 مفردة وبنسبة 60.6 بالمئة، في حين 42 فرد من أفراد الدراسة أجابوا ب "أحيانا" أي بنسبة 83.5 بالمئة، وتبين النتائج أعلاه أن فرد واحد أجاب ب نادرا وبنسبة 0.9 بالمئة.

وبالتالي يمكن القول أن أغلب الصحفيون الجزائريون يستخدمون الموبايل دائما في عملهم الإعلامي، أذ أنهم يرون أنها وسيلة عملية تمتاز بالمرونة في العمل الإعلامي، بحيث أنها تتيح لهم الحصول على المعلومات وتعديلها وتحريرها ثم نشرها ومشاركتها بسهولة وبأقل جهد ووقت، كما أنها وسيلة ملائمة جدا لتغطية بعض الأحداث الطارئة والتي تتصادف مع وجود الصحفيين في مكان الحدث، إذ يلجؤون هنا إلى استخدام الموبايل الشخصي لتغطية الحدث في غياب الوسائل التقنية للمؤسسة العاملين بها.

الجدول رقم08): يوضح مدى استخدام عينة الدراسة لصحافة الموبايل حسب متغير السن

السن / مدى	أقل من 25سنة		من 25إلى 30سنة		من31إلى 36 سنة		من 37إلى 42 سنة		من 43فما فوق		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
دائما	10	76.9%	24	82.8%	20	60.6%	8	38.1%	4	30.8%	66	60.6%
أحيانا	3	23.1%	05	17.2%	12	36.4%	13	61.9%	9	69.2%	42	38.5%
نادرا	0	00	0	00	1	3%	00	00%	00	00	1	0.9%
المجموع	13	100%	29	100%	33	100%	21	100%	13	100%	109	100%
اختبار كا2			قيمة كا2		درجة الحرية		مستوى الدلالة		القرار			
			19.308		8		0.01		دالة عند 0.5			

تبين نتائج الجدول رقم (07) الذي يوضح مدى استخدام عينة الدراسة لصحافة الموبايل حسب متغير السن، إذ نجد أنّ نسبة 82.8 بالمئة من أفراد عينة الدراسة الذين تتراوح أعمارهم بين (25 و30 سنة) يستخدمون صحافة الموبايل دائما، أكثر من باقي الفئات العمرية الأخرى ثم يليهم مباشرة أفراد الفئة العمرية (لأقل من 25 سنة) بتكرار 10 أفراد وبنسبة 76.9 بالمئة، وبعدها الفئة الممتدة (من 31 إلى 36سنة)، وبالتالي جاءت نتائج هذا الجدول مؤكدة لما جاء في نتائج الجدول (2) أن فئة الشباب هم الأكثر استخداما لصحافة الموبايل، وتجدر الإشارة هنا إلى أن الفئة العمرية (لأقل من 25 سنة) هي الأقل عدد من حيث الأفراد من بين الفئات الأخرى إذ لا يتعدى عددهم (13 فرد)، إلا أنها جاءت في الدراسة من بين أكثر

الفئات التي تستخدم صحافة الموبايل دائما وذلك راجع إلى أن هذه الفئة العمرية للصحفيين تهتم كثيرا بالتكنولوجيات الحديثة وبالوسائل الجديدة وتطبيقات الهواتف الذكية، وقد لاحظنا ذلك عند احتكاكنا بالصحفيين لما قمنا بتوزيع استمارة الاستبيان ان الصحفيين ذو السن الصغيرة (الأقل من 25 سنة) اغلبهم عاملين في مواقع الكترونية وهم لا يتقاضون عن عملهم مقابل مادي ولا يستفيدون من وسائل تقنية لاداء عملهم الإعلامي وبالتالي يلجؤون الى هواتفهم الشخصية فقط والتي يرون حسبهم انها غنية بتطبيقات مجانية تسهل عليهم المهام وتغنيهم عن الكثير من الوسائل التقنية الأخرى.

ونستنتج من خلال النتائج الملاحظة في الجدول أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، وهو ما تؤكده نتيجة اختبار كا2 للمبحوثين، حيث أن قيمة كا2 في هذا الاختبار بلغت 19.308 عند درجة حرية تساوي 8 وبمستوى دلالة 0.013 وهي أصغر من مستوى الخطأ 0.05.

الجدول رقم (09): اغراض استخدم عينة الدراسة صحافة الموبايل

غرض الاستخدام	التكرار	النسبة
انتاج ونشر وعرض المحتوى في منصة الموبايل	40	16.7%
انتاج ونشر المحتوى في مختلف وسائل الاعلام	50	20.9%
انتاج المحتوى بالموبايل فقط	25	10.5%
بث التغطيات الإعلامية من مكان الحدث	36	15.1%
تسجيل التغطيات وبثها لاحقا	35	14.6%
المجموع	239	%100

تبين نتائج الجدول أعلاه أن غرض استخدام عينة الدراسة لصحافة الموبايل في عملهم الإعلامي متعددة فنجد أن أعلى نسبة من مجموع أفراد عينة الدراسة تستخدمه في جمع الأخبار والمعلومات من المصادر الإعلامية بمعدل 53مفردة وبنسبة 22.2 بالمئة ، في حين 50 مفردة أي نسبة 20.9 بالمئة من المبحوثين يستخدمون صحافة الموبايل لإنتاج ونشر المحتوى في مختلف وسائل الإعلام تليها مباشرة استخدام صحافة المحمول لإنتاج وعرض المحتوى في منصة المحمول فقط بمعدل 40 تكرار ونسبة 16.7 بالمئة، ثم نسبة 15.1 بالمئة من المبحوثين يستخدمونه لبث التغطيات الإعلامية من مصدر الحدث، في حين أجابت 35 مفردة بانهم يستخدمون صحافة الموبايل بغرض تسجيل التغطيات الإعلامية وبثها لاحقا. أما في الأخير ف 25 مفردة تستخدم صحافة الموبايل لغرض انتاج المحتوى بالمحمول فقط بنسبة 10.5 بالمئة.

وبالتالي تؤكد نتائج هذه الدراسة أن استخدامات صحافة الموبايل من طرف الصحفيون الجزائريون أفراد عينة الدراسة متعددة، فيعتبرون الموبايل وسيلة أولية لجمع المعلومات والبيانات من المصادر الإعلامية من خلال استخدامه كوسيلة للتواصل مع أطراف الحدث والفاعلين فيه، كإجراء المقابلات أو حتى في

الحصول على الأخبار من خلال الموبايل الذي أصبح في القرن الحالي منصة أولية للحصول على المعلومات والأخبار.

كما تستخدم عينة هذه الدراسة صحافة الموبايل في انتاج ونشر المحتوى في مختلف وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، وذلك باعتبار أن صحافة الموبايل وسيلة متعددة الوسائط، إذ يمكن من خلال الموبايل فقط القيام بعدة وظائف ومهام في وقت واحد، كما يمكن بواسطته الحصول على المعلومات والبيانات من مصادرها المختلفة ثم إعادة تحريرها من خلال تحويلها إلى نص مكتوب أو سمعي بصري في شكل روبورتاج أو تقرير مثلا أو غيرهما من القوالب التحريرية، ثم مشاركة هذه المادة الإعلامية مع أكبر عدد ممكن من الجماهير عبر مختلف الوسائل الإعلامية سواء إذاعة، تلفزيون، جريدة، وحتى عبر المواقع الالكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي وغيرها.

أما نسبة 16.7 بالمئة من أفراد عينة الدراسة فيستخدمون صحافة الموبايل لإنتاج ونشر وعرض المحتوى في منصة المحمول فقط، بمعنى أنهم يلجؤون إليهم لإنتاج الأخبار واعداد التقارير وغيرها من الأشكال الإعلامية وتعديلها، من خلال تحريرها والقيام بالمونتاج عليها ثم مشاركتها ونشرها عبر منصة من منصات الهاتف المحمول، في هذا الصدد أكدت الباحثة (شاهين، 2017) في دراستها أن لا حرج في الجمع بين استخدام صحافة الموبايل لإنتاج ونشر المحتوى في مختلف وسائل الإعلام وبين استخدامه لإنتاج ونشر وعرض المحتوى في منصة المحمول فقط، لأن هذا ما يعبر عنه واقع الممارسة الإعلامية الراهنة، وذلك من شأنه أن يخلق لنا نوع صحفي جديد يتم انتاجه بواسطة صحافة الموبايل لينشر في أي وسيلة إعلامية، بما فيها المحمول وهذا ما يجعلها وسيلة متكاملة وفريدة من نوعها حيث أن وسيلة انتاجها هي نفسها وسيلة نشرها وبثها وهي ميزة غير مسبوقة في الوسائل الأخرى.

وفي هذا الصدد أكد Facchini وهو صحفي إيطالي متخصص في صحافة الموبايل للباحث Rodrigus وزملائه في دراستهم "أن استهلاك المحتوى الرقمي عبر الأجهزة المحمولة ارتفع إلى نسبة 75 بالمئة" وأرجع ذلك إلى جودة المحتوى الذي يتم اعداده بواسطة صحافة الموبايل، والذي لا يقل عن جودة المواد المنتجة بالوسائل الضخمة للمؤسسات الإعلامية التقليدية حسبه. (BALDI,2021, P17

للإشارة هنا ففي مقابلة مع الصحفي وليد بورزاح من وكالة الأنباء الجزائرية أكد أنّ جودة المحتوى الخاص بصحافة المحمول يقاس بمعيارين اثنين، المعيار الأول تقني ويقصد به نوعية الجهاز، فمثلا

جودة iphone5 تختلف عن جودة iphone 13pro من حيث جودة العدسة ودقة التصوير والتصوير الليلي والثبات عند المشي وعمل حركات وكذا معالجة الفيديو في المونتاج، فيؤكد الصحفي هنا أن جودة العمل المنتج بالجهاز الثاني احسن بكثير من الجهاز الأول.

أما المعيار الثاني حسبه فهو الخبرة في الاستخدام فإذا كان الصحفي لا يملك الخبرة الكافية في طريقة تعديل التصوير قبل البدء فيه وفي فنياته أو فنيات التركيب فحتما لن يقدم محتوى أجود.

أما فيما يخص بث التغطيات الإعلامية من مكان الحدث فقد بلغ استخدام المبحوثين له لهذا الغرض نسبة 15.1 بالمئة فقط، وهي نسبة قليلة نوعا ما وتدل على أن استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل لا زال كلاسيكيا نوع ما، وربما ذلك راجع إلى ضعف شبكة الانترنت في الجزائر بالإضافة على عدة تحديات تواجه الصحفيين في الميدان كغياب نصوص تشريعية تنظم عملهم الإعلامي بواسطة صحافة الموبايل وتكفل لهم حقوقهم.

الجدول رقم (10): يبين أغراض استخدام عينة الدراسة صحافة الموبايل حسب متغير الجنس

الجنس / الغرض	ذكر		انثى		المجموع	
	ت	ن	ت	ن	ت	ن
انتاج ونشر وعرض المحتوى في منصة المحمول	30	19.1%	10	12.19	40	16.7
انتاج ونشر المحتوى في مختلف وسائل الاعلام	34	21.65%	16	%19.52	50	20.9
انتاج المحتوى بالمحمول فقط	18	11.46	7	8.53%	25	10.5
بث التغطيات الاعلامية من مكان الحدث	16	10.19%	20	24.39%	36	15.1
تسجيل التغطيات وبثها لاحقا	21	13.37%	14	17.07%	35	14.6

المجموع	157	100%	82	100%	239	100%

نلاحظ من خلال النتائج أعلاه التي توضح أغراض استخدام الصحفيون الجزائريون لصحافة الموبايل حسب متغير الجنس، أن نسبة 24.20 بالمئة من المبحوثين الذكور يستخدمون صحافة الموبايل لجمع الأخبار والمعلومات من المصادر الإعلامية متفوقين على الإناث في هذه الدراسة إذ نجد أنهن يستخدمن صحافة الموبايل لجمع الأخبار والمعلومات من المصادر الإعلامية بنسبة 18.29 بالمئة.

نسبة 21.65 بالمئة من الصحفيين الذكور في هذه الدراسة يستخدمون صحافة الموبايل لإنتاج ونشر المحتوى في مختلف وسائل الإعلام في حين تستخدمه الإناث بنسبة 19.52 بالمئة وبالتالي نجد تقارب بين النسبتين بمعنى أن المبحوثين الإناث والذكور يهتمون باستخدام صحافة الموبايل لغرض انتاج المحتوى ونشره في مختلف وسائل الإعلام.

ونلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أنّ المبحوثين الإناث يتفوقن على الذكور في استخدام صحافة الموبايل لبث التغطيات الإعلامية من مكان الحدث بنسبة 24.39 بالمئة في حين الصحفيين الذكور يستخدمونه لذات الغرض بنسبة 10.19 بالمئة فقط.

وفيما يخص استخدام صحافة الموبايل بغرض انتاج وعرض المحتوى في منصة المحمول نجد أن المبحوثين الذكور يستخدمون بنسبة 19.1 بالمئة وتستخدمه الإناث بنسبة 12.19 بالمئة.

الجدول رقم (11): أهم الأسباب المتحكمة في اعتماد عينة الدراسة على صحافة الموبايل في العمل الإعلامي

سبب الاعتماد	التكرار	النسبة
طبيعة الحدث	66	34.02%
وقت وقوع الحدث	61	31.44%
نوع الإعلامية العامل بها	38	19.58%
أخرى	29	14.94%
المجموع	194	100%

نلاحظ من خلال نتائج الجدول (10) أن اعتماد عينة الدراسة على صحافة الموبايل في العمل الإعلامي يرتبط بالدرجة الأولى بطبيعة الحدث الذي يغطيه الصحفي بمعدل 66 تكرارا ونسبة 34.02 بالمئة، تليها مباشرة وقت وقوع الحدث بنسبة 31.44 بالمئة ثم نوع الوسيلة الإعلامية العامل بها الصحفي بنسبة 19.58 بالمئة، في حين 29 صحفي من افراد عينة الدراسة وما يمثل نسبة 14.94 يرون أن هناك أسباب أخرى تتحكم في اعتمادهم على صحافة الموبايل إضافة إلى الأسباب السالفة الذكر.

نستنتج مما سبق وجود اتفاق كبير بين الصحفيين على أن صحافة الموبايل وسيلة مساعدة جدا في العمل الإعلامي اذ سهلت عليهم مهام العمل الإعلامي واتاحت لهم فرص لم توفرها الوسائل التي سبقتها، ففيما يتعلق بطبيعة الحدث نجد أنّ بعض الأحداث لا يمكن تصويرها أو تغطيتها بالكاميرات والمعدات الضخمة الخاصة بعمل المؤسسات الإعلامية التقليدية، فمثلا تغطية حدث عن الكوارث الطبيعية أو في المناطق الجبلية المعزولة نجد أن المعدات والكاميرات الضخمة تعرقل عمل الصحفي وتصعب عليه المهمة، لذلك يلجئ الصحفيون إلى تغطيتها باستخدام صحافة الموبايل معتمدين في ذلك غالبا على أجهزتهم

الشخصية المحمولة بسهولة ودقة عالية، نفس الأمر فيما يتعلق بتغطية مناطق النزاع والحروب فنجد مثلا في أحداث الربيع العربي في سوريا قناة الجزيرة تعاقدت مع مواطنون صحفيون في هذه المناطق التي تشهد نزاعات وحروب من أجل تغطية الأحداث التي تحصل في هذه المناطق، لأنها لم تستطيع أن ترسل صحفيوها لمواقع الأحداث بمعداتهم المختلفة والضخمة الملفتة للنظر والتي يمكنها أن تشكل خطر على الصحفيين بسبب صعوبة التحرك بها من جهة وبسبب التضييقات الممارسة على الصحفيين من جهة أخرى.

ونفس الأمر حدث في الجزائر مع أحداث الحراك الشعبي سنة 2019، التي صاحبت ترشح عبد العزيز بوتفليقة لعهدة رئاسية خامسة، فالكثير من المؤسسات الصحفية في الجزائر طلبت من صحفييها تغطية أحداث الحراك والمظاهرات بواسطة صحافة الموبايل دون استخدام الكاميرات الضخمة التابعة لهذه المؤسسات، مثل ما قامت به وكالة الأنباء الجزائرية لتغطية الجمعة الأخيرة من الحراك (وكالة الانباء الجزائرية، 2019) لعدة اعتبارات منها أن تطور تطبيقات الهواتف الذكية سهل إلى حد كبير عمل الصحفي في الميدان، إضافة إلى أنها وسيلة خفيفة تمكن الصحفي من التحرك وسط الحشود بإرياحية ،كما تعتبر وسيلة مألوفة بالنسبة للمتظاهرين، وبالتالي تسهل مهمة الصحفي في الحصول على المعلومات والاخبار خاصة فيما يتعلق بالحصول على التعليقات والقيام بالمقابلات بكل إرياحية مع المتظاهرين، اذ يجد الصحفي تجاوبا من طرفهم وهذا ما يحقق عنصر الفعالية.

كما أن نسبة كبيرة من الصحفيين افراد عينة الدراسة يعتمدون على صحافة الموبايل لتغطية الأحداث وقت وقوعه، فمثل الاحداث الطارئة التي تحدث في أوقات متأخرة ليلا والتي تصادف أن يكون الصحفي خارج ساعات العمل ولا يكون يحمل معه معدات العمل الإعلامي الكلاسيكية فيلجئ بالتالي إلى صحافة الموبايل لتغطية الحدث.

وهو ما توصلت إليه دراسة الباحث Badi وزملائه، إذ تبين من خلال المقابلات التي قام بها الباحثون مع عدد من الصحفيين الاوربيين المختصين في صحافة الموبايل، إذ أكدوا لهم أن من أهم مميزات صحافة الموبايل في العمل الإعلامي أنها تساعدهم في تغطية الاحداث الغير متوقعة حيث يحملون أداة عملهم في معظم الأوقات في جيبهم. (Baldi, 2021, p18)

في حين وجدنا أن معدل 38 فرد من أفراد عينة الدراسة وما يقابله نسبة 19.58 بالمئة يتحكم في اعتمادهم على صحافة الموبايل نوع المؤسسة الإعلامية التابعين لها، إذ يرون أن الاعتماد على صحافة

الموبايل في العمل الإعلامي يصلح لوسيلة إعلامية ولا يصلح لوسيلة أخرى، فمثلا تغطية حدث معين وقت وقوعه في التلفزيون أو موقع إلكتروني يختلف عن تغطية نفس الحدث لجريدة، ففي التلفزيون أو الموقع الإلكتروني يمكن بث ونشر الخبر مباشرة بالفيديو أو الصور من مكان الحدث بالاعتماد على صحافة الموبايل فقط، في حين تغطية نفس الحدث للجريدة في وقت وقوعه من خلال صحافة الموبايل فهو غير ممكن كون الجريدة تحتاج لوقت أكبر من أجل خروجها قد يكون يوما كاملا.

كما نجد نسبة 14.94بالمئة من الصحفيين أفراد عينة الدراسة يرون أن هناك أسباب أخرى تتحكم في اعتمادهم عن صحافة الموبايل وتختلف عن الأسباب السابقة الذكر، نجد أهم هذه الأسباب تمثلت في التطور التكنولوجي الذي فرض نفسه في العمل الإعلامي خاصة منه الحاصل في تكنولوجيا الموبايل وشبكة الانترنت، وظهور تطبيقات الموبايل سواء تلك التي تستخدم في التواصل الإجتماعي أو مطالعة الأخبار أو البحث عن المعلومات أو مشاهدة مقاطع الفيديو أو الصوت ومونتاجه أو كتابة النصوص ومعالجتها أو البث المباشر وغيرها. (الترام، 583).

وكل ما سبق حتم على الصحفيين في ظل المنافسة الكبيرة والأحداث المتسارعة التي تمثل سمة رئيسية لهذا العصر تبني كل المبتكرات الحديثة والتي تساهم في أداء العمل بسرعة وسهولة، أيضا نجد تعليمات بعض المسؤولون في المؤسسات الإعلامية إذ يفرضون أحيانا على الصحفيين استخدام صحافة الموبايل. وترى فئة أخرى من الصحفيين أن اعتماد صحافة الموبايل يرتبط أكثر بحجم المعلومات المراد الوصول إليها.

الجدول رقم (12): أهم الأسباب المتحكمة في اعتماد عينة الدراسة على صحافة الموبايل في العمل الإعلامي حسب متغير نوع المؤسسة الإعلامية

نوع المؤسسة / سبب الاعتماد	موقع الكتروني		إذاعة		التلفزيون		وكالة الأنباء		جريدة		أخرى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
طبيعة الحدث	13	36.11%	19	38%	16	32.65%	3	37.5%	13	30.23%	2	25%	66	34.02%
وقت وقوع الحدث	11	30.55%	13	26%	17	34.69%	2	25%	17	39.53%	1	12.5%	61	31.44%
نوع الوسيلة الإعلامية العامل بها	8	22.22%	11	22%	9	18.6%	3	37.5%	5	11.62%	2	25%	38	19.58%
أخرى	4	11.11%	7	14%	7	14%	0	00	8	18.60%	3	37.5%	29	14.94
المجموع	36	100%	50	100%	49	100%	8	100%	43	100%	8	100%	194	100%

وقد جاءت نتائج الاسباب التي تتحكم في اعتماد الصحفيين على صحافة الموبايل في العمل الإعلامي حسب متغير الوسيلة الإعلامية كما هي موضحة في الجدول رقم (11)، أن أكثر المؤسسات الإعلامية التي يرتبط صحفييها باستخدام صحافة الموبايل حسب طبيعة الحدث المعالج هم المبحوثين العاملين في الإذاعات بنسبة 38 بالمئة ثم يليهم الصحفيون العاملون في وكالات الأنباء بنسبة 37.5 بالمئة وبعدها الصحفيون العاملون في التلفزيونات والمواقع الالكترونية نسبة 38 بالمئة و 36 بالمئة لكل واحدة منهما.

أما فيما يخص اعتمادهم على صحافة الموبايل حسب وقت وقوع الحدث سجل أفراد عينة الدراسة العاملون في الجرائد أكبر نسبة ب 39.53 بالمئة وهذا راجع إلى أن نشر الأخبار في الجرائد مربوط بوقت محدد وليس متوفر في كل زمان، يليهم العاملون في المؤسسات التلفزيونية بنسبة 34.69 بالمئة ثم العاملون لمواقع الالكترونية بنسبة 30.55 بالمئة.

كما نجد أن الصحفيين المبحوثين العاملين في وكالة الأنباء الجزائرية يرون أن نوع الوسيلة الإعلامية التي يعمل بها الصحفيين هي من تتحكم في اعتمادهم على صحافة الموبايل بنسبة 37.5 بالمئة، يليهم صحفيو المواقع الالكترونية والاذاعات بنسبة 22.22 بالمئة لكل واحدة منهما.

الجدول رقم (13): أكثر أنواع التغطيات الإعلامية التي ينفدها الصحفيون بواسطة صحافة الموبايل

أنواع التغطيات	التكرار	النسبة
التغطيات الإعلامية بالصور	60	20.05%
تسجيل الفيديوهات	65	23.86%
تسجيل المقاطع الصوتية	69	25.36%
تسجيل المقابلات الإعلامية	69	25.36%
أخرى	9	3.30%
المجموع	272	100%

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن أكثر أنواع التغطيات الإعلامية التي ينفدها الصحفيون الجزائريون باستخدام صحافة الموبايل هي تسجيل المقاطع الصوتية وتسجيل المقابلات الصحفية في المرتبة الأولى بنسبة 25.36 بالمئة لكل واحدة منهما، تليهما مباشرة تسجيل الفيديوهات بنسبة 23.89 بالمئة ثم التغطية الإعلامية بالصور بنسبة 22.05 بالمئة.

نستنتج إذن وجود تقارب بين مختلف هذه النسب وهذا يؤكد على أن الصحفيين أفراد عينة الدراسة يستغلون كل الميزات التي يقدمها الموبايل للعمل الإعلامى، وبالتالي يستخدمون أكثر من وسيط في نقل الأخبار والمعلومات، والتي تعد أكبر ميزة لصحافة الموبايل فهي وسيلة متعددة الوسائط، واستخدام كل هذه الميزات والوسائط والجمع بينها في آن واحد يساهم في إزالة الغموض عن الرسالة الإعلامية ويجعلها تحظى بمصداقية أكبر.

وبينت النتائج أن تسجيل المقاطع الصوتية هي من بين أكثر التغطيات الإعلامية التي يقوم بها الصحفيين بواسطة صحافة الموبايل، وهي نفس النتيجة التي توصلت اليها الباحثة شاهين في دراستها وفسرت هذه النتيجة بأن استخدام الصحفيين هنا لصحافة الموبايل يطغى عليه الجانب التقليدي.

وتفسر في دراستنا من وجهتي نظر الأولى أن أغلب الصحفيين المبحوثين في هذه الدراسة هم الصحفيون العاملون في الإذاعة والتي تعتبر وسيلة سمعية تعتمد على نقل الأصوات، ووجهة النظر الثانية أن كثيرا ما يستخدم الصحفيون الجزائريون صحافة الموبايل لتسجيل واجراء المقابلات الصحفية وذلك راجع لعدة أسباب أهمها أن الموبايل وسيلة مألوفة، وهو ما يجعل الناس يشعرون بالارتياح عند التحدث إلى صحفي الموبايل وهو مالم يتحقق لدى الصحفيون الذين يحملون كاميرات ومعدات كبيرة الحجم حسب نتيجة الدراسة التي توصل إليها الباحث karhumen في دراسته عام 2017، إذ أن أكبر نسبة من المبحوثين وافقوا على التحدث إلى الصحفي الذي يستخدم الموبايل ويعمل بمفرده. وهو ما أشرنا إليه سابقا أن صحافة الموبايل تغني الصحفي عن كثير من الوسائل الأخرى التي يحتاجها في اجراء المقابلات والتي توفرها كلها التطبيقات المجانية الموجودة على الموبايل، فهو يحتاج فقط لبعض الأكسسوارات الصغيرة الحجم كمثبت حتى لا تتحرك كاميرا الموبايل وميكروفون.

وقد لاحظنا وجود تقارب كبير بين نسبة تسجيل الأصوات وتسجيل المقابلات مع تسجيل الفيديوهات ويمكن القول أنّها نتائج منطقية فالعالم اليوم في الميدان الإعلامي يتجه نحو الصوت والصورة المتحركة، إذ اثبتت عديد الدراسات أن جمهور وسائل الإعلام يهتم بالفديوهات والأصوات أكثر من النصوص، إذ يرى "فضيل دليو" أن الرسائل السمعية البصرية أسهل للفهم من المطبوعة، لأن إدراك الصور عملية أسهل من إدراك المفاهيم (دليو، 2014، ص172).

وهو ما يجعل صحافة الموبايل وسيلة إعلامية ثريه تلجئ إلى استخدام الوسائط المتعددة (الصوت والصورة الثابتة والمتحركة...) الأمر الذي من شأنه أن يقلل الغموض عن القضايا والمواضيع المعالجة وبالتالي يحقق أكبر قدر ممكن من التأثير على المتلقين.

تبين نتائج الدراسة أيضا أن الصحفيين المبحوثين يستخدمون صحافة الموبايل لتغطية الأحداث بالصور، إذ يعد التلفون المحمول من الوسائل المستحدثة مؤخرا لنقل الصورة الصحفية لا سلكيا عبر الموجات الكهرومغناطيسية، وهو الذي يجعل التلفون المحمول ملائم لمهمة ارسال الصور الفوتوغرافية عبر مسافات

بعيدة، كما أنه من أكثر الطرق بساطة وسهولة وسرعة لنقل الصورة الصحفية من موقع الحدث. (النجار.2002. ص105).

الجدول (14): أكثر أنواع التغطيات الإعلامية التي ينفدها الصحفيون بواسطة صحافة الموبايل حسب متغير والجنس

الجنس / التغطيات	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
التغطية الإعلامية بالصور	37	%20.55	23	%25	60	22.05%
تسجيل الفيديوهات	45	%25	20	%21.73	65	23.89%
تسجيل المقاطع الصوتية	43	%23.88	26	%28.26	69	25.36%
تسجيل المقابلات الإعلامية	46	%25.55	23	%25	69	25.36%
أخرى	9	5%	0	00	9	3.30%
المجموع	180	%100	92	100%	272	100%

وقد جاءت نتائج الجدول رقم (13) أن أكثر أنواع التغطيات الإعلامية التي ينفدها الصحفيون بواسطة صحافة الموبايل حسب متغير والجنس أن نسبة 25 بالمئة من الإناث أفراد عينة الدراسة يستخدمون صحافة الموبايل في تنفيد وانجاز التغطيات الإعلامية بالصور، في حين يستخدمها المبحوثين الذكور لذلك بنسبة 20.55 بالمئة.

في حين نلاحظ تفوق المبحوثين الذكور على الإناث في استخدام صحافة الموبايل لإنجاز التغطيات الإعلامية بالفيديوهات بنسبة 25 بالمئة للذكور ونسبة 21.73 للإناث. أما فيما يخص تنفيذ التغطيات

الإعلامية بتسجيل المقاطع الصوتية فنجد تفوق الإناث على الذكور بنسبة 28.26 بالمئة للإناث و 23.88 بالمئة للذكور. ونجد تساوي في النسب بين استخدلم صحافة الموبايل في التغطيات الإعلامية بتسجيل المقابلات الإعلامية للمبحوثين الذكور والاناث بنسبة 25 بالمئة لكل واحد منهما.

الجدول (15): دوافع استخدام عينة الدراسة للموبايل في العمل الإعلامي

الدوافع	التكرار	النسبة
التنافس لتحقيق السبق الصحفي	67	20.55%
الاقتصاد في الوقت	70	21.47%
الإبداع والتميز	49	15.03%
الاقتصاد في الجهد	51	15.64%
الاستفادة من التطور التكنولوجي	73	22.39%
ليس لدي بديل آخر	14	4.29%
أخرى	2	0.61%
المجموع	326	100%

نلاحظ من خلال نتائج الجدول (14) أن دوافع استخدام عينة الدراسة لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي هو الاستفادة من التطور التكنولوجي بنسبة 22.39 بالمئة والاقتصاد في الوقت بنسبة 21.47 بالمئة، تليها مباشرة الاقتصاد في الجهد ثم الابداع والتميز بنسبة 15.64 بالمئة للأولى ونسبة 15.03 بالمئة للثانية ونسب 4.29 بالمئة من المبحوثين أجابوا بأنه ليس لهم بديل آخر من غير الموبايل.

وبالتالي نجد أن الصحفيين أفراد عينة الدراسة يستخدمون صحافة الموبايل لاستغلال التطور التكنولوجي والاستفادة من هذه التكنولوجيا المتطورة والرخيصة الموجود في جيب كل الصحفيين، فالمعروف أن هذه التكنولوجيا الصغيرة الحجم قد واكب ظهورها عدة تطورات عليها، فهي توفر عدة تطبيقات مختلفة التخصصات، وقد اختلفت هذه النتيجة مع نتائج دراسة الباحثة (شاهين، 2017). إذ توصلت إلى أن تحقيق السبق الصحفي هو أكبر دافع لعينة دراستها.

في حين تشابهت نتائجنا مع نتائج الباحث " هشام الزقوت" في دراسته حول استخدام الصحفيين الفلسطينيين لشبكات التواصل الاجتماعي من خلال التطبيقات الذكية" إذ وجد أن أكبر نسبة من الصحفيين الفلسطينيين يستخدمون الهواتف الذكية لمواكبة التكنولوجيا الحديثة ب 78.9 بالمئة، (الزقوت، 206، ص85). التي باتت متغيرة ومتسارعة، وهو ما يسهل عليهم العمل الإعلامي حيث تتميز الهواتف الذكية بوجود كاميرا رقمية ذات جودة عالية وتوفرها على الانترنت ما جعلها وسيلة مناسبة للصحفيين المتنقلين،" إذ تعتبر شبكة الانترنت أكبر سبب لدخولها ميدان العمل الإعلامي، حيث قلصت من الوقت الذي يستغله الصحفي في انجاز مهامه الإعلامية، فأصبح اليوم بفضل شبكة الانترنت بإمكانه نقل الخبر وقت وقوعه ومن مكان الحدث مباشرة، ولم يعد مطالب أن يقوم بتصوير الحدث وجمع المعلومات عنه ثم العودة إلى المؤسسة الإعلامية التابع لها من أجل إعادة تركيبه ثم بثه ونشره كما هو متعارف عليه سابقا، فكل هذه الخطوات تم اختزالها بفضل صحافة الموبايل وما تحويه من تطبيقات إعلامية خاصة تلك المتعلقة بالتصوير والمونتاج والتركيب وغيرها، وهو ما يساعدهم على تحقيق السبق الصحفي والتميز، وواقع الممارسة الإعلامية مليء بالنماذج التي حققت سبق صحفي بواسطة صحافة الموبايل ونالت بسببه الجوائز مثل الصورة التي التقطها المصور keith meyers لصحيفة new york times لمشهد من لقاء " بوب جون بول الثاني" في كبرى الكنائس بمدينة بيويورك عام 1995. اذ قام المصور بنقلها مباشرة على الفور إلى الصحيفة من داخل القاعة باستخدام هاتفه الشخصي وكاميرا رقمية وكمبيوتر محمول، للإشارة بعد نشر الصورة في الصفحة الأولى من الجريدة تحصل الصحفي على جائزة الناشر publishers Award الامريكية في التصوير الصحفي. (النجار. 2002. ص 107).

كما نستنتج من خلال النتائج أعلاه أن صحافة الموبايل قد قلصت من الجهد الذي كان يبدله الصحفي بالوسائل التقليدية فمن خلال صحافة الموبايل فقط يستطيع الصحفي اليوم أن يصور الحدث ويقوم

بالتحرير عليه والمونتاج ثم يرسله إلى الوسيلة الإعلامية ليتم نشره وبثه في ذات الوقت دون أي جهد ومن دون حتى التنقل الى مقر المؤسسة.

ونجد أغلب الصحفيين يرون أن صحافة الموبايل اتاحت لهم فرصة للإبداع والتميز بفضل السرعة والجودة التي توفرهما، وهو ما أكده الصحفي من وكالة الأنباء الجزائرية "وسيم عالم" إذ يقول: "أن تغطية الاحداث بالموبايل يمكنني من ربح الوقت والجهد وتحقيق عنصر الفعالية وهو ما يعود بالفائدة عليّ وعلى المؤسسة" في فيديو نشر في موقع المؤسسة على اليوتيوب.

فبواسطة صحافة الموبايل أصبح بإمكان الصحفيين تحقيق السبق الصحفي كونها وسيلة موجودة في جيوبهم في كل مكان وزمان، كما سهلت عليهم فرصة الدخول والوصول لأي مكان دون خوف أو عراقيل ويتفاعل معهم الأشخاص الحاضرين في أماكن الأحداث باعتبارهم مواطنين عاديين.

وهو ما أكدته النتائج التي توصل إليها الباحث Baldiوزملائه، حيث وجدوا أن صحافة الموبايل مكنت الصحفيون من التسجيل في الأماكن الممنوعة وأكد الصحفي سيرانو أنه لم يسمح لمراسلته في بروكسل التسجيل في أماكن معينة داخل البرلمان الأوربي بكاميرا لكن سمح لها القيام بذلك بواسطة الهاتف لذلك كانت لدينا صور لم تكن عند أي شخص من قبل وكان الأمر سريع وسهل. (Baldi, 2021, p18)

الجدول (16): يبين أكثر أشكال التغطيات الإعلامية التي تنفذها عينة الدراسة بصحافة الموبايل

اشكال التغطيات الاعلامية	التكرار	النسبة
اعداد الاخبار	81	32.4%
اعداد التقارير	42	16.8%
اجراء المقابلات	51	20.4%
التحقيقات الاعلامية	26	10.4%
التغطيات الإعلامية متعددة الوسائط	48	19.2%
أخرى	2	0.8 %
المجموع	250	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أكثر أشكال التغطيات الإعلامية التي يقوم بها أفراد عينة الدراسة هي إعداد الأخبار بنسبة 32.4 بالمئة، وتليها في المرتبة الثانية إجراء المقابلات الصحفية بنسبة 20.4 بالمئة ، ثم التغطيات الإعلامية متعددة الوسائط بنسبة 19.2 بالمئة وبعدها اعداد التقارير بنسبة 16.8بالمئة واجراء التحقيقات الإعلامية في الأخير بنسبة 10.4بالمئة.

إن التعدد في أنواع التغطيات الإعلامية التي ينفذها الصحفيون بواسطة صحافة الموبايل دليل على اهتمامهم بها في انجاز مختلف مهامهم الإعلامية، أما فيما يخص سيطرت القالب الإخباري من بين كل التغطيات الإعلامية التي ينفذها الصحفيين من خلال صحافة الموبايل فهي نتيجة منطقية جدا كون الأصل في العمل الإعلامي هو تقديم الأخبار ونقل المعلومات وهو الهدف الأساسي لكل وسيلة إعلامية سواء كانت تقليدية أو جديدة، وفي هذا الصدد يؤكد الباحث "أحمد جبار" أن صحافة الموبايل عززت هيمنة الوظيفة الإخبارية فقد ارتقت الوظيفة الإخبارية في سلم وظائف الإعلام عبر الفضائيات العربية مثلا، ويعود ذلك

إلى عدة اعتبارات منها النزاعات والصراعات الدولية والإقليمية الراهنة التي أدت إلى اتساع الفضائيات الإخبارية المتخصصة.(جبار، 2018، ص36).

وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها الباحثة سناء محمد يوسف محمد شاهين في دراستها حول صحافة المحمول وانعكاساتها على الممارسة الإعلامية. شاهين، 2017، ص 258).

أما بالنسبة لاستخدام صحافة الموبايل في اجراء المقابلات الصحفية فنستنتج من نتائج الجدول أن عدد كبير من الصحفيون يلجؤون إلى صحافة الموبايل لإجراء المقابلات الصحفية لعدة اعتبارات أشرنا لها سابقا (الجدول 07) من بينها أنها وسيلة مألوفة تحسس الطرف الآخر بالراحة وهو ما يساعد الصحفي على الحصول على أكبر عدد ممكن من المعلومات والبيانات.

في المقابل أشار الصحفيين " رومز وفاشيني وكوين" أن إجراء المقابلات باستخدام صحافة الموبايل مع المشاهير تتسم بالصعوبة كونهم أشخاص يتصفون بالغرور ويشترطون إجراء مقابلات معهم من قبل فريق من الصحفيين الذين يستخدمون كاميرات احترافية ضخمة لإرضاء غرورهم. (Baldi,2021, p19)

ونستنتج أيضا فيما يخص استخدام الصحفيون الجزائريون لصحافة الموبايل من أجل إجراء التغطيات الإعلامية متعددة الوسائط فهذا يوحي بأن عينة الدراسة تهدف من خلال توظيفها لصحافة الموبايل إلى اشباع حاجات الجمهور والتعدد والتنوع في تقديم الأخبار حسب احتياجاته، وهو ما يساعد أكثر في تحقيق المصداقية للأخبار والمعلومات المقدمة، فكلما كان الخبر يوظف وسائط متعددة كلما تميز بالمصداقية من طرف جمهور المتلقين في البيئة الإعلامية الحديثة والتي تتميز بالانفتاح الكبير، فوجود أدوات النشر في يد المواطنين (المتلقي) أدى ذلك إلى انتشار أوسع للشائعات والأخبار المغلوطة.

3.1.2.4 المحور (03) درجة استخدام الصحفيون الجزائريون لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي

الجدول (17): درجة استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي

الدرجة	التكرار	النسبة
درجة كبيرة	58	53.21%
درجة متوسطة	51	46.7%
درجة ضعيفة	0	00
أخرى	109	100%

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن عينة الدراسة تستخدم صحافة الموبايل في عملها الإعلامي بدرجة كبيرة بمعدل 58 مفردة من مفردات الدراسة وبنسبة 53.21 بالمئة، أما 51 مفردة والتي تعادل نسبة 46.7 بالمئة فيستخدمون صحاف الموبايل في عملهم الإعلامي بنسبة متوسطة.

إذن يمكن القول بالاعتماد على ما سبق أن الصحفيين الجزائريين بدأوا الاعتماد على صحافة الموبايل وادخالها في العمل الإعلامي، وهذه النتيجة تؤكد ما جاء في الجدول رقم (08) بمعنى أنهم يحاولون مواكبة التطورات التكنولوجيا الحاصلة على وسائل العمل الإعلامي، من خلال الاعتماد أكثر على الوسائل الجديدة التي توفرها البيئة الإعلامية الحديثة بصفة عامة وعلى صحافة الموبايل بصفة خاصة، بفضل ما تتحه من إمكانيات واسعة سهلت عليهم مهمة انجاز المهام الإعلامية بسرعة أكبر وبأقل جهد وتكلفة وبجودة، رغم أن الملاحظ والدارس لطريقة استخدام الصحفيون الجزائريون لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي لا زال تقليديا نوعا ما ويحتاج إلى تكوين وتنظيم أكثر.

وللإشارة فإن هذه النتيجة جاءت مشابهة لنتائج الدراسة السابقة التي تعالج موضوع استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية للباحث "هشام الزقوت"، إذ

وجد أن الصحفيين يستخدمون الهواتف الذكية بدرجة عالية وأرجع ذلك إلى أنها وسيلة سهلة الاستخدام وأكثر سرعة في نشر الأخبار وتبادلها.

كما تنسجم هذه النتيجة مع دراسة الباحثة "شذا خالد حتامله" التي تعالج موضوع اعتماد الصحفيين الأردنيين على الموبايل في انتاج المحتوى الإعلامي. وارجعت ذلك إلى أن صحافة الموبايل وفرت للصحفيين ميزات كثيرة لم توفرها وسائل الإعلام التقليدية ما دفعهم للاعتماد عليها في انتاج المحتوى الإعلامي.

الجدول رقم (18): درجة استخدام الصحفيون الجزائريون لصحافة الموبايل حسب متغير نوع المؤسسة الإعلامية العاملين بها

نوعالمؤسسة / درجة الاستخدام	موقع الكتروني		إذاعة		تلفزيون		وكالة الانباء		جريدة				أخرى	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%			ت	%
درجة كبيرة	15	%65.21	10	31.25%	17	68%	2	50%	10	52.63%			4	66.66%
درجة متوسطة	8	34.78%	22	68.75%	8	32%	2	50%	9	47.36%			2	33.33%
درجة ضعيفة	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0	0
المجموع	23	100%	32	100%	25	100M	4	100%	19	100%			6	100%
اختبار كا2	قيمة كا2				درجة الحرية		مستوى الدلالة						القرار	
	10.182				5		0.07						غير دالة عند (0.05)	

وقد جاءت نتائج الجدول رقم (16) الذي يوضح درجة استخدام الصحفيون الجزائريون لصحافة الموبايل حسب متغير نوع المؤسسة الإعلامية العاملين بها أن المبحوثين العاملين في التلفزيونات هم الأكثر استخداما لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي بدرجة كبيرة ب 17 تكرار من مجموع 25 مفردة وبنسبة 68 بالمئة، يليهم صحفيو المواقع الالكترونية ب 15 تكرارا أي نسبة 65.21 بالمئة ويعود ذلك إلى طبيعة

المواد الإخبارية في هاتين الوسيلتين اللتان تعتمدان كثيرا على استخدام الوسائط المتعدة، ثم يليهما المبحوثين العاملين في الجرائد بنسبة 52.63بالمئة. والمبحوثين من وكالة الانباء بنسبة 50 بالمئة ثم في الأخير العاملين في الإذاعات بنسبة 31.25 بالمئة.

أما فيما يخص استخدام المبحوثون لصحافة الموبايل بدرجة متوسطة فنلاحظ أن صحفيي الإذاعات احتلوا في المرتبة الأولى ب 22 مفردة من أصل 32 مفردة وبنسبة بلغت 68.75 بالمئة، يليهم صحفيي وكالة الانباء بنسبة 50 بالمئة ثم صحفيي الجرائد بنسبة 47.36 بالمئة.

ونستنتج من خلال النتائج الملاحظة في الجدول أن الفروق المسجلة لدينا ليست ذات دلالة إحصائية، وهو ما تؤكده نتيجة اختبار كا2 للمبحوثين، حيث أن قيمة كا2 في هذا الاختبار بلغت 10.182 عند درجة حرية تساوي 5 وبمستوى دلالة 0.07 وهي أكبر من مستوى الخطأ 0.05.

الجدول رقم (19): يبين إذا ما كانت صحافة الموبايل تحظى بأهمية لدى المؤسسات الإعلامية

الاهتمام	التكرار	النسبة
نعم	67	61.46%
أحيانا	36	33.02%
لا	6	5.50%
المجموع	109	100%

تبين نتائج الجدول (17) الذي يوضح إذا ما كانت صحافة الموبايل تحظى باهتمام المؤسسات الإعلامية في الجزائر من وجهة نظر الصحفيين أن نسبة 61.5 بالمئة منهم أكدوا على اهتمام المؤسسات الإعلامية العاملين بها بصحافة الموبايل، في حين نسبة 33 بالمئة منهم أجابوا بأحيانا بينما 5.5 بالمئة نفوا وجود اهتمام بصحافة الموبايل من طرف المؤسسات الإعلامية العاملين بها.

إذ يمكن القول أن هناك توجه إيجابي نوعا ما في تبني صحافة لموبايل وادخالها في العمل الإعلامي من طرف القائمين على المؤسسات الإعلامية الجزائرية رغم أن هذا الاهتمام والاستخدام لصحافة الموبايل لا زال قاصرا ويعتبر استخداما تقليديا، إذ لم يتم استغلال كل الإمكانيات التي تقدمها صحافة الموبايل إعلاميا، وذلك ربما يعود إلى عدة اعتبارات أهمها أن صحافة الموبايل في الجزائر لا زال ينظر أليها باعتبارها وسيلة حديثة إعلاميا تدور حولها عدة أسئلة، كما أن البيئة الاعلامية والتقنية في الجزائر تعتبر معيقة لعمل صحافة الموبايل خاصة فيما يتعلق بسرعة تدفق شبكة الانترنت التي تعتبر العمود الفقري الذي تقوم عليه صحافة الموبايل، إضافة إلى أن الاطار القانوني لعمل الوسائل الإعلامية الجديدة بصفة عامة وصحافة الموبايل بصفة خاصة يتخبط في حالة من العشوائية وعدم الضبط لنقص القوانين المنظمة له، دون أن نغفل نقص التكوين في هذا المجال للصحفيين فيما يتعلق بصحافة الموبايل، وهذا ما جعل استخدامهم لها يطغى عليه الجانب التقليدي ويعتبر محدود جدا، لا يستغل كل الإمكانيات والمميزات التي توفرها صحافة الموبايل.

رغم كل شيء نلاحظ وجود توجه إيجابي اذن في استخدام صحافة الموبايل من طرف القائمين على المؤسسات الإعلامية وحتى من طرف الصحفيين أنفسهم.

الجدول رقم (20): يبين إذا ما كانت صحافة الموبايل تحظى بأهمية لدى المؤسسات الإعلامية حسب متغير نوع المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها المبحوثين

نوع المؤسسة / أهمية الموبايل	الموقع الالكتروني		الراديو		التلفزيون		وكالة الانباء		جريدة		اخرى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	13	65.21%	14	43.75%	18	72%	4	100%	15	78.94%	3	50%	67	61.46%
أحيانا	8	34.78%	15	46.87%	7	28%	0	00	4	21.05%	2	33.33%	36	33.02%
لا	0	00	3	9.37%	0	00	0	00	0	00	1	16.66%	6	5.5%
المجموع	23	100%	32	100%	25	100%	4	100%	19	100%	6	100%	109	100%
اختبار كا2			قيمة كا2		درجة الحرية		مستوى الدلالة		القرار					
			0.73		10		0.02		دالة عند (0.05)					

نتائج الجدول (18) التي توضح إذا ما كانت صحافة الموبايل تحظى بأهمية لدى المؤسسات الإعلامية حسب متغير نوع المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها أفراد عينة الدراسة، نلاحظ أن كل المبحوثين العاملين في وكالة الأنباء الجزائرية البالغ عددهم 4 أفراد، أكدوا أن مؤسستهم تهتم بصحافة الموبايل في

العمل الإعلامي، يليهم المبحوثين من الجرائد بنسبة 78.94 بالمئة، ثم المبحوثين التابعين للمؤسسات التلفزيونية والمواقع الالكترونية بنسبة 72 بالمئة و 65.21 بالمئة لكل واحدة منهما على التالي.

في حين نجد أن أكبر نسبة من أفراد العينة العاملين في الإذاعات أكدوا أن مؤسساتهم تهتم بصحافة الموبايل في العمل الإعلامي أحيانا فقط بنسبة 46.87 بالمئة، ثم يليهم المبحوثين من المواقع الالكترونية بنسبة 34.78 بالمئة والمبحوثين من المؤسسات التلفزيونية بنسبة 28 بالمئة.

أما نسبة 16.66 من المؤسسات الإعلامية الأخرى في هذه الدراسة المتمثلة نجد لأنها نفت اهتمام مؤسساتهم بصحافة الموبايل، بالإضافة إلى 3 أفراد من عينة الدراسة التابعين للإذاعات والذين يمثلون نسبة 9.37 بالمئة من العدد الإجمالي لهم البالغ 32 مفردة.

ونستنتج من خلال النتائج الملاحظة في الجدول أن الفروق المسجلة لدينا ذات دلالة إحصائية، وهو ما تؤكده نتيجة اختبار كا2 للمبحوثين، حيث أن قيمة كا2 في هذا الاختبار بلغت 20.732عند درجة حرية تساوي 10 وبمستوى دلالة 0.02 وهي أصغر من مستوى الخطأ 0.05.

الجدول (21): الظروف التي تدفع أفراد عينة الدراسة استخدام صحافة الموبايل في العمل الإعلامي

الظروف	التكرار	النسبة
في الأحداث الطارئة والعاجلة	88	42.33%
عندما تكون خارج ساعات العمل	54	25.96%
بشكل مخطط له	37	17.78%
بالصدفة (عندما لا تكون تحمل معك كاميرا)	29	1.94%
المجموع	208	100%

نلاحظ من خلال نتائج الجدول (19) أن الصحفيين الجزائرين أفراد عينة الدراسة يستخدمون صحافة الموبايل اثناء أداء عملهم الإعلامي بصفة خاصة في الاحداث الطارئة والعاجلة بمعدل 88 تكرار وبنسبة 42.30 بالمئة في المرتبة الأولى ثم تليها في حالة عندما يكونوا خارج ساعات العمل بنسبة 25.96 بالمئة، أما نسبة 17.78 بالمئة من المبحوثين فيستخدمونه بشكل مخطط له مسبقا و نسبة 13.94 بالمئة يستخدمونه صدفة أي عندما لا يكونوا يحلون معهم المعدات والوسائل اللازمة.

وبالتالي نستنتج أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون صحافة الموبايل ويلجؤون إليها في حالة الحاجة إلى تغطية الأخبار العاجلة والأحداث الغير متوقعة التي تحدث صدفة، وبالتالي فإن نظرة الصحفيين

الجزائريين لصحافة الموبايل لا زالت تقليدية وقاصرة جدا إذ أنهم يعتبرونها مجرد وسيلة تنقذهم وتسهل عليهم المهمة عندما يكونوا خارج ساعات العمل وتظهر أحداث جديدة او مستجدات حول موضوع معين،

في حين 17.78بالمئة أكدوا انهم يستخدمون صحافة الموبايل بشكل مخطط له مسبقا ما يعني وجود بعض المؤسسات الإعلامية في الجزائر تبنت العمل بصحافة الموبايل وبدأت الاهتمام بها رغم قلة عددها منها مثلا وكالة الانباء الجزائرية.

الجدول رقم (22): الظروف التي تدفع أفراد عينة الدراسة إلى استخدام صحافة الموبايل حسب متغير العمر

العمر / الظروف	أقل من 25 سنة		من 25 إلى 30 سنة		من31 إلى 36 سنة		من 37 إلى 42سنة		من 43 فما فوق		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
في الأحداث الطارئة والعاجلة	9	40.90%	23	44.23%	26	37.14%	18	48.64%	12	44.44%	88	42.30%
عندما تكون خارج ساعات العمل	4	18.18%	10	19.23%	22	31.42%	10	27.02%	8	29.62%	54	25.96%
بشكل مخطط له	5	22.72%	9	17.30%	13	18.57%	7	18.91%	3	11.11%	37	17.78%
بالصدفة(عندما لاتكون تحمل معك الكاميرا)	4	18.18%	10	19.23%	9	12.85%	2	5.40%	4	14.81%	29	1.94%
المجموع	22	100%	52	100%	70	100%	37	100%	27	100%	208	100%

نتائج الجدول رقم (20) توضح الظروف التي تدفع أفراد عينة الدراسة إلى استخدام صحافة الموبايل حسب متغير العمر، حيث نلاحظ أن الفئة العمرية الممتدة من 37 إلى 42 سنة هي الأكثر استخداما لصحافة الموبايل حسب ظرف الأحداث الطارئة والعاجلة ب 48.64بالمئة، تليها الفئتين العمريتين الممتدتين من 43 سنة فما فوق والفئة من 25 إلى 31 سنة بنسبة فاقت 44 بالمئة لكل واحدة منهما، بعدهم تأتي الفئتين العمريتين أقل من 25 سنة و من 32 إلى 36 سنة بنسبة 40.90 و 37.14 بالمئة لكل واحدة منهما على التوالي.

أما أكثر الفئات العمرية التي تلجئ إلى استخدام صحافة الموبايل لتغطية الأحداث خارج ساعات العمل فهي الفئة العمرية من 32 سنة إلى 36 سنة بنسبة 31.42 بالمئة، ثم تليها الفئة من 43 سنة فما فوق بنسبة 29.62 بالمئة والفئة من 37 إلى 42 سنة بنسبة27.02 بالمئة.

وقد وضحت نتائج الجدول أن الفئة العمرية لأقل من 25 سنة تستخدم صحافة الموبايل بشكل مخطط له مسبقا وهذا يدل على الاهتمام الكبير لهذه الفئة العمرية بصحافة الموبايل تليهم الفئة العمرية من 32 إلى 36 سنة والفئة من 37 إلى 42 سنة بنسبة فاقت 19 بالمئة لكل واحة منهما.

وتوضح النتائج أعلاه أن أكبر فئة عمرية تستخدم صحافة الموبايل صدفة (أي عندما لا يكون الصحفي يحمل معه كاميرا ومعدات) هي الفئة من 25 إلى 30 سنة بنسبة19.23% بالمئة، ثم تليها الفئة العمرية لأقل من 25 سنة بنسبة 18.18 بالمئة ، ثم من 43 سنة فما فوق.

الجدول (23): يتوقف قرار اعتماد عينة الدراسة على صحافة الموبايل في العمل الإعلامي

قرار الاعتماد	التكرار	النسبة
قرار ذاتي	90	82.6%
بطلب من المؤسسة	19	17.43%
المجموع	109	100%

تبين نتائج الجدول أعلاه أن نسبة 82.6 بالمئة من الصحفيين أفراد عينة الدراسة يتوقف قرار اعتمادهم صحافة الموبايل في العمل الإعلامي على قرارهم الذاتي في حين 17.4 بالمئة منهم يستخدمونها بطلب من القائمين على المؤسسة الإعلامية التابعين لها.

وبالتالي نستنتج أن الصحفيين الجزائريين أكثر اهتماما بصحافة الموبايل لإنجاز مهامهم في العمل الإعلامي أكثر من المؤسسات الإعلامية التابعين لها، وهذا راجع ربما إلى أن أغلب أفراد عينة الدراسة هم من الشباب وبالتالي هم الأكثر إلماما بخبايا تكنولوجيا الموبايل وما يمكن أن تضيفه للعمل الإعلامي، في حين أن القائمين على المؤسسات الإعلامية هم مسؤولين كلاسيكيين في العمل الإعلامي، ففي حين أن البعض من الباحثين والإعلاميين في الخارج يعتبرون صحافة الموبايل وسيلة إعلامية قائمة بذاتها لا زال البعض يعتبرها في الجزائر مجرد وسيلة تواصل، وهو ما لامسناه أثناء توزيع استمارة الاستبيان واحتكاكنا ببعض الصحفيين، اذ اعتبر البعض صحافة الموبايل ما هي إلى وسيلة تواصلية تسهل على الصحفيين أعباء العمل الإعلامي ويقتصر استخدامها على الاتصال بضيوف البرامج مثلا، وأغفلوا الإمكانيات الإعلامية الأخرى التي يزخر بها بفضل التطبيقات التي يحتويها، فصحافة الموبايل تسهل على الصحفيين عملهم الإعلامي بفضل وسائطه المتعددة فيمن من خلاله التصوير والتحرير والتركيب والمونتاج وحتى النشر والبث، بأقل التكاليف وبسرعة أكبر وهو وسيلة إعلامية تفاعلية بالدرجة الأولى. وبالتالي فإن استخدام

صحافة الموبايل في المؤسسات الإعلامية الجزائرية يمكنه من أن يقلل الأعباء المالية عليها كونها وسيلة رخيصة مقارنة بالمعدات والوسائل التقليدية الأخرى.

الجدول رقم (24): قرار اعتماد عينة الدراسة على صحافة الموبايل حسب متغير الجنس

الجنس / قرار	ذكر		انثى		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
قرار ذاتي	62	83.78%	28	80%	90	82.6%
بطلب من المؤسسة	12	16.22%	7	20%	19	17.43
المجموع	74	%100	35	100%	109	100%
اختبار كا2	قيمة كا2		درجة الحرية		مستوى الدلالة	القرار
	0.236		1		0.62	غير دالة عند 0.05

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن **سبب الاعتماد على صحافة الموبايل حسب متغير الجنس** أن نسبة 83.78 بالمئة من الذكور يعتمدون على صحافة الموبايل في العمل الإعلامي بقرار ذاتي بتكرار بلغ 62 مفردة من مجموع التكرارات الكلي البالغ 74 مفردة، متفوقين بنسبة ضئيلة نوعا ما عن المبحوثين من جنس الإناث إذ أكدت نسبة 80 بالمئة من الإناث أنهن يعتمدن على صحافة الموبايل في العمل الإعلامي بقرار ذاتي.

في المقابل نجد أن نسبة 20 بالمئة من المبحوثات في هذه الدراسة أكدن أنّ اعتمادهن على صحافة الموبايل في العمل الإعلامي راجع لطلب من المؤسسة الإعلامية العاملين بها، في حين سجلنا نسبة 16.22 بالمئة من المبحوثين الذكور أكدوا أن اعتماهم على صحافة الموبايل في العمل الإعلامي راج لطلب من المؤسسة الإعلامية التابعين لها أيضا.

ونستنتج من خلال النتائج الملاحظة في الجدول أن الفروق المسجلة لدينا ليست ذات دلالة إحصائية، وهو ما تؤكده نتيجة اختبار كا2 للمبحوثين، حيث أن قيمة كا2 في هذا الاختبار بلغت 0.236 عند درجة حرية تساوي 1 وبمستوى دلالة 0.62 وهي اكبر من مستوى الخطأ 0.05.

الجدول رقم (25) نظرة عينة الدراسة لصحافة الموبايل

نظرة	التكرار	النسبة
وسيلة للنشر والبث	70	%26.21
مصدر للمعلومات	67	25.09
وسيلة اتصال تفاعلي	71	26.59
وسيلة لصناعة المحتوى الاعلامي	53	19.85
أخرى	6	2.24
المجموع	267	100%

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن أغلبية الصحفيين الجزائريين أفراد عينة الدراسة ينظرون لصحافة الموبايل باعتبارها وسيلة اتصال تفاعلي للنشر والبث بنسبة فاقت 26 بالمئة لكل واحدة منهما،

ونسبة 25.09 بالمئة تنظر لصحافة الموبايل باعتبارها مصدر للمعلومات في حين نسبة 19.85 بالمئة تنظر أليها باعتبارها وسيلة لصناعة المحتوى الإعلامي.

وبالتالي نفهم من التقارب الموجود بين إجابات افراد عينة الدراسة على وجود نظرة إيجابية نوعا ما لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي فالكثير يعتبرها وسيلة اتصال تفاعلي وهي ميزة أساسية في صحافة الموبايل بفضل ما تحتويه على تطبيقات اتصالية كالمواقع الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي والتي تتيح رجع صدى فوري ومباشر بين المستخدمين أو بين الصحفي ومتلقي الخبر، وهو الأمر الذي من شأنه أن يساهم في تحسين جودة المحتوى الإعلامي المقدم للجمهور وتكريس حرية الرأي والتعبير، كما يسمح للمتلقي أن يكون مشاركا وفاعلا أحيانا في هذا المحتوى الذي تقدمه وسائل الإعلام من خلال صحافة الموبايل، ساعد في ظهور مفهوم التفاعلية ظهور وانتشار الانترنت في العالم، إضافة إلى التطورات التكنولوجية التي لازمت ظهوره، فبمقارنة بسيطة بين بيئة الإعلام التقليدي والبيئة الحديثة للإعلام الجديد نجد أن هذا الأمر (التفاعلية) لم يكن موجود سابقا، اذ لم تكن للوسائل التقليدية القدرة على التفاعل مع جمهورها بسبب عدة عوامل، حددها الباحث شريف درويش اللبان فيما يلي:

-وسائل الإعلام التقليدية ليس لديها القدرة التكنولوجية الكبيرة، التي تتيح الفرصة لمشاركة الجمهور وتبادل الرسائل والمضامين الإعلامية.

-إن هذه الوسائل التقليدية للاتصال تقدم رسائلها بشكل تتجاهل فيه سيطرة الجمهور الذي يتم توجيه هذه الرسائل له.

-إن هذه الوسائل لا تستطيع أن تشبع الدوافع الاتصالية لكل الجماهير المختلفة نظرا لمحدودية امكاناتها ومضامينها.

-الجمهور التقليدي لوسائل الإعلام التقليدية لا يملك فرصا كبيرة للمشاركة في انتاج مضمون وسائل الإعلام التقليدية، كما أن النقاش في هذه الوسائل يكون مقصورا على الصفوة السياسية والثقافية.

-إن السيطرة على العملية الاتصالية تتم وفقا لرغبة المرسل الذي يعتبر المتحكم الأول في طبيعة المضامين الإعلامية الموجهة للجمهور وفي وقت تعرض الجمهور لهذه المضامين. (اللبان، 2005، 68).

كما تعتبرها نسبة كبيرة من الصحفيين أفراد عينة الدراسة وسيلة ومصدر للمعلومات سواء كانت مصادر رسمية أو غير رسمية، في حين نجد الكثير ينظر لصحافة الموبايل باعتبارها وسيلة لصناعة المحتوى الإعلامي بمعنى أن الصحفي الجزائري تجاوز فكرة أن صحافة الموبايل وسيلة لتحرير الأخبار وبثها، بل هي صناعة ضخمة دخلت حتى ميدان انتاج الأفلام والمسلسلات والبرامج الضخمة، وهناك الكثير من النماذج لأفلام صورت فقط بالموبايل وتم تسويقها وحققت أرباح ضخمة، وهذا يعتبر مؤشر إيجابي على اهتمام الصحفيين الجزائريين بصحافة الموبايل واهميتها في العمل الإعلامي وصناعة المحتوى.

4.1.2.4 أوجه الثراء التي تتمتع بها صحافة الموبايل في العمل الإعلامي حسب الصحفيين المستخدمين لها

الجدول (26): الخدمات التي يقدمها الموبايل للعمل الإعلامي حسب عينة الدراسة

الخدمات	التكرار	النسبة
سهولة البحث عن المعلومة	71	14.79%
السرعة في نقل المادة الاعلامية	91	18.95%
تغطية الأحداث المفاجئة والغير متوقعة	78	16.25%
سهلت عملية تحديث التغطية الإعلامية	52	10.83%
إمكانية القيام بكل الأدوار الإعلامية دون الحاجة إلى وسائل تقنية أخرى	42	8.75
سهولة استخدامه	64	13.33%
سهولة الحركة به	58	12.08
غير ملفت للنظر	24	5
المجموع	480	100%

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن الخدمات التي تقدمها صحافة الموبايل للعمل الإعلامي من وجهة نظر الصحفيون الجزائريون أفراد عينة الدراسة كثيرة ومتعددة أهمها السرعة في نقل المادة الإعلامية بنسبة 18.95 بالمئة تليها تغطية الأحداث المفاجئة والغير متوقعة بنسبة 16.25 بالمئة، ثم سهولة البحث عن المعلومة بنسبة 14.79 في حين نسبة 13.33من أفراد عينة الدراسة أجابوا بسهولة الحركة به وترى

نسبة 10.83 بالمئة أنها سهلت عليهم عملية التغطية الإعلامية ونسبة 8.75 ترى أنها مكنتهم من القيام بكل الأدوار الإعلامية دون الحاجة إلى وسائل تقنية أخرى في حين 5 بالمئة رأته غير ملفت للنظر.

وبالتالي يمكن القول أن استخدام صحافة الموبايل من طرف الصحفيين الجزائريين أفراد عينة الدراسة عائد لعدة أسباب كالخدمات المتعددة التي تتيحها لهم في انجاز مهامهم وعملهم الإعلامي إذ أن صحافة الموبايل سر عن عملية نقل المادة الإعلامية لما تحمله من تطبيقات متعددة تساهم مثلا في النقل المباشر للأحداث من مكان حدوثها وفي نفس زمن وقوعها ودون جهد أو وسائل ومعدات ضخمة، فالصحفي يحتاج فقط لموبايل ذكي وربطه بشبكة الانترنت، كما تسح له من تصوير الحدث أو الواقعة والقيام بالمونتاج عليها وإعادة تركيبها للحصول على قصة عن الحدث وارسالها مباشرة إلى غرف الأخبار بالمؤسسة الإعلامية العامل بها وأحيانا يقوم بنشرها ومشاركتها مباشرة من مكان الحدث في المواقع الالكترونية أو مواقع التواصل الاجتماعي.

كما أتاحت صحافة الموبايل للصحفيين أيضا فرصة تغطية الأحداث المفاجئة والغير متوقعة التي تصادف وجود الصحفي في مكان الحدث وهو ما يساعده على تحقيق السبق الصحفي، إذ يلجأ الصحفي مباشرة إلى الموبايل الخاص به لتغطية هذا الحدث وتخويله إلى قصة خبرية صالحة للنشر أو يقوم بفتح بث مباشر بالموبايل، ففي وقت سابق لم يكن بإمكان الصحفي تغطية هذه الأحداث بالصور والفيديوهات لعدم وجود معدات التصوير لدى الصحفي اما اليوم فصحافة الموبايل وما تملكه من إمكانيات سهلت مهام العمل الإعلامي على الصحفيين.

ومن الخدمات المهمة أيضا التي اتاحتها صحافة الموبايل للصحفيين أفراد عينة الدراسة أنها سهلت عليهم مهمة البحث عن المعلومات، ففي البيئة الحالية لم تعد فيها المعلومة حكرا على جهة معينة فقط فبفضل الإنتاح الإعلامي الذي يميزها وما صاحبه من وجود أدوات النشر في يد المتلقي جعل الأخبار والمعلومات تنتقل في كل الاتجاهات، لكن يمكن القول أن هذه الخدمة لها جانب سلبي أيضا فسهولة البحث والحصول على المعلومات بفضل صحافة الموبايل زادت حدة المنافسة في العمل الصحفي، فوجود مثلا الموبايل وأدوات النشر في يد المتلقي كما أشرنا له سابقا جعلت الأخبار والمعلومات تصلنا عبر وسائل أخرى تختلف عن الوسائل التقليدية، فمواقع التواصل الاجتماعي اليوم أصبحت تعد مصدرا قويا للأخبار والمعلومات فالمستخدم اليوم أو ما يطلق عليه بالمتلقي في البيئة الإعلامية التقليدية أصبح في البيئة الجديدة

للإعلام ناقلا وناشرا للأخبار، وهو ما أفرز لنا مصطلحات إعلامية جديدة سواء على الصحفي المحترف أو المتلقي منها مصطلح الصحفي الشامل/ المتكامل، وصحافة المواطن /المواطن الصحفي.

إضافة إلى ذلك فإن نسبة كبيرة من الصحفيين يرون أن سهولة استخدامه وسهولة الحركة بالموبايل خدمتين أساسيتين لصحافة الموبايل وتعد مواتية جدا لأداء مهام العمل الإعلامي، فالموبايل كوسيلة إعلامية تتميز بالبساطة، فلا أحد يجد صعوبة في التعامل معه أو مع تطبيقاته كما أن صغر حجمه جعل الصحفي يتعامل معه بمرونة ويتحرك به بسهولة خاصة وسط الحشود أثناء تغطية أحداث المظاهرات أو في المناطق الخطيرة.

ومن بين أهم خدمات صحافة الموبايل أيضا حسب أفراد عينة الدراسة أيضا أنها سهلت عملية تحديث التغطيات الإعلامية في حالة المستجدات والأحداث الجديدة.

جدول(27): الخصائص التي تجعل عينة الدراسة تلجئ إلى الموبايل في العمل الإعلامي

الخصائص	التكرار	النسبة
تكلفة رخيصة	37	14.85%
الأمان والسرعة	60	24.09
سهولة الاستخدام والحركة	73	29.31%
متعدد الوظائف	79	31.72%
المجموع	249	100%

نلاحظ من خلال نتائج الجدول 16 أن أهم الأسباب وراء استخدام الصحفيون الجزائريون أفراد عينة الدراسة لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي متعددة، نجد في المرتبة الأولى أنها وسيلة متعددة الوظائف بنسبة 31.72 بالمئة، في حين نسبة 29.31 بالمئة من الصحفيين يستخدمونها لكونها وسيلة سهلة الاستخدام

والحركة كما تعتبرها نسبة 24.09 من أفراد عينة الدراسة وسيلة توفر الأمان والسرعة للصحفي إضافة الى ان نسبة 14.85 من الصحفيين يعتبرونها وسيلة رخيصة التكلفة.

وبالتالي يمكن القول أن أهم أسباب استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل هي أنها وسيلة متعددة الوظائف واريخ وسائل الإعلام لم يعرف يوما وسيلة ثرية ومتعددة الوظائف الاتصالية والإعلامية كصحافة الموبايل، فهي وسيلة للاتصال وجمع المعلومات والبيانات والأخبار من جهة ووسيلة إعلامية لصناعة واعداد الأخبار وبثها ونشرها في نفس الوقت، إذ تتوفر على تطبيقات مجانية ساعدت الصحفيون في عملهم الإعلامي خاصة منها تطبيقات التصوير والتعديل والتركيب والمونتاج والبث والنشر وهو ما جعل البعض يعتبرها وسيلة إعلامية قائمة بذاتها.

وفي هذا الصدد يؤكد الصحفي "وليد بورزاح" صحفي بوكالة الأنباء الجزائرية أن كل ما سبق يساهم بشكل كبير في اثراء المادة الصحفية لكن بشرط أن يكون هناك تكوين احترافي ومتابعة مستمرة من قبل مؤطرون لضمان جودتها.

كما تعتبر صحافة الموبايل وسيلة سهلة الاستخدام والحركة وتتميز بالأمان والسرعة والتكلفة الرخيصة وكلها تعتبر أسباب موضوعية لاستخدام وانتشار صحافة الموبايل من طرف الصحفيين فلم يعد اليوم الصحفي يحتاج الى مصور وكاميرا كبيرة الحجم وثقيلة ولا لمركب ومهندس صوت، فبإمكان الصحفي التحرك بالموبايل أسرع من غيره من الصحفيين وأن يكون في الطليعة خلال تغطيتهم للأخبار العاجلة وهو ما يمكنهم من دخول مناطق ممنوعة على الصحفيين. (التوام، 581).

اذ أصبح بإمكان الصحفيين اليوم وضع معداتهم في حقيبة ظهر لا يتجاوز وزنها 3كيلو غرام تضم موبايل ذكي وحامل ثلاثي وميكروفون وأجهزة إضاءة خارجية إضافة الى شاحن. وهو ما يسهل عليه مهمة تصوير الحدث وتحويله إلى قصة خبرية أو حتى التغطية المباشرة ومعالجة الفيديوهات وتحرير الصورة والصوت عبر تطبيقات مدمجة وكذا تحرير الخبر ونشره أو ارساله إلى غرف الأخبار للمؤسسة الإعلامية العامل بها.

كما توفر صحافة الموبايل للصحفيين الأمان كونها وسيلة مألوفة لدى الجميع وبالتالي تسهل على الصحفيين دخول بعض الأماكن التي لا يسمح فيها للصحفيين بالوصول لها بمعداتهم الضخمة.

كما تتميز صحافة الموبايل بكونها وسيلة رخيصة التكلفة تنقص على المؤسسات الإعلامية تكاليف اقتناء الوسائل والمعدات الضخمة الباهظة الثمن فأصبح اليوم بفضل صحافة الموبايل انتاج فيديو مصور عن حدث أو واقعة معينة بجودة التلفزيون من خلال موبايل ذكي وتطبيق تسجيل فيديو فقط.

الجدول رقم (28): المميزات التي أضافها الموبايل للعمل الإعلامي حسب عينة الدراسة

المميزات	التكرار	النسبة
سرّعت عملية التغطية الإعلامية	94	27.01%
تغطية الاحداث المفاجئة والغير متوقعة	70	20.11%
سهولة التغلغل وسط الحشود	45	12.93%
سَهّلت عملية نقل الاحداث	74	21.26%
البث المباشر للأحداث من مكان الحدث	62	17.81%
أخرى	3	0.86%
المجموع	348	100%

تبين نتائج الجدول أعلاه أن أهم ميزة أضافتها صحافة الموبايل للعمل الإعلامي من وجهة نظر الصحفيون أفراد عينة الدراسة أنها سرعت عملية التغطية الإعلامية بنسبة 27.01 بالمئة، تليها ميزة أنها سهلت عملية نقل الأحداث بنسبة 21.26 بالمئة وفي المرتبة الثالثة جاءت ميزة أنها سهلت على الصحفيين تغطية الأحداث المفاجئة والغير متوقعة بنسبة 20.11 بالمئة، أما نسبة 17.81 فيرون أن أهم ميزاته أنها ساهمت في البث المباشر للأحداث من مكان الحدث، كما سهلت عليهم التغلغل وسط الحشود بنسبة 12.93 بالمئة.

إن التقارب في نسب إجابات افراد عينة الدراسة حول مميزات صحافة الموبايل في العمل الإعلامي يؤكد أن الصحفيين يقرون ويؤكدون على أن الموبايل وسيلة مهمة في العمل الإعلامي حاليا، وأنها أضافت لعملهم ميزات لم تكن موجودة من قبل وهو ما سهل عليهم عملهم الإعلامي.

فصحافة الموبايل اليوم وسيلة أثرت إيجابيا على التغطية الإعلامية من حيث السرعة في تنفيذها فأصبح بإمكان الصحفي بواسطتها تغطية الحادثة أو الواقعة بسرعة وفي وقت حدوثها دون الحاجة لوسائل ومعدات ثقيلة، معتمدين في ذلك على الموبايل الشخصي وما يحتويه من تطبيقات تضمن جودة التغطية، وهو ما يساعد حسب الصحفي أحمد غربي من زيادة سرعة تداول المعلومات وانتشارها على أوسع نطاق وضمان تفاعل المستخدمين مع الأخبار والمعلومات.

وليس ببعيد عن سرعة التغطية الإعلامية التي توفرها صحافة الموبايل فإنها أيضا سهلت عملية نقل الأحداث والوقائع بسرعة إذ مكنت الصحفي من ارسال القصة الخبرية عن الحدث الذي قام بتغطيته من مكان الحدث مباشرة إلى غرف الأخبار بالمؤسسة العامل بها بأقل وقت وجهد وتكلفة، كون صحفي الموبايل هو المصور والمحرر والمصمم، وفي بعض الأحيان يلجئ الصحفي إلى البث المباشر عبر الموبايل من مكان الحدث من خلال التطبيقات المختلفة التي يحملها الموبايل والتي تتميز بالجودة العالية.

وأهم ما يميز خدمة البث المباشر لصحافة الموبايل أنها تتيح للصحفيين التواصل والتفاعل المباشر والفوري بين المتلقين والصحفيين. فهي اذن وسيلة تفاعلية لا يقتصر دورها على مجرد تغطية الاحداث كما هو الحال بالنسبة للوسائل التقليدية بل تستخدم التغطية التفاعلية التي يشترط فيها ان تكون متصلة بالانترنت، وتتجسد في التعليق المباشر على الموضوع او الحدث أو الخبر المعالج والمنشور. (بن الصغير، 2018، ص11). وبالتالي فصحافة الموبايل هنا تعد وسيلة إعلامية ثرية.

أيضا يرى الصحفيين أفراد عينة الدراسة أن من بين أهم ميزات صحافة الموبايل سهولة التغلغل وسط الحشود كونها وسيلة صغيرة الحجم ولا تحتاج إلى طواقم كبيرة أو معدات ثقيلة وبالتالي تسهل على الصحفي عملية الحركة والمشي وسط الحشود بكل إرياحية.

إضافة الى ما سبق أشار الصحفي "أحمد غربي" أن أهم ميزات صحافة الموبايل أيضا أن المحتوى الإعلامي المقدم من خلاله يكاد يضاهي من حيث الجودة محتوى وسائل الإعلام التقليدية، وكأحسن دليل على ذلك مثلا تغطية التلفزيون العمومي الجزائري لوصول الفريق الوطني لكرة القدم بعد التتويج باللقب

العربي في الدوحة، والتي أطلق الصحفي "وليد بوزراح" على تغطية التلفزيون الجزائري اسم (الانتكاسة) إذ شاهدنا صور رديئة جدا على شاشة التلفزيون الجزائري، في المقابل انتشرت بعض الفيديوهات عبر مواقع التواصل الإجتماعي لصحفيين ومواطنين صوروا لحظة وصول الفريق الوطني بهواتفهم الذكية وكانت الصور بجودة عالية مقارنة بصور التلفزيون العمومي.

الجدول رقم (29): أهم المهارات المطلوبة لدى الصحفيون لإنتاج المحتوى الإعلامي بصحافة الموبايل

المهارات	التكرار	النسبة
أن يتقن التخطيط للقصة	62	20%
أن يتقن الصحفي التقاط الصور والفيديوهات وتحريرها	79	%28
اعداد مواد إخبارية اسرع من المواد الإخبارية التقليدية	58	%21
أن يتقن الصحفي العمل بوتيرة أسرع اذا قرر نشر تقريره مباشرة علة المنصات الرقمية	79	28%
المجموع	282	100%

تبين نتائج الجدول أعلاه أن أهم المهارات التي تتطلب في الصحفيين الذين ينتجون المحتوى الإعلامي بواسطة صحافة الموبايل حسب وجهة نظر المبحوثين في هذه الدراسة هي أن يتقن الصحفي التقاط الصور والفيديوهات وتحريرها وأن يتقن العمل بوتيرة أسرع إذا قرر نشر تقريره مباشرة عبر المنصات الرقمية بنسبة 28 بالمئة لكل واحدة منهما، تليها أن يتقن إعداد مواد إخبارية أسرع من المواد الإخبارية التقليدية بنسبة 21 بالمئة، ثم أن يتقن التخطيط للقصة.

نستنتج مما سبق وجود تقارب بين مختلف النسب وهذا يؤكد على أن صحافة الموبايل تحتم على الصحفيين إتقان عدة مهارات حتى يستطيعوا العمل عليها، وبالتالي فهم في حاجة أكبر لاكتساب أكبر قدر

ممكن من هذه المهارات وبالتالي يحتاجون إلى تدريب مستمر عليها من خلال القيام بدورات تكوينية تكون مؤطرة من طرف متخصصين في المجال. إذ أن العمل الصحفي في البيئة الحديثة وبالوسائل التكنولوجيا تختلف عنها في البيئة التقليدية، فاليوم نحن نتحدث عن ما يعرف اليوم بالصحفي المتكامل الذي يقوم بكل الأدوار الإعلامية لوحده فهو من يبحث عن المعلومة ويحررها ثم يقوم بنشرها وبثها لأكبر عدد ممكن من الجماهير.

فصحافة الموبايل تقوم بشكل كلي على بناء المهارات وامتلاك الرغبة في اكتشاف وسائط بديلة عن تلك المستخدمة في الصحافة التقليدية، ولا بد أن يتقن المحررون الإمكانات التي تتحها صحافة الموبايل ويستغلونها ليتمكنوا من دعم فريقهم في اتباع أساليب مبتكرة، فهناك مستويات مختلفة من الممارسة في صحافة الموبايل فمن جهة هناك صحفيون ذوو مهارات عالية في هذا المجال ويستخدمون احدث الأجهزة والتطبيقات وأفضل الهواتف الذكية وفي المقابل هناك صحفيون يستخدمون هواتفهم المحمولة كما هي لاتباع محتوى متعدد الوسائط، للإشارة فإن الفوائد التي توفرها صحافة الموبايل للمؤسسات الإعلامية لا تتحقق إلا إذا تلقى الصحفيين تدريبا جيدا مقرونا بالمهارات الصحفية الأساسية .(التوام، 179).

فمهم بالنسبة للصحفي أن يقوم بتطوير قدراته ومهاراته في استخدام الهواتف الذكية في البحث عن المعلومات والأخبار، فلقد أصبحت هذه الوسيلة جزء أساسي من المهارات المطلوبة لنجاحه كصحفي، فالباحث الجيد عن المعلومات هو محرر جيد كما ان المحرر الجيد لابد أن يكون باحثا جيد. (بن الصغير، 2018، ص8)

وللإشارة فإن نتائج الجدول جاءت مشابهة لما وصلت إليه الباحثة "شذا خالد حتامله" حيث توصلت إلى أن مهارة اتقان الصحفي تصوير فيديو بالموبايل وتحريره جاءت في المرتبة الأولى وأرجعت ذلك إلى أن الصحفي الذي يستخدم صحافة الموبايل يجب عليه أن يصور ويحرر من موقع الحدث مباشرة مقارنة بالصحفي التقليدي الذي ينتظر حتى يعود إلى مقر المؤسسة حتى يحرره وينشره.

5.1.2.4 المعيقات التي تواجه الصحفيون الجزائريون المستخدمين لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي

الجدول رقم (30): إجابات عينة الدراسة حول مشاركتهم في دورات تكوينية مقدمة من طرف المؤسسة الإعلامية العامل بها

المشاركة في دورات تدريبية	التكرار	النسبة
نعم	22	20.2%
لا	87	79.8%
المجموع	109	100%

تبين نتائج الجدول أعلاه حول إجابات أفراد عينة الدراسة حول ما إذا سبق لهم المشاركة في دورات تكوينية في صحافة الموبايل مقدمة من طرف المؤسسة الإعلامية التابعين لها، أن ما يفوق نسبة 79 بالمئة من إجابات المبحوثين جاءت ب "لا" في حين نسبة 20.2 بالمئة فقط من المبحوثين أجابوا ب " بنعم".

وبالتالي يمكن القول أن أغلب المؤسسات الإعلامية في الجزائر لا تولي أهمية لمواكبة التطورات الحاصلة في ميدان العمل الإعلامي ولا تسعى لتحسين إمكانيات صحفيوها من خلال تكييفها مع مستجدات الميدان الإعلامي في العصر التقني الحالي، وهو الأمر الذي من شأنه أن يعود بالفائدة على المحتوى الإعلامي الذي تقدمه هذه المؤسسات الإعلامية بصفة عامة، لكن رغم ذلك لا ننفي وجود جهود مبذولة من طرف بعض المؤسسات الإعلامية لتقديم دورات تكوينية لصحفييها مقدمة من طرف مختصين أجانب في صحافة الموبايل لصحفييها وإن كانت نادرة وتعد على أصابع اليد الواحد مثل ما قامت به وكالة الأنباء الجزائرية حيث نظمت دورة تدريبية لصحفييها مقدمة من طرف بعض الصحفيين الأوربيين المختصين في صحافة الموبايل في مؤسسات إعلامية عالمية مثل ال BBC (وكالة الأنباء الجزائرية، 2019) مجمع النهار اضافة الى موقع الشروق اون لاين حيث أشرف على هذه الدورة الإعلامي التونسي الشواشي. على مدار أربعة أيام، نظمتها مؤسسة "دويتشه فيله" الألمانية. أنتج الصحفيون، طيلة أيام التدريب ، العديد من

القصص باستعمال الهواتف النقالة وبرمجيات خاصة، تحت إشراف وتوجيهات المدرب الذي شرح مختلف طريق تصوير الفيديو باستخدام الهاتف النقال وكيفية اتخاذ اللقطات، كما شرح عناصر القصة الصحفية وكيفية سردها في تقرير مصوّر. (لهوازي،2018).

وبالنظر إلى نقص هذا النوع من الدورات التدريبية للصحفيين في الجزائر يلقي الصحفي "وليد بوزراح" اللوم هنا على المسؤولين في المؤسسات الإعلامية، حيث أشار إلى أن الكثير منهم ينظر إليها على أنها السهل الممتنع ولا تحتاج لمهارات لاستخدامها في العمل الإعلامي، حيث أبدى هنا اعتراضا، إذ يرى أنها تحتاج إلى تكوين عميق بحيث يجب على الصحفي أن يحترف التصوير ويعرف جيد زوايا التقاط الصور والفيديوهات بالموبايل كما يشترط عليه أن يحترف التركيب ويؤكد على أن ضعف استخدام هذه التقنية في الجزائر يعود إلى ضعف التكوين الاحترافي فيه رغم أن ذلك لا ينفي وجود بعض المحاولات لكن يرى أنها لا ترقى لتكون رفيعة المستوى.

وهذا ما يفسر الاستخدام السطحي لصحافة الموبايل فرأينا سابقا أن عدد كبير من الصحفيين يستخدمونه باعتباره وسيلة اتصالية ومجرد وسيلة للحصول على المعلومات من المصادر الرسمية والغير رسمية ومن مختلف وسائل الاعلام المختلفة عبر الموبايل، كونه أيضا منصة أساسية لنشر محتوى مختلف وسائل الإعلام التقليدية والجديدة منها.

الجدول رقم (31): تبين إذا كانت هذه الدورات التكوينية كافية لاكتساب المبحوث مهارا صحافة الموبايل

	التكرار	النسبة
نعم	16	72.72%
لا	6	27.27%
المجموع	22	100%

واستكمالا لنتائج الجدول أعلاه حاولنا معرفة مدى اكتساب الصحفيون الذين قدمت لهم دورات تكوينية في صحافة الموبايل مقدمة من طرف المؤسسات الإعلامية التابعين لها والذين بلغت نسبتهم 20.2 بالمئة من أفراد عينة الدراسة، نلاحظ أن نسبة 76.92 بالمئة منهم أجابوا بنعم وأن الدورة كانت ناجحة وأكدوا أنهم اكتسبوا مهارات العمل الإعلامي بصحافة الموبايل، في حين أجاب 23.07 ممن استفادوا من هذه الدورات ب "لا" وأكدوا أن هذه الدورات لم تكن كافية لاكتسابهم كل مهارات صحافة، وهو ما يؤكد فكرة الإعلامي " وليد بوزراح" أن صحافة الموبايل ليست السهل الممتنع وأنها تحتاج إلى تدريب وممارسة متواصلة. وهو ما جاء معارض للنتيجة التي توصل إليها الباحث "صلاح محمد صلاح" في دراسته لأن التصميم العام للهاتف النقال يساعد على استخدامه في العمل الصحفي دون اجراء دورات تدريبية حول ذلك.

الجدول رقم (32): إجابات عينة الدراسة إذا ما سبق لهم ان شاركوا في دورات عن صحافة الموبايل من تلقاء أنفسهم

المشاركة في الدورات	التكرار	النسبة
نعم	34	31.2%
لا	75	68.8
المجموع	109	100%

نلاحظ من خلال نتائج الجدول الخاصة بمعرفة ما إذا سبق لعينة أفراد الدراسة المشاركة في دورات تكوينية من تلقاء أنفسهم ان نسبة 68.8 بالمئة لم يسبق لهم ذلك في حين نسبة 31.2 بالمئة شاركوا في دورات تكوينية على حسابهم.

إذ أن أغلب الصحفيين يؤكدون على أهمية الموبايل في العمل الإعلامي، ويرون أنهم بحاجة لهذه الدورات لكنهم لم يشاركوا فيها لعدة أسباب قد تكون لضيق وقتهم أو للأعباء المادية التي تفوق قدراتهم أو السبب ربما هو أن هذا النوع من الدورات في الجزائر ناقص جدا بل ربما محدود ولا يوجد في كل مكان فأغلبية الدورات تتمركز في الجزائر العاصمة هذا من جهة ومن جهة أخرى نقص عدد المدربين المتخصصين في صحافة الموبايل في الجزائر، أذ أنهم يعدون على أصابع اليد.

للإشارة فهذه الدورات لها محتوى ممتاز وتسمح بالتعرف على أسرار ومهارات صحافة الموبايل وطرق الاستفادة من كل امكانياتها، من خلال ورشات العمل التي تقدم للصحفيين والتطبيقات العملية والمحاضرات التدريبية والتعليمية مما يتيح لهم الفرصة للتعرف على الإمكانيات الحقيقية للموبايلات والبرامج الأساسية للعمل الصحفي والإعلامي عبر الموبايل وكيفية اعداده وتحويله إلى جهاز اعلامي للرصد والتسجيل وأيضا للتعرف على الأجهزة والاكسيسوارات الخاصة بالموبايل والمساعدة للعمل الإعلامي بواسطته كالميكروفونات وبرامج المونتاج المتوفرة وكيفية تأخير نفاذ البطارية.

الجدول رقم (33): التحديات التي تواجه عينة الدراسة في استخدامهم لصحافة الموبايل

التحديات	التكرار	النسبة
ضعف مهاراتهم في مجال صحافة الموبايل	49	16.27%
غياب التشريعات القانونية ومواثيق الشرف الضابطة للممارسة المهنية بصحافة الموبايل	64	21.26%
عدم استفادة الصحفيين من دورات تكوينية في صحافة الموبايل	62	20.59%
بنية العمل الإعلامي في الجزائر غير مناسبة للتغيرات التي تفرضها صحافة الموبايل ومستجدات التكنولوجيا الحديثة	47	15.61%
ضعف شبكة الانترنت	78	25.91%
أخرى	1	0.33%
المجموع	301	100%

تبين نتائج الجدول (31) الخاص بالصعوبات التي تواجه الصحفيون الجزائريون خلال ممارستهم صحافة الموبايل، أن ضعف شبكة الانترنت هي أكثر الصعوبات التي تواجههم بتكرار 78 وبنسبة مئوية بلغت 25.91 بالمئة، ثم تليها في المرتبة الثانية غياب التشريعات القانونية ومواثيق الشرف الضابطة للممارسة المهنية باستخدام الموبايل بنسبة 21.26بالمئة. ثم نجد في المرتبة الثالثة عدم استفادة الصحفيين من دورات تكوينية في صحافة الموبايل بنسبة20.59 بالمئة، وضعف مهاراتهم في صحافة الموبايل بنسبة فاقت 16.27 بالمئة، أيضا يرى أفراد عينة الدراسة أن بنية العمل الإعلامي في الجزائر غير مناسبة للتغيرات التي تفرضها صحافة الموبايل ومستجدات التكنولوجيا الحديثة بنسبة 15.61 بالمئة.

نلاحظ إذن أن المشاكل والصعوبات التي تواجه الصحفيين الجزائريين خلال استخدامهم لصحافة الموبايل هي كلها صعوبات تقنية، خاصة بتدفق شبكة الانترنت التي تعد بطيئة جدا، ففي آخر الدراسات

لسنة 2021 حول سرعة التنزيل ضمن اتصالات النطاق العريض احتلت الجزائر المرتبة 194 عالميا و المرتبة 16 عربيا بمتوسط سرعة تحميل لم تتعدى 3.08 ميجابايت في الثانية والتي تعد سرعة بطيئة جدا مقارنة بسرعة التنزيل في الامارات العربية المتحدة التي بلغت 29.30 ميجابايت في الثانية.(Audi.2021)، وهذا ما يشكل صعوبات لهم خاصة عند محاولة ارسال الفيديوهات والصور التي تم التقاطها لبثها او مشاركتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وهو ما أشار إليه الصحفي "ياسر لعرابي" إذ أكد أنه لإنجاح صحافة الموبايل في الجزائر على وزارة البريد تهيئة المكان لها، وهذا بتوفير التدفق العالي للأنترنيت في القرى والمداشر التي لازالت تشهد انقطاعا كبيرا. (موقع الحوار، 2016، تم الاطلاع عليه 2022/04/24 على الساعة 06:35 متاح على الرابط التالي https://www.elhiwar.dz/national

وللإشارة فقد جات هذه النتيجة مشابهة لما توصلت إليه دراسة (karhumen ,2017) وهي صعوبة نقل مقاطع الفيديو عن الأحداث في المناطق الجغرافية المعزولة كالمناطق الريفية التي تعاني من انعدام شبكة الأنترنت.

في حين خالفت هذه النتائج ما توصلت إليه (حتامله، 2020) إذ وجدت أن أهم التحديات التي تواجه الصحفيين الأردنيين هي السرعة في النشر على حساب الحقيقة. إذ أن الصحفيين أحيانا يسارعون إلى نشر الأخبار دون التحقق من صحتها.

كما أن عدم استفادة الصحفيين من دورات تكوينية حول صحافة الموبايل تكون ممولة من طرف المؤسسة العاملين بها يعتبر احدى اهم الصعوبات حسب اراء عينة الدراسة فهذا يجعلهم يستخدمون الموبايل إعلاميا استخداما سطحيا دون معرفتهم لكل اسرار الوسيلة.

إضافة إلى غياب التشريعات القانونية الخاصة بتنظيم المهنة باستخدام صحافة الموبايل تشكل عائقا أمامهم، وبالتالي فإن البيئة الجديدة للعمل الإعلامي التي تتسم بالانفتاح والسرعة والتفاعلية وتعدد الأدوار التي سمحت للمتلقي والمستخدم أن يكون ناشرا وناقلا للأخبار والمعلومات وبالتالي تحتاج لسنّ قوانين وتشريعات تبين للصحفيين مالهم وما عليهم. لذلك يجب على المشرع الجزائري وسلطة الضبط أن ينظموا ممارسة العمل الإعلامي بصحافة الموبايل من خلال وضع تشريعا يعترف بها.

وللإشارة هنا فإن الأكاديمي والصحفي "أحمد غربي" قد دعا المشرع الجزائري إلى الاعتراف بصحافة الموبايل كشكل من أشكال الصحافة الالكترونية وبالتالي تطبق عليها القوانين المنظمة لنشاط الصحافة الالكترونية.

في حين خالفه الصحفي "رياض شعباني" في فكرة أن صحافة الموبايل هي شكل من أشكال الصحافة الالكترونية وتندرج تحتها، إذ اعتبر صحافة الموبايل وسيلة إعلامية مستقلة عن أي شكل آخر من الممارسة الإعلامية، ويرى أنها تحتاج لقانون خاص بها ينظمها ويضبطها بحسب مميزاتها وخصائصها.

وكما أشرنا سابقا فإن من بين الصعوبات التي تواجه الصحفيين الجزائريين من خلال استخدامهم لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي هي ضعف مهاراتهم في استخدام صحافة الموبايل، لذلك نلاحظ أن استخدامهم لها يطغى عليه الجانب التقليدي، وهناك من الصحفيين من لا زال يعتبرها مجرد وسيلة تواصليه مساعدة في العمل الإعلامي فقط، وهو ما لامسناه لدى الكثير من الصحفيين خلال تواصلنا معهم أثناء توزيع استمارة الاستبيان، فالبعض ما زال يعتبرها مجرد وسيلة تواصلية ولا تستطيع أن تكون وسيلة إعلامية، بسبب جهلهم بالمهارات والقواعد التقنية للموبايل والتي يمكن الاستفادة منها إعلاميا، كقواعد التصوير الفوتوغرافي بالموبايل والتطبيقات الخاصة بتحرير الصورة، ومهارات تصوير الفيديو وتطبيقات المونتاج، وغيرها من التطبيقات العامة التي يحتاجها الصحفي لكتابة النصوص وارسال المواد وتسجيل المقابلات عبر الهاتف المحمول، بالإضافة الى التعرف على مهارات تخزين واسترجاع المعلومات من اجل معالجتها رقميا على الموبايل من اجل إخراجها كمادة إعلامية جاهزة للنشر من خلال الموبايل مباشرة.

أما "الصحفي وليد بوزراح" فقسم التحديات التي تواجه انتشار صحافة الموبايل في الجزائر إلى ثلاثة نقاط فإضافة إلى الغياب القانوني ونقص التكوين الاحترافي والمكونين الحقيقيين في ظل انتشار ما اسماهم بالدخلاء على المهنة ممن يدعون حسب رأيه التخصص في هذا المجال لجني الأموال فقط، فأن هناك تحدي ثالث تمثل في صعوبة اقناع مدراء المؤسسات العمومية بهذه التقنية واعتمادها في غرف الأخبار نظرا لانتمائهم للمدرسة الكلاسيكية إذ يرى أن بعض المسؤولين ليس لديهم قابلية للتغيير أو التطوير والتكيف مع مستجدات العصر.

الجدول رقم (34) اراء عينة الدراسة حول إذا ما كان هناك وعي بين الصحفيين الجزائريين بأهمية الموبايل في العمل الإعلامي

الوعي	التكرار	النسبة
نعم	65	56.6%
لا	8	7.33%
ربما	36	33.02%
المجموع	109	100%

تبين نتائج الجدول أعلاه أن أغلب أفراد عينة الدراسة لديهم وعي بأهمية صحافة الموبايل في العمل الإعلامي بمعدل 65 مفردة أي ما يعادل نسبة 59.6 بالمئة، في حين نسبة 33.02 بالمئة ترى أن الصحفيين الجزائريين ربما لديهم وعي لصحافة الموبايل في حين 7.3 بالمئة ليس لديهم وعي حيث أجاب ثمانية افراد من أفراد عينة الدراسة أجاب ب "لا.

وبالتالي يمكن القول ان الأغلبية اديهم نظرة إيجابية لصحافة الموبايل باعتبارها وسيلة إعلامية جديدة فرضت نفسها في البيئة الإعلامية الجديدة بفضل الميزات التي اضافتها للعمل الإعلامي، كقدرتها على مواكبة تسارع الأحداث وسرعة انتقال الاخبار والمعلومات، فصحافة الموبايل سهلت العمل الإعلامي على الصحفيين ومكنتهم من تحقيق أكبر للسبق الصحفي وبالتالي حققت لديهم ما يعرف بالرضى الوظيفي، فصحافة الموبايل حققت إمكانية توثيق الاحداث وقت وقوعها خاصة في حالة الاحداث والوقائع المفاجئة والقيام بتحرير المقاطع المصورة وارسالها الى غرف الاخبار وتحميلها ومشاركتها عبر منصات التواصل

الاجتماعي، بالإضافة إلى أنها وسيلة صغيرة الحجم ومرنة ما جعلها أكثر ضمانا لأمان الصحفي.

الجدول رقم (35) اراء عينة الدراسة حول إذا ما كان هناك وعي بين الصحفيين الجزائريين بأهمية الموبايل في العمل الإعلامي حسب متغير السن

السن / الوعي	أقل من 25		من 25إلى 30سنة		من 31إلى 36سنة		من 37إلى 42 سنة		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	4	30.76 %	16	55.17 %	17	51.51 %	18	85.71 %	65	56.6%
لا	2	15.38 %	3	10.34 %	3	9.09%	0	00	8	7.33%
ربما	7	53.84 %	10	34.48 %	13	39.39 %	3	14.28 %	36	33.02 %
المجموع	13	%100	29	100%	33	100%	21	100%	109	100%
اختبار كا2			قيمة كا2		درجة الحرية		مستوى الدلالة		القرار	
			14.214		8		0.076		غير دالة عند (0.05)	

نسبة 85.71 بالمئة من أفراد عينة الدراسة من الفئة العمرية التي تمتد من 37 سنة إلى 42 سنة أكدوا بأن هناك وعي بأهمية صحافة الموبايل لدى الصحفيين الجزائريين، يليهم المبحوثين المبحوثين من الفئة العمرية 43 سنة فما فوق بنسبة 76.92 بالمئة ثم الفئة من 25 إلى 30 سنة والفئة من 31 إلى 36 سنة بنسبة 55.1 للأولى و 51.51 للثانية..

في حين نجد أن الفئة العمرية لأقل من 25 سنة نفت وجود وعي بين الصحفيين حول أهمية صحافة الموبايل في العمل الإعلامي بنسبة 15.38 بالمئة، أما نسبة 53.84 بالمئة من هذه الفئة ترى أن هناك "ربما" وعي بين الصحفيين بأهمية صحافة الموبايل في العمل الإعلامي.

ونستنتج من خلال النتائج الملاحظة في الجدول أن الفروق المسجلة لدينا ليست ذات دلالة إحصائية، وهو ما تؤكده نتيجة اختبار كا2 للمبحوثين، حيث أن قيمة كا2 في هذا الاختبار بلغت 14.214 عند درجة حرية تساوي 8 وبمستوى دلالة 0.076 وهي اكبر من مستوى الخطأ 0.05.

الجدول رقم (36) أراء عينة الدراسة حول إذا ما كانت هناك سلبيات للعمل الإعلامي بواسطة صحافة الموبايل

السلبيات	التكرار	النسبة
نعم	83	56.14%
لا	12	11%
ربما	14	12.84%
المجموع	109	%100

نلاحظ من نتائج الجدول أعلاه ان اغلب افراد عينة الدراسة يرون أن هناك سلبيات لصحافة الموبايل بنسبة 76.1 بالمئة في حين 12.8 بالمئة أجابوا ب ربما أما النسبة الأقل فأجابوا ب لا" بنسبة11 بالمئة.

نلاحظ أن الأغلبية يقرون بأن لصحافة الموبايل العديد من السلبيات لكن ربما هذه السلبيات خلقتها البيئة الإعلامية في الجزائر إذ تعاني خاصة في الجانب التقني وما يتعلق بشبكة الانترنت وبالقوانين والتشريعات المنظمة للعمل الإعلامي باسخدام الموبايل.

الجدول رقم (36) أراء عينة الدراسة حول إذا ما كانت هناك سلبيات للعمل الإعلامي بواسطة صحافة الموبايل حسب متغير الجنس

الجنس / وجود سلبيات	ذكور		اناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	56	75.67%	27	77.14%	83	56.14%
لا	7	9.45%	5	14.28%	12	11%
ربما	11	14.86%	3	8.57%	14	12.84%
المجموع	74	100%	35	100%	109	100%
اختبار كا2	قيمة كا2		درجة الحرية		مستوى الدلالة	القرار
	1.242		2		0.537	غير دالة عند 0.05

يتبين من خلال نتائج الجدول أعلاه الذي يعرض **أراء** عينة الدراسة حول إذا ما كانت هناك سلبيات للعمل الإعلامي بواسطة صحافة الموبايل حسب متغير الجنس، أن نسبة 77.14 من المبحوثين الاناث أكدن ان لصحافة الموبايل سلبيات على العمل الإعلامي مقابل 75.67 بالمئة من المبحوثين الذكور.

ونجد أيضا أن نسبة 14.28 بالمئة من الاناث نفت وجود سلبيات لصحافة الموبايل مقابل نسبة 9.45 بالمئة من المبحوثين الذكور.

في حين نجد نسبة 14.86 بالمئة من الذكور يون انه " ربما " توجد سلبيات لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي مقابل نسبة 8.57 بالمئة اناث.

ونستنتج من خلال النتائج الملاحظة في الجدول أن الفروق المسجلة لدينا ليست ذات دلالة إحصائية، وهو ما تؤكده نتيجة اختبار كا2 للمبحوثين، حيث أن قيمة كا2 في هذا الاختبار بلغت 1.242 عند درجة حرية تساوي 2 وبمستوى دلالة 0.537 وهي اكبر من المستوى 0.05.

الجدول رقم (37): إذا كانت اجابتك بـ "نعم" ماهي هذه السلبيات

السلبيات	التكرار	النسبة
السرعة في نقل الاخبار دون التحقق من صدقها	70	39.10%
سهولة السرقة الأدبية وانتحال الأفكار	58	32.40%
وجود أدوات النشر في يد المواطن الصحفي	48	26.81
أخرى	3	1.67%
المجموع	179	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الخاص بالسلبيات التي تواجه الصحفيون خلال استخدامهم لصحافة الموبايل أن السرعة في نقل الأخبار دون التحقق من صدقها في المرتبة الأولى بنسبة 39.10 بالمئة، وسهولة السرقة الأدبية وانتحال الأفكار بنسبة 32.40 بالمئة، ثم تليها وجود أدوات النشر في يد المواطن الصحفي بنسبة 26.81.

نلاحظ إذن وجود تقارب بين نتائج الجدل وبالتالي هناك اتفاق بين الصحفيين حول أكثر السلبيات التي تواجه صحافة الموبايل في الجزائر، إذ يرى أفراد عينة الدراسة أن سرعة نقل الأخبار دون تحقق من

صدقها بواسطة صحافة الموبايل أثرت على مصداقية العمل الإعلامي وأهدافه وكذا أخلاقه، كما أن ذلك ساعد على انتشار الشائعات والاخبار والمعلومات الكاذبة وهذا يؤثر سلبا على صورة المؤسسة الإعلامية أدى الجمهور العام، ويمكن القول أن هذا من أهم سلبيات وسائل الإعلام الجديد مقارنة مع الوسائل التقليدية فمثلا الجرائد في البيئة الإعلامية التقليدية كان لها وقت كاف للتحقق من الأخبار التي تصلها في الحين السبق الصحفي بين وسائل الإعلام حاليا ساهم في نشر أخبار كاذبة.

كما أن صحافة الموبايل ساهمت في سرقة الأفكار، والتعدي على الملكية الفكرية للأفراد من خلال سرقة بعض الأفكار ونسبها إليهم بفض وجود بيئة إعلامية تتمتع بالانفتاح.

أيضا من سلبيات صحافة الموبايل من وجهة نظر بعض الصحفيين هي وجود الموبايل في يد الصحفي المواطن، إذ أصبح الصحفي المحترف يتلقى منافسة من صحفيين مواطنين ربما يجهلون اساسيات المهنة الإعلامية الأخلاقيات التي تتحكم فيها، وهناك من ينظر إليهم باعتبارهم دخلاء على المهنة الإعلامية.

أما الصحفي بإذاعة جيجل الجهوية رياض شعباني فيرى أن أهم سلبيات صحافة الموبايل أنها تستخدم لإعداد مواد ذات المدة الزمنية القصيرة التي لا تتعدى دقيقة ونصف أو دقيقتين.

الجدول رقم (38): يبين ما إذا كانت هذه السلبيات تشكل عائق أمام انتشار صحافة الموبايل

عوائق انتشار صحافة الموبايل	التكرار	النسبة
نعم	43	51.80%
لا	10	12.04%
ربما	30	36.14%
المجموع	83	100%

نلاحظ أن أغلب أفراد عينة الدراسة يرون أنّ هذه السلبيات تؤثر تمثل عائق أمام انتشار صحافة الموبايل بنسبة51.80% ، في حين نسبة36.14% أجابت بأن ربما هذه السلبيات يمكنها أن تؤثر سلبا وتعيق انتشار صحافة الموبايل في الجزائر، في حين 12.04% بالمئة ترى أنّها لا تمثل عائق أمام انتشارها.

وبالتالي فصحافة الموبايل تحتاج إلى سنّ قوانين ومواثيق لتكييف الممارسة الإعلامية بالموبايل، حتى تعطيها الجانب الاحترافي والإطار القانوني والرسمي لاستخدام صحافة الموبايل في العمل الإعلامي، إذ أن ذلك سيساعد الصحفيين أكثر في ممارستهم لعملهم الإعلامي وسيضمن أكبر قدر لحقوقهم فضلا عن قدرتهم في مواكبة التطورات التكنولوجية.

6.1.2.4 اتجاهات الصحفيون نحو تشريع أو سنّ ميثاق أخلاقيات الممارسة الإعلامية يتماشى مع طبيعة استخدام صحافة الموبايل في العمل الإعلامي.

الجدول رقم (36) اتجاهات الصحفيون نحو تشريع أو سن ميثاق أخلاقيات الممارسة الإعلامية يتماشى مع طبيعة استخدام صحافة الموبايل في العمل الإعلامي.

العبارات	موافق		محايد		معارض	
لا يمكن تطبيق أخلاقيات المهنة الإعلامية التقليدية التي حددتها قوانين الإعلام في الجزائر على ممارسة المهنة الإعلامية في البيئة الإعلامية الجديدة.	54	49.54%	46	42.20%	9	8.25
يجب وضع ميثاق شرف إعلامي جديد يحدد للصحفيين حقوقهم وواجباتهم من خلال استخدامهم للموبايل في العمل الإعلامي.	91	83.48%	9	8.25%	9	8.25%
يجب على كل مؤسسة إعلامية أن تضع ميثاق شرف خاص بها يحدد حقوق وواجبات الصحفيين خلال استخدامهم صحافة الموبايل.	80	73.39%	16	14.67%	13	11.92%

الضوابط المهنية والأخلاقية التي تربط العمل الإعلامي في الجزائر مناسبة لممارسة المهنة بواسطة الموبايل؟	27	24.77%	37	33.94%	45	41.28%
هل ترى أن الصحفي الذي يمارس المهنة الإعلامية بالموبايل حقوقه الإعلامية والمهنية مكفولة؟	21	19.26%	37	33.94%	51	46.78%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الخاص اتجاهات الإعلاميين نحو تشريع أو سن ميثاق أخلاقيات الممارسة الإعلامية يتماشى مع طبيعة استخدام صحافة الموبايل في العمل الإعلامي، أن 49.54% من افراد عينة الدراسة أبدوا موافقة حول عبارة أنه لا يمكن تطبيق اخلاقيات المهنة الإعلامية التقليدية التي حددتها قوانين الاعلام في الجزائر على ممارسة المهنة الاعلامية في البيئة الجديدة، في حين 42.20% بالمئة من افراد عينة الدراسة أبدوا محايدتهم لنفس العبارة بينما 8.25% بالمئة عارضوا الفكرة ، وبالتالي فإن أغلب أفراد العينة يطالبون بوضع أخلاقيات وسن قوانين تتماشى ومتطلبات الممارسة الإعلامية بصحافة الموبايل، للحد من التجاوزات التي تحصل بسببها.

وقد وافق أغلب أفراد عينة الدراسة على وضع ميثاق شرف إعلامي جديد يحدد للصحفيين حقوقهم وواجباتهم من خلال استخدامهم للموبايل في العمل الإعلامي بنسبة 83.48 ، في حين ان نسبة 8.25 بالمئة كانوا محايدين اتجاه هذه العبارة ونفس النسبة عارضتها ، إذن فصحافة الموبايل لها أسس واخلاقيات حسب الصحفيين تختلف عن أسس واخلاقيات الممارسة المهنية بالوسائل التقليدية.

كما أن 73.39 بالمئة من أفراد عينة الدراسة يرون أنه يجب على كل مؤسسة إعلامية أن تضع ميثاق شرف خاص بها يحدد حقوق وواجبات الصحفيين خلال استخدامهم لصحافة الموبايل، إذ أنه حسب رأيهم

فممارسة صحافة الموبايل في المواقع الالكترونية الإخبارية مثلا تختلف عن ممارستها في التلفزيون أو الإذاعة والصحافة المكتوبة. بينما نسبة 14.67 أبدوا محايدتهم وعارض الفكرة 11.92.

نلاحظ أيضا ان 41.28 بالمئة من افراد عينة الدراسة عارضوا فكرة أنّ الضوابط المهنية والأخلاقية التي تربط العمل الإعلامي في الجزائر مناسبة للمهنة بواسطة الموبايل وهذا يؤكد على الفكرة التي جاءت في العبارات السابقة حول أن الصحفيين الذين يستخدمون صحافة الموبايل في الجزائر يطالبون اليوم بسن قوانين تنظم المهنة الإعلامية بواسطة الموبايل. نسبة 33.94 بالمئة أبدوا محايدتهم للفكرة بينما 24.77 بالمئة وافقوا عليها.

ونسبة 46.78 من الصحفيين المستخدمون للموبايل في الجزائر عارضوا فكرة أنّ الصحفي الذي يمارس المهنة الإعلامية بالموبايل حقوقه الإعلامية والمهنية مكفولة، في حين 33.94 بالمئة كانوا محايدين حول نفس الفكرة، أما 19.26 بالمئة فوافقوا على العبارة، وبالتالي نجد أغلبية الصحفيين رغم ايمانهم بأهمية الموبايل في العمل الإعلامي وبالتسهيلات التي قدمتها لهم إعلاميا إلى أن صحافة الموبايل لها أيضا سلبيات وأنّ مستخدمي صحافة الموبايل حقوقهم الإعلامية والمهنية غير مكفولة وذلك ربما يعود إلى أنّ الانفتاح الحاصل في البيئة الإعلامية الحديثة ووجود أدوات النشر في يد المواطن جعل الصحفي المحترف يجد صعوبة في عمله الإعلامي حيث أصبحت حقوقه الإعلامية غير مكفولة واشتدت المنافسة وضغوط العمل عليه، خاصة فيما يتعلق بضرورة التنافس لتحقيق السبق الصحفي.

7.1.2.4. اتجاهات الصحفيون الجزائريون نحو استخدام صحافة الموبايل

الجدول رقم (40): اتجاهات الصحفيون الجزائريون نحو صحافة الموبايل

العبارات	موافق		محايد		معارض	
صحافة الموبايل أعطت حرية أكبر للصحفيين في الحصول على المعلومات	92	%84.40	13	11.92%	4	3.66%
ضعف تغطية شبكة الانترنت في الجزائر أثر سلبا على العمل الإعلامي بواسطة صحافة الموبايل	98	89.90%	5	4.58%	6	5.50%
–صحافة الموبايل كرست مفهوم الصحفي الشامل	52	47.70%	39	35.77%	18	16.51%
صحافة الموبايل ساهمت في ولوج دخلاء على المهنة ميدان العمل الإعلامي	93	85.32%	13	11.92%	3	2.75%
ساعدت صحافة الموبايل في نشر معلومات كاذبة بسبب التسابق لنشر المعلومات دون التحقق حول	98	89.90%	9	8.25%	2	1.83%

صدقها من المصادر						
الموبايل أكثر وسيلة تساعدك على تحقيق السبق الصحفي	65	59.63%	25	22.93%	19	17.43%
الموبايل أكثر وسائل الإعلام الجديد ملائمة للعمل الإعلامي في البيئة الجديدة	76	69.72%	21	19.26%	12	11%
ممارسة المهنة الإعلامية من خلال صحافة الموبايل تحتاج إلى سن قوانين وتشريعات إعلامية خاصة بها	93	85.32%	14	12.84%	2	1.83%
الصحفي الذي يعتمد على صحافة الموبايل في أداء عمله يحتاج الى المشاركة في دورات متخصصة عن تطبيقاته	85	77.98%	16	14.67%	8	7.33%
لا تهتم المؤسسات الإعلامية في	46	42.20%	38	34.86%	25	22.93%

الجزائر بصحافة الموبايل						
أجد مرونة أكبر في العمل عند استخدام صحافة الموبايل	79	72.47%	26	23.85%	4	3.66%

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه الذي يوضح اتجاهات الصحفيين نحو صحافة الموبايل أن 84.40 بالمئة أبدوا موافقة تامة على عبارة أن صحافة الموبايل أعطت حرية أكبر للصحفيين في الحصول على المعلومة، وهذا تأكيد آخر على أن صحافة الموبايل اليوم سهلت على الصحفيين والمؤسسات الإعلامية عملها، كما ساهمت من جهة في رفع مستوى المنافسة بين الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية لتحقيق السبق الصحفي، وهذا ما من شأنه ان يرفع مستوى الخدمة التي تؤديها المؤسسات الإعلامية لجذب أكبر عدد ممكن من المتلقين. ونسبة 11.92 بالمئة كانوا محايدين بينما نسبة 3.66 بالمئة فقط عارضوا العبارة.

كما نجد أن 89.90 بالمئة من أفراد عينة الدراسة وافقوا على أن ضعف شبكة الانترنت أثر سلبا على صحافة الموبايل، إذ أن أساس صحافة الموبايل هو وجود تدفق عالي لشبكة الانترنت، في حين المتتبع للشأن الإعلامي في الجزائر يجد أن شبكة الانترنت في الجزائر لا زالت تعاني من مشكلات سواء في ضعف شبكة الانترنت أو حتى انعدامها في بعض المناطق. وهو ما يصعّب على الصحفيين مهمتهم خاصة إذا ما أرادوا بث مباشر لبعض الأحداث في أماكن معزولة، وبالتالي يضطر الصحفي هنا إلى استخدام الموبايل إعلاميا استخداما تقليديا بحيث يكتفي بتصوير الأحداث فقط، ثم بعد عودته إلى مقر المؤسسة يقوم بعمل مونتاج أو انجاز قصة خبرية، وبالتالي يستهلك وقت أكثر في نشر الخبر، وربما يصبح الخبر قديما وتم استهلاكه من جهات أخرى. بينما 5.50 بالمئة عارضوا العبارة و4.58 أبدوا محايدتهم.

إنّ نسبة 47.70 بالمئة من أفراد عينة الدراسة وافقوا على أنّ صحافة الموبايل كرست مفهوم الصحفي الشامل ونسبة 35.71 كانوا محايدين في حين 16.51 بالمئة عارضوا نفس الفكرة، وهذا يعني أن أغلبية الصحفيين يرون أن صحافة الموبايل اليوم ساعدت الصحفي على الإلمام بجميع أساسيات العمل

الإعلامي سواء التصوير أو التحرير والمونتاج بفضل التطبيقات المختلفة التي يتحها المحمول للصحفي، اذ أن الصحفي في البيئة الإعلامية الحديثة وبوجود الموبايل في يده أصبح يعتبر مؤسسة إعلامية مستقلة بذاتها تقوم بكل الوظائف الإعلامية التي تقوم بها المؤسسة الإعلامية التقليدية بطواقمها المختلفة، وبالتالي نؤكد مرة أخرى على الفكرة التي تناولناها سابقا في ان الصحفيين في حاجة على دورات تكوينية عن صحافة الموبايل.

يرى أغلبية أفراد العينة أن صحافة الموبايل ساهمت في دخول دخلاء على المهنة 85.32 بالمئة)، أي أن وجود الموبايل في يد المواطنين مكنهم من ممارسة المهنة الإعلامية، وهذا الأمر له وجهين الأول إيجابي إذ يمكن للصور والفيديوهات التي يلتقطونها للمواطنين بالموبايل في المناطق الوعرة ومناطق النزاع أو المناطق التي يصعب على الصحفيين أن يصلوا اليها أو لتصوير أحداث لم تكن متوقعة كالكوارث الطبيعية مرجعا للمؤسسات الإعلامية تستفيد منها في انجاز قصصها الإخبارية، كما ساهم الصحفي المواطن في البيئة الإعلامية الجديدة من إظهار الحقيقة ونشرها كما هي دون تعديلها من طرف المؤسسات الإعلامي كما كان يحصل في البيئة الإعلامية التقليدية لتكييفها حسب الخط الافتتاحي للمؤسسة الإعلامية.

لذلك يرى الباحث بعزيز إبراهيم" أنه محتم اليوم على الجمهور المشاركة في انتاج المحتوى الإعلامي لنقل الأحداث المحيطة به، ليس بالضرورة لأنه يرغب في ممارسة مهنة الصحافة، بل لأنه مضطر لنقل الأحداث المتعلقة به وبمصيره وشؤونه، خاصة إذا تغافلت عنها وسائل الإعلام التقليدية ورفضت تغطيتها، ففي كثير من الأحيان تغيب وسائل الاعلام التقليدية ومراسليها وصحفييها عن مواقع الأحداث لأسباب عديدة ابرزها منعها من طرف السلطات من التصوير والتغطية، فيلجئ المواطن الصحفي إلى تعويض ذلك باستخدام هواتفهم وكاميراتهم وتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات لتقديم وجهة نظر تختلف عن تلك التي تقدمها وسائل الإعلام. (بعزيز، 2014، ص208). كما حدث في أحداث الربيع العربي وكذا في الحراك الشعبي بالجزائر سنة 2019، حيث خرج الشعب في مظاهرات ضد ترشح الرئيس السابق عبد العزيز بوتفليقة لعهد انتخابية خامسة، لكن نجد أن القنوات التلفزيونية في الجزائر بثت الخبر على أنه مجر مظاهرات للمطالبة ببعض الإصلاحات، وهو ما دفع بالمواطن الصحفي إلى اظهار حقيقة المظاهرات في الشارح من خلال تصوير مقاطع فيديو حية ونشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما استخدموا تقنية البث المباشر عبر هذه المواقع، أما الجانب السلبي لمشاركة المواطن الصحفي في العمل الإعلامي هو إمكانية مخالفتهم لأخلاقيات وقوانين المهنة الإعلامية لأنهم يجهلونها، ففي حين أن الصحفي المحترف

تدرب ودرس هذه الأخلاقيات والقوانين الضابطة للممارسة الإعلامية أكاديميا في الجامعات والمعاهد، فإن الصحفي المواطن يجهلها وهو ما يمكنه من مخالفة بعض الآداب العامة للمجتمع والتعدي عللا أخلاقيات الممارسة الإعلامية كتصوير اشخاص ونشر صورهم دون اخد اذنهم، التشهير ببعض الأشخاص وغيرها. و11.92 محايدين و 2.75 معارضين.

إن 89.90 من أفراد عينة الدراسة أبدوا موافقة تامة على ان صحافة الموبايل ساهمت ساعدت على نشر معلومات كاذبة بسبب التسابق لنشر المعلومات دون التحقق حول صدقها من المصادر، ونسبة 8.25 كانوا محايدين اتجاه هذه العبارة بينما عارضتها نسبة 1.83 بالمئة فقط، اذ ان سرعت انتشار الأخبار في البيئة الإعلامية الجديدة والمنافسة الكبيرة بين المؤسسات الإعلامية لتحقيق السبق الصحفي في ظل توفر الموبايل في يد كل صحفي ساهم اكبر في نشر وتداول الاخبار الكاذبة والشائعات فالمؤسسات الإعلامية بصفة عامة والصحفيين بصفة خاصة أصبحوا ينشرون ويبثون الخبر في المرحلة الأولى ثم يحاولون التحقق منه في المرحلة الثانية، فالموبايل ساعد الصحفي على نشر الخبر مباشرة على الوسيلة الإعلامية التابع لها قبل مرورها على رئيس التحرير، وبالتالي يمكن القول أن هذه الميزة تدخل في سلبيات صحافة الموبايل.

الموبايل أكثر وسيلة تساعد على تحقيق السبق الصحفي اغلبية افراد عينة الدراسة وافقوا على هذه الفكرة بنسبة 59.63بالمئة في حين 22.93 بالمئة أبدوا محايدتهم وعارضها 117.43 بالمئة، إذن النسبة الأكبر من المبحوثين يرون ان الموبايل هي الوسيلة الاحسن لتحقيق الجودة وتحسين الأداء الصحفي للصحفيين، كما أنه الوسيلة الأحسن لاشباع حاجات ورغبات المتلقين.

أما فيما يخص أن صحافة الموبايل أكثر وسائل الإعلام الجديد ملاءمة للعمل الإعلامي في البيئة الجديدة فإن أغلب أفراد عينة الدراسة أبدوا الموافقة بنسبة 69.72 بالمئة في حين نسبة 19.26 بالمئة كانوا محايدين وعارضوا العبارة بنسبة 11 بالمئة، وتعتبر صحافة الموبايل إذن وسيلة ملائمة في العمل الإعلامي في البيئة الحديثة التي تتسم بسرعة انتقال المعلومات وتداولها وانتشارها لتصل لكل بقاع العالم وهذا ما جعل البعض يصف صحافة الموبايل بالآنية والكونية بفضل ما تملكه من تقنيات وتطبيقات اتصالية وإعلامية وتقنية.

إن أغلب أفراد عينة الدراسة أبدوا موافقة تامة على أن ممارسة المهنة الإعلامية بواسطة الموبايل تحتاج لسنّ قوانين وتشريعات إعلامية خاصة بها بنسبة 85.32 بالمئة، في حين نسبة 12.84 بالمئة كانوا محايدين اتجاه نفس الفكرة وعارضها 1.83 بالمئة، وهو ما تم الإشارة اليه سابقا في المحور السابق ان الممارسة العلمية بصحافة الموبايل تحتاج لسن قوانين جديدة تنظم المهنة، فالعمل الإعلامي في البيئة الجديدة لا يتلاءم مع الاخلاقيات والقوانين الضابطة له والتي وضعت لممارسة المهنة بالوسائل التقليدية فالسرعة واللاتزامنية والانتشار التي تميز الاعلام الجديد تحتاج لضوابط واخلاقيات جديدة.

يرى أغلبية أفراد الدراسة ان الصحفي الذي يعتمد على صحافة الموبيل في أداء عمله الإعلامي يحتاج على المشاركة في دورات تكوينية بنسبة 77.98 بالمئة، بينما نسبة 14.67 كانوا محايدين اتجاه هذه العبارة وعارضتها نسبة 7.33 بالمئة من افراد عينة الدراسة. إذ ان ظروف عمل الصحفي للوسائل التقليدية تختلف عن ظروف العمل بالوسائل الجديدة، فالصحفي في البيئة التقليدية كانت مهامه محددة ويعمل في إطار الجماعة وفي طواقم صحفية مختلفة كل فرد له مهام ومسؤوليات حسب تخصصه هناك المختص في التصوير وهناك المختص في التحرير وهناك المذيع وغيره وبالتالي تتكاتف كل الجهود لإخراج المنتوج الإعلامي النهائي أما صحفي الموبايل فيطلق عليه اسم الصحفي الشامل فهو من يصور ويحرر ويعدّل ويخرج القصة الخبرية ويبثها وقد يتحول إلى مذيع من خلال بث مباشر، وهذا ما يتطلب منه تدريب وتكوين مكثف للتعرف على كل خبايا وميزات الموبايل إعلاميا وبالتالي يحتاج الصحفي هنا لتدريبات ودورات تكوينية في هذا المجال، وهناك من يطالب بجعل صحافة الموبايل تخصص يقدم لطلبة الاعلام في الجامعات المعاهد الأكاديمية.

42.20 بالمئة من افراد عينة الدراسة يجدون أن المؤسسات الإعلامية في الجزائر لا تولي اهتماما لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي، ونسبة 34.86 أبدوا محايدتهم اتجاه هذه العبارة، وعارضها نسبة 22.93 بالمئة، إذ أن الأغلبية المبحوثين يعتمدون عليه بقرار ذاتي وربما ذلك يؤثر سلبا على جودة الخدمة الإعلامية التي تقدمها المؤسسات الإعلامية للجمهور. كما نفهم أن الصحفيين في الجزائر أكثر إلماما بأهمية الموبايل في العمل الإعلامي بالقائمين على هذه المؤسسات ربما ذلك راجع إلى أن الجيل الجديد أكثر ميولا للتقنيات الحديثة في حين الجيل السابق الموجود على رأس المؤسسات الإعلامية لا زال يطغى على عملهم الإعلامي الجانب والرؤية التقليدية.

نلاحظ من خلال نتائج الجدول ان نسبة 72.47 بالمئة من أفراد عينة الدراسة يجدون مرونة أكبر في العمل باستخدام صحافة الموبايل ونسبة 23.85 كانت محايدة اتجاه نفس العبارة وعارضتها نسبة 3.66 بالمئة اذ ان الموبايل كوسيلة صغيرة الحجم والوزن ومتعود الصحفي على استخدامه اذ أنه وسيلة تعتبر مألوفة لدى الصحفي، جعلته يستخدمها بسهولة ودون بذل جهد كبير، وفي المقابل تقدم جودة في العمل وسرعة أكبر.

2.2.4 نتائج الدراسة

1.2.2.4 النتائج العامة:

توصلت الدراسة على مجموعة من النتائج نوجز أهمها فيما يلي:

1 –بينت نتائج الدراسة أن الصحفيين الجزائريين الذكور هم الأكثر استخداما لصحافة الموبايل في الجزائر وتجدر الإشارة إلى أن فئة الشباب منهم هم الأكثر اهتماما بهذه الوسيلة في العمل الإعلامي مقارنة بالفئات العمرية الأخرى.

2 –الصحفيون الجزائريون العاملون في الإذاعة هم الأكثر استخداما لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي، وذلك يعود لخصائص العمل الإعلامي بالإذاعة الذي يعتمد على التسجيلات الصوتية، ويليهم الصحفيين العاملين في الصحافة الالكترونية التي تحتاج موادها الإعلامية إلى استخدام الوسائط المتعددة التي من شأنها أن تقضي على الغموض اتجاه ما يتم نشره بالتالي الحصول على رجع صدى.

3 –توصلت الدراسة إلى أن الصحفيين الجزائريين يستخدمون صحافة الموبايل لجمع الأخبار والمعلومات من المصادر الإعلامية إضافة الى انتاج ونشر وعرض المحتوى في مختلف وسائل الاعلام وهذا يؤكد على أن صحافة الموبايل اليوم قد دخلت كل مراحل الإنتاج في المؤسسات الإعلامية بدءا بجمع المعلومات والأخبار الأولية وإعادة تحريرها وتنظيمها ثم نشرها.

4 –يتحكم في اعتماد الصحفيين الجزائريين حسب نتائج الدراسة طبيعة الحدث المعالج ووقت حدوثه، إذ يعتبرون صحافة الموبايل هي البديل عند غياب الوسائل والتقنيات الإعلامية التقليدية.

5 –تسجيل المقابلات الإعلامية والمقاطع الصوتية هي أكثر أنواع التغطيات الإعلامية التي ينفذونها الصحفيون بواسطة صحافة الموبايل.

6 –توصلت الدراسة إلى أن أهم دوافع استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل هي الاستفادة من التطور التكنولوجي الحاصل على تكنولوجيات الموبايل والاتصالات اللاسلكية، وذلك بهدف الاقتصاد في الوقت، فالعمل على قصة إخبارية مثلا باستخدام صحافة الموبايل يستغرق وقت أقل للعمل على نفس القصة الإخبارية بالوسائل التقليدية وذلك راجع إلى التطبيقات الإعلامية التي يوفرها الموبايل كوسيلة إعلامية منها تلك المتعلقة بالتصوير والاضاءة ومنها الخاصة بالتحرير والمونتاج وغيرها من التطبيقات الإعلامية السهلة التحميل على الموبايل.

7 –بينت نتائج هذه الدراسة أن أهم أشكال التغطيات الإعلامية التي تنفذها عينة الدراسة بواسطة صحافة الموبايل هي اعداد الأخبار واجراء المقابلات، وبما أن اعداد الاخبار هو الأصل في الاعلام فهذا يؤكد أن الموبايل اليوم وسيلة إعلامية كغيرها من الوسائل التقليدية المعروفة، تؤدي نفس الأدوار التي تؤديها هذه الوسائل.

8 –توصلت الدراسة إلى أن الصحفيين الجزائريين يعتمدون على صحافة الموبايل بدرجة كبيرة في عملهم الإعلامي.

9 –توصلت الدراسة إلى أن أهم الظروف التي تدفع بالصحفيين إلى استخدام صحافة الموبايل في العمل الإعلامي هي الأحداث الطارئة والعاجلة وبالتالي يمكن القول أنّ الصحفيين يلجؤون إلى صحافة الموبايل اضطراريا.

10 –توصلت الدراسة إلى أن استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل راجع إلى قرار ذاتي من الصحفي نفسه، وهذا يدل على أن الصحفيين أكثر ايمانا بالدور الذي تلعبه صحافة الموبايل في العمل الإعلامي.

11–بينت نتائج الدراسة أن صحافة الموبايل وسيلة اتصال تفاعلي توفر تغذية راجعة عن القضايا والأحداث والمعلومات التي يتم تناولها ونشرها.

12–توصلت الدراسة إلى أن أهم الخدمات التي تقدمها صحافة الموبايل للصحفيين في العمل الإعلامي هي سهولة نقل المادة الإعلامية وتغطية الأحداث المفاجئة والغير متوقعة وهو ما يساعدها في تحقيق السبق الصحفي ورفع كفاءة الأداء على مستوى المؤسسات الإعلامية.

13 –بينت نتائج الدراسة أن صحافة الموبايل وسيلة إعلامية متعددة الوظائف إذ أنه يساهم في جمع المادة الإعلامية وتنظيمها وتحريرها وتعديلها ثم إخراجها في شكلها النهائي دون الحاجة إلى معدات ووسائل أخرى

14 –تتيح صحافة الموبايل للصحفيون مهمة انجاز التغطيات الإعلامية بسرعة وهو ما يسهل عليهم عملية نقل الأخبار والمعلومات عن هذه الأحداث والوقائع الطارئة.

14 –إن ضعف شبكة الانترنت في الجزائر هي أكثر الصعوبات التي تواجه الصحفيون الجزائريون المستخدمين لصحافة الموبايل، بالإضافة إلى مشكل غياب التشريعات القانونية ومواثيق الشرف الضابطة للممارسة المهنية بصحافة الموبايل، وهو ما جعل الاعتماد عليها في العمل الإعلامي من طرف الصحفيين في الجزائر يطغى عليه العشوائية، ما دفع بالكثير إلى اعتبارها صحافة المواطن نفسها.

16–أكدت الدراسة إلى أن هناك وعي كبير بين الصحفيين الجزائريين حول أهمية صحافة الموبايل وأن أهميتها تنبع من مميزاتها التي لا تعد ولا تحصى ما جعلها وسيلة إعلامية ثرية.

17 –سرعة نقل ونشر الأخبار والمعلومات بواسطة صحافة الموبايل لها أيضا جانب سلبي في العمل الإعلامي يتمثل في نقل الأخبار دون التحقق من صحتها، وهو ما من شأنه أن يساهم في نشر الشائعات والأخبار الكاذبة وبالتالي يؤثر سلبا على سمعة المؤسسة الإعلامية ومصداقيتها.

18–توصلت الدراسة إلى أن اتجاهات أغلب الصحفيين الجزائريين كانت إيجابية نحو الحاجة لتشريع وسن ميثاق أخلاقيات الممارسة الإعلامية بشكل يتماشى مع طبيعة ومتطلبات استخدام صحافة الموبايل في العمل الإعلامي، إذ يرون أن الضوابط المهنية والأخلاقية التي تربط العمل الإعلامي في الجزائر غير مناسبة لممارسة المهنة باستخدام صحافة الموبايل.

19 –أبدى أغلب الصحفيين موافقتهم لوضع ميثاق شرف خاص لكل مؤسسة إعلامية بحيث تحدد حقوق وواجبات الصحفيين أثناء استخدامهم لصحافة الموبايل.

20–بينت الدراسة أن الصحفيين الذين يستخدمون صحافة الموبايل في العمل الإعلامي حقوقهم الإعلامية غير مكفولة.

21–توصلت الدراسة إلى أن صحافة الموبايل أعطت حرية أكبر للصحفيين في الحصول على المعلومات بفضل المرونة في العمل التي تتحها للصحفيين.

22 –صحافة الموبايل حسب نتائج الدراسة كرست مفهوم الصحفي الشامل وتعد اكثر وسائل الاعلام الجديد ملائمة للعمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الجديدة.

2.2.2.4 نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات الفرعية

–التساؤل الأول: ما هي دوافع استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي؟

– أغلبية أفراد العينة يستخدمون صحافة الموبايل دائما في عملهم الإعلامي بمعدل 66 مفردة وبنسبة 60.6 بالمئة، في حين 42 فرد من أفراد الدراسة أجابوا ب "أحيانا" أي بنسبة 83.5 بالمئة، وتبين النتائج أعلاه أن فرد واحد أجاب ب نادرا وبنسبة 0.9 بالمئة.

وقد افرزت نتائج الاختبار الاحصائي كا2 عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين صحافة الموبايل ومتغير الجنس.

–أعلى نسبة من مجموع أفراد عينة الدراسة تستخدم صحافة الموبايل في جمع الأخبار والمعلومات من المصادر الإعلامية بنسبة 22.2 بالمئة، في حين نسبة 20.9 بالمئة من المبحوثين يستخدمونها لإنتاج ونشر المحتوى في مختلف وسائل الإعلام تليها مباشرة استخدام صحافة المحمول لأنتاج وعرض المحتوى في منصة المحمول فقط بنسبة 16.7 بالمئة، ثم نسبة 15.1 بالمئة من المبحوثين يستخدمونه لبث التغطيات الإعلامية من مصدر الحدث، في حين أجابت 35 مفردة بأنهم يستخدمون صحافة الموبايل بغرض تسجيل التغطيات الإعلامية وبثها لاحقا. أما في الأخير ف 25 مفردة تستخدم صحافة الموبايل لغرض انتاج المحتوى بالمحمول فقط بنسبة 10.5 بالمئة.

– اعتماد عينة الدراسة على صحافة الموبايل في العمل الإعلامي يتحكم فيه بالدرجة الأولى طبيعة الحدث الذي يغطيه الصحفي بمعدل 66 تكرارا ونسبة 34.02 بالمئة، تليها مباشرة وقت وقوع الحدث بنسبة 31.44 بالمئة ثم نوع الوسيلة الإعلامية العامل بها الصحفي بنسبة 19.58 بالمئة، في حين 29 صحفي من أفراد عينة الدراسة وما يمثل نسبة 14.94 يرون أن هناك أسباب أخرى تتحكم في اعتمادهم على صحافة الموبايل إضافة إلى الأسباب السالفة الذكر.

– أكثر أنواع التغطيات الإعلامية التي يقوم بها الصحفيين الجزائريين باستخدام صحافة الموبايل هي تسجيل المقاطع الصوتية وتسجيل المقابلات الصحفية في المرتبة الأولى بنسبة 25.36 بالمئة لكل واحدة منهما، تليهما مباشرة تسجيل الفيديوهات بنسبة 23.89 بالمئة ثم التغطية الإعلامية بالصور بنسبة 22.05 بالمئة.

– دوافع استخدام عينة الدراسة لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي هو الاستفادة من التطور التكنولوجي بنسبة 22.39 بالمئة والاقتصاد في الوقت بنسبة 21.47 بالمئة، تليها مباشرة الاقتصاد في الجهد ثم الابداع والتميز بنسبة 15.64 بالمئة للأولى ونسبة 15.03 بالمئة للثانية ونسب 4.29 بالمئة من المبحوثين أجابوا بأنه ليس لهم بديل آخر من غير الموبايل.

– أكثر أشكال التغطيات الإعلامية التي يقوم بها أفراد عينة الدراسة هي إعداد الأخبار بنسبة 32.4 بالمئة، وتليها في المرتبة الثانية إجراء المقابلات الصحفية بنسبة 20.4بالمئة ، ثم التغطيات الإعلامية متعددة الوسائط بنسبة 19.2 بالمئة وبعدها اعداد التقارير بنسبة 16.8بالمئة واجراء التحقيقات الإعلامية في الأخير بنسبة 10.4بالمئة.

–السؤال الثاني: ما هي درجة استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي؟

– عينة الدراسة تستخدم صحافة الموبايل في عملها الإعلامي بدرجة كبيرة بمعدل 58 مفردة من مفردات الدراسة وبنسبة 53.21 بالمئة، أما 51 مفردة والتي تعادل نسبة 46.7 بالمئة فيستخدمون صحاف الموبايل في عملهم الإعلامي بنسبة متوسطة، وتوضح نتيجة اختبار كا2 أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل ومتغير نوع المؤسسة الإعلامية العاملين بها.

– أن نسبة 61.5 بالمئة من الصحفيين الجزائريين أفراد عينة الدراسة أكدوا أن صحافة الموبايل تحظى باهتمام من طرف مؤسستهم التي يعملون بها، في حين نسبة 33 بالمئة منهم أجابوا ب "أحياناً بينما 5.5 بالمئة نفوا وجود اهتمام بصحافة الموبايل من طرف المؤسسات الإعلامية العاملين بها، وقد بينت نتائج اختبار كا2 أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اهتمام المؤسسات الإعلامية بصحافة الموبايل ونوع المؤسسة التي يعمل بها الصحفيين أفراد عينة الدراسة.

–أكثر نسبة من الصحفيين الجزائريين أفراد عينة الدراسة يستخدمون صحافة الموبايل في عملهم الإعلامي أثناء الاحداث الطارئة والعاجلة بمعدل 88 تكرار وبنسبة 42.30 بالمئة في المرتبة الأولى ثم تليها في

حالة عندما يكونوا خارج ساعات العمل بنسبة 25.96 بالمئة، أما نسبة 17.78 بالمئة من المبحوثين فيستخدمونه بشكل مخطط له مسبقا و نسبة 13.94 بالمئة يستخدمونه صدفة أي عندما لا يكونوا يحلون معهم المعدات والوسائل اللازمة.

– نسبة 82.6 بالمئة من الصحفيين أفراد عينة الدراسة يستخدمون صحافة الموبايل بقرار ذاتي من طرفهم في حين 17.4 بالمئة منهم يستخدمونها بطلب من القائمين على المؤسسة الإعلامية التابعين لها. وقد بينت نتائج اختبار كا2 أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين السبب وراء استخدام عينة الدراسة لصحافة الموبايل ومتغير الجنس.

– أغلبية الصحفيين الجزائريين أفراد عينة الدراسة ينظرون لصحافة الموبايل باعتبارها وسيلة اتصال تفاعلي للنشر والبث بنسبة فاقت 26 بالمئة لكل واحدة منهما، ونسبة 25.09 بالمئة تنظر لصحافة الموبايل باعتبارها مصدر للمعلومات في حين نسبة 19.85 بالمئة تنظر أليها باعتبارها وسيلة لصناعة المحتوى الإعلامي.

السؤال الثالث: ما هي أوجه الثراء التي تتمتع بها صحافة الموبايل لأداء العمل الإعلامي؟

–أكثر الخدمات التي تقدمها صحافة الموبايل للعمل الإعلامي من وجهة نظر الصحفيين الجزائريين افراد عينة الدراسة السرعة في نقل المادة الإعلامية بنسبة 18.95 بالمئة تليها تغطية الاحداث المفاجئة والغير متوقعة بنسبة 16.25 بالمئة، ثم سهولة البحث عن المعلومة بنسبة 14.79 في حين نسبة 13.33من افراد عينة الدراسة أجابوا بسهولة الحركة به وترى نسبة 10.83 بالمئة أنها سهلت عليهم عملية التغطية الإعلامية ونسبة 8.75 ترى أنها مكنتهم من القيام بكل الأدوار الإعلامية دون الحاجة إلى وسائل تقنية أخرى في حين 5 بالمئة رأته أنه غير ملفت للنظر.

– أهم الأسباب وراء استخدام الصحفيون الجزائريون أفراد عينة الدراسة لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي أنها وسيلة متعددة الوظائف بنسبة 31.72 بالمئة، تليها نسبة 29.31 بالمئة من الصحفيين يستخدمونها لكونها وسيلة سهلة الاستخدام، كما تعتبرها نسبة 24.09 من افراد عينة الدراسة وسيلة توفر الأمان والسرعة للصحفي إضافة الى ان نسبة 14.85 من الصحفيين يعتبرونها وسيلة رخيصة التكلفة.

– أهم ميزة أضافتها صحافة الموبايل للعمل الإعلامي من وجهة نظر الصحفيين أفراد عينة الدراسة أنها سرعت عملية التغطية الإعلامية بنسبة 27.01 بالمئة، تليها ميزة أنها سهلت عملية نقل الأحداث بنسبة 21.26 بالمئة وفي المرتبة الثالثة جاءت ميزة انها سهلت على الصحفيين تغطية الاحداث المفاجئة والغير متوقعة بنسبة 20.11 بالمئة، أما نسبة 17.81 فيرون أن أهم ميزاته أنها ساهمت في البث المباشر للأحداث من مكان الحدث، كما سهلت عليهم التغلغل وسط الحشود بنسبة 12.93 بالمئة.

– أهم المهارات التي تتطلب في الصحفيين الذين ينتجون المحتوى الإعلامي بواسطة صحافة الموبايل حسب وجهة نظر المبحوثين في هذه الدراسة هي أن يتقن الصحفي التقاط الصور والفيديوهات وتحريرها وأن يتقن العمل بوتيرة أسرع إذا قرر نشر تقريره مباشرة عبر المنصات الرقمية بنسبة 28 بالمئة لكل واحدة منهما، تليها ان يتقن اعداد مواد إخبارية أسرع من المواد الإخبارية التقليدية بنسبة 21 بالمئة، ثم أن يتقن التخطيط للقصة.

4–السؤال الرابع: ماهي أهم المعيقات التي تواجه الصحفيون خلال استخدامهم لصحافة الموبايل؟

– ما يفوق نسبة 79 بالمئة من المبحوثين أجابوا بأنه لم يسبق لهم أن شاركوا في دورات تكوينية حول صحافة الموبايل مقدمة من طرف مؤسساتهم الإعلامية في حين نسبة 20.2 بالمئة فقط من المبحوثين أجابوا ب " بنعم".

– نسبة 76.92 بالمئة من مجموع المبحوثين الذين أجابوا بأنهم شاركوا في دورات تكوينية حول صحافة الموبايل مقدمة من طرف مؤسساتهم الإعلامية أجابوا بأن الدورة كانت ناجحة وأكدوا أنهم اكتسبوا مهارات العمل الإعلامي بصحافة الموبايل، في حين أجاب 23.07 ممن استفادوا من هذه الدورات ب "لا" وأكدوا أن هذه الدورات لم تكن كافية لاكتسابهم كل مهارات صحافة الموبايل.

– ان نسبة 68.8 بالمئة من الصحفيين أفراد عينة الدراسة لم يسبق لهم أن شاركوا في دورات تكوينية من تلقاء أنفسهم، في حين نسبة 31.2 بالمئة شاركوا في دورات تكوينية على حسابهم.

– توصلت الدراسة إلى أن أكثر التحديات التي تواجه الصحفيين الجزائريين خلال ممارستهم صحافة الموبايل هي ضعف شبكة الانترنت في المرتبة الأولى بتكرار 78 وبنسبة مئوية بلغت 25.91 بالمئة، ثم تليها في المرتبة الثانية غياب التشريعات القانونية ومواثيق الشرف الضابطة للممارسة المهنية باستخدام الموبايل

بنسبة 21.26بالمئة. ثم نجد في المرتبة الثالثة عدم استفادة الصحفيين من دورات تكوينية في صحافة الموبايل بنسبة20.59 بالمئة، وضعف مهاراتهم في صحافة الموبايل بنسبة فاقت 16.27 بالمئة، أيضا يرى أفراد عينة الدراسة أن بنية العمل الإعلامي في الجزائر غير مناسبة للتغيرات التي تفرضها صحافة الموبايل ومستجدات التكنولوجيا الحديثة بنسبة 15.61 بالمئة.

– أغلب أفراد عينة الدراسة لديهم وعي بأهمية صحافة الموبايل في العمل الإعلامي بمعدل 65 مفردة أي ما يعادل نسبة 59.6 بالمئة، في حين نسبة 33.02 بالمئة ترى أن الصحفيين الجزائريين ربما لديهم وعي لصحافة الموبايل في حين 7.3 بالمئة ليس لديهم وعي حيث أجاب ثمانية افراد من أفراد عينة الدراسة ب "لا، وقد بين اختبار كا2 أنه ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اراء عينة الدراسة حول اذا ما كان هناك وعي بين الصحفيين الجزائريين بأهمية الموبايل في العمل الإعلامي ومتغير السن.

– ان اغلب افراد عينة الدراسة يرون ان هناك سلبيات لصحافة الموبايل بنسبة 76.1 بالمئة في حين 12.8 بالمئة اجابوا ب ربما أما النسبة الأقل فأجابوا ب لا" بنسبة11 بالمئة. وقد بينت نتائج الاختبار كا2 أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سلبيات صحافة الموبايل ومتغير الجنس.

–تتمثل أهم هذه السلبيات في سرعة في نقل الاخبار دون التحقق من صدقها في المرتبة الأولى بنسبة 39.10 بالمئة، وسهولة السرقة الأدبية وانتحال الأفكار بنسبة 32.40 بالمئة، ثم تليها وجود أدوات النشر في يد المواطن الصحفي بنسبة 26.81.

– نسبة51.80% من المجيبين يرون أن هذه السلبيات تشكل عائق أمام انتشار صحافة الموبايل ، في حين نسبة36.14% أجابت بأن ربما هذه السلبيات يمكنها أن تؤثر سلبا وتعيق انتشار صحافة الموبايل في الجزائر، في حين 12.04% بالمئة ترى انها لا تمثل عائق أمام انتشارها.

–السؤال الخامس: ما هي اتجاهات الصحفيون الجزائريون نحو تشريع وسن ميثاق أخلاقيات للممارسة الإعلامية يتماشى مع طبيعة استخدام صحافة الموبايل في العمل الإعلامي؟

– نسبة 49.54% من أفراد عينة الدراسة أبدوا موافقة حول عبارة أنه لا يمكن تطبيق أخلاقيات المهنة الإعلامية التقليدية التي حددتها قوانين الإعلام في الجزائر على ممارسة المهنة الإعلامية في البيئة الجديدة،

في حين 42.20% بالمئة من أفراد عينة الدراسة أبدوا محايدتهم لنفس العبارة بينما 8.25% بالمئة عارضوا الفكرة.

– وافق أغلب أفراد عينة الدراسة على وضع ميثاق شرف إعلامي جديد يحدد للصحفيين حقوقهم وواجباتهم من خلال استخدامهم للموبايل في العمل الإعلامي بنسبة 83.48 ، في حين ان نسبة 8.25 بالمئة كانوا محايدين اتجاه هذه العبارة ونفس النسبة عارضتها ،

– نسبة 73.39 بالمئة من أفراد عينة الدراسة يرون أنه يجب على كل مؤسسة إعلامية ان تضع ميثاق شرف خاص بها يحدد حقوق وواجبات الصحفيين خلال استخدامهم لصحافة الموبايل.

–نسبة 41.28 بالمئة من افراد عينة الدراسة عارضوا فكرة أن الضوابط المهنية والأخلاقية التي تربط العمل الإعلامي في الجزائر مناسبة للمهنة بواسطة صحافة الموبايل.

–نسبة 46.78 من الصحفيين المستخدمون للموبايل في الجزائر عارضوا فكرة أن الصحفي الذي يمارس المهنة الإعلامية بالموبايل حقوقه الاعلامية والمهنية مكفولة، في حين 33.94 بالمئة كانوا محايدين حول نفس الفكرة، أما 19.26 بالمئة فوافقوا على العبارة.

– السؤال السادس: ما هي اتجاهات الصحفيين الجزائريين أفراد عينة الدراسة نحو صحافة الموبايل؟

–84.40 بالمئة أبدوا موافقة تامة على عبارة أن صحافة الموبايل أعطت حرية أكبر للصحفيين في الحصول على المعلومة، ونسبة 11.92 بالمئة كانوا محايدين بينما نسبة 3.66 بالمئة فقط عارضوا العبارة.

– نجد أن 89.90 بالمئة من أفراد عينة الدراسة وافقوا على أن ضعف شبكة الانترنت أثر سلبا على صحافة الموبايل، بينما 5.50 بالمئة عارضوا العبارة و4.58 ابدوا محايدتهم.

– نسبة 47.70 بالمئة من أفراد عينة الدراسة وافقوا على أن صحافة الموبايل كرست مفهوم الصحفي الشامل ونسبة 35.71 كانوا محايدين في حين 16.51 بالمئة عارضوا نفس الفكرة.

– يرى أغلبية أفراد العينة أن صحافة الموبايل ساهمت في دخول دخلاء على المهنة 85.32 بالمئة.

-إن 89.90 من أفراد عينة الدراسة أبدوا موافقة تامة على ان صحافة الموبايل ساعدت على نشر معلومات كاذبة بسبب التسابق لنشر المعلومات دون التحقق حول صدقها من المصادر، ونسبة 8.25 كانوا محايدين اتجاه هذه العبارة بينما عارضتها نسبة 1.83 بالمئة فقط.

- نسبة 59.63 بالمئة وافقوا على فكرة . الموبايل أكثر وسيلة تساعد على تحقيق السبق الصحفي في حين 22.93 بالمئة أدوا محايدتهم وعارضها 17.43 بالمئة.

- اغلب افراد عينة الدراسة أبدوا الموافقة بنسبة 69.72 بالمئة اتجاه عبارة ان صحافة الموبايل أكثر وسائل الإعلام الجديد ملائمة للعمل الإعلامي في البيئة الجديدة في حين نسبة 19.26 بالمئة كانوا محايدين وعارضوا العبارة بنسبة 11 بالمئة.

-أغلب أفراد عينة الدراسة أبدوا موافقة تامة على أن ممارسة المهنة الإعلامية بواسطة الموبايل تحتاج لسنّ قوانين وتشريعات إعلامية خاصة بها بنسبة 85.32 بالمئة، في حين نسبة 12.84 بالمئة كانوا محايدين اتجاه نفس الفكرة وعارضها 1.83 بالمئة.

- يرى اغلبية افراد الدراسة ان الصحفي الذي يعتمد على صحافة الموبيل في أداء عمله الإعلامي يحتاج على المشاركة في دورات تكوينية بنسبة 77.98 بالمئة، بينما نسبة 14.67 كانوا محايدين اتجاه هذه العبارة وعارضتها نسبة 7.33 بالمئة من افراد عينة الدراسة.

-نسبة 42.20 بالمئة من أفراد عينة الدراسة يجدون أن المؤسسات الإعلامية في الجزائر لا تولي اهتماما لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي، ونسبة 34.86 أبدوا محايدتهم اتجاه هذه العبارة، وعارضها نسبة 22.93 بالمئة.

- نسبة 72.47 بالمئة من أفراد عينة الدراسة يجدون مرونة أكبر في العمل باستخدام صحافة الموبايل ونسبة 23.85 كانت محايدة اتجاه نفس العبارة وعارضتها نسبة 3.66 بالمئة.

3.2.2.4 نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة:

-**الدراسة الأولى:** للباحثة "أوعلوش كريمة" بعنوان "**الهاتف النقال والأداء الإعلامي في الجزائر-دراسة مسحية تحليلية لعينة من الصحفيين من منظور الاستخدام والاشباع**"، مذكرة لنيل شهادة الماجيستر في لقم الإعلام والاتصال تخصص مؤسسات تكنولوجيا واقتصاديات وسائل الإعلام.

-أوجه التشابه:

اتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في الكثير من النقاط نذكر أهمها فيما يلي:

-أن الصحفيين الذكور هم الأكثر استخداما لصحافة الموبايل (الهاتف الذكي في العمل الصحفي)، فقد وجدنا اعراض الصحفيات عنها مقارنة بالصحفيين عن المستحدثات التقنية للهاتف النقال، لتتبنى كل فئة سلوك اتصالي مختلف عن الفئة الأخرى، حسب تعبير الباحثة "أوعلوش كريمة"، فالذكور الأكثر ميلا لاستخدام التطبيقات الحديثة لتكنولوجيا الاتصال، ونلتمس رغبتهم في التجديد، في حين تبقى الاناث أكثر تمسكا بالأساليب الصحفية المعروفة والتقليدية التي تميل أكثر إلى الاحترافية.

-يستخدم الصحفيون صحافة الموبايل لإجراء المقابلات الصحفية حسب نتائج الدراستين، إذ تبين أن اجراء المقابلات الصحفية والإعلامية هي أكثر أنواع التغطيات التي ينفذها الصحفيين بالموبايل، وهو ما يعكس ظهور عادات اتصالية جديدة في العمل الإعلامي جاءت كنتيجة للتطورات الحاصلة في ميدان تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

-توصلت الدراستين إلى أن الصحفيين يستخدمون صحافة الموبايل بهدف ربح الوقت وسرعة انجاز التغطيات الإعلامية، وهو ما يوفر لهم الآنية في معالجة الأخبار والأحداث ونقلها إلى جمهور وقت حدوثها، ما يساعدهم من جهة في تحقيق السبق الصحفي.

-أوجه الاختلاف:

كما شهدت الدراستين أيضا اختلاف في النتائج المتوصل إليها حيث وجدت هذه الدراسة أن الصحفيين يسعون إلى استخدام الهاتف النقال لتحقيق حاجات شخصية، كالتأكد من صحة المعلومات قبل نشرها، في حين توصلت دراستنا إلى أن صحافة الموبايل تعتبر وسيلة لنشر الأخبار الكاذبة فالصحفيين يسرعون إلى نشر الأخبار لتحقيق السبق الصحفي قبل التحقق من صحتها.

<u>الدراسة الثانية</u>: للباحثة سناء يوسف محمد شاهين، **صحافة المحمول وانعكاساتها على الممارسة الإعلامية دراسة على عينة من الإعلاميين العرب بدولة الإمارات العربية المتحدة خلال الفترة من 2015-2017،** رسالة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، قسم الصحافة للنشر.

-أوجه التشابه:

اتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في عدة نقاط نذكر أهمها فيما يلي:

-توصلت الدراستين إلى أن صحافة الموبايل وسيلة مساعدة للصحفيين على تحقيق السبق الصحفي بفضل التطبيقات التي يحتويها الموبايل وبكة الانترنت التي يزخر بها، إذ أصبح اليوم بإمكان الصحفيين نقل الأحداث والوقائع إلى جمهور المتلقين وقت وقوعها من مكان الحدث مباشرة، وهو ما وفر أكبر قدر ممكن من الآنية في تغطية ومعالجة الأحداث.

-توصلت الدراستين إلى أن صحافة الموبايل غيرت المفهوم التقليدي بإعلامي، واستبدلته بالصحفي الشامل الذي ينجز في الغالب كل مراحل التغطيات الإعلامية بمفرده دون الاعتماد على زملائه، مما يعني تطورا إيجابيا في مهارات أداء المهنة، فالصحفيين اليوم وبفضل صحافة الموبايل أصبح بإمكانهم الإلمام بجميع أساسيات العمل الإعلامي سواء التصوير أو التحرير والمونتاج بفضل التطبيقات المختلفة التي يتيحها الموبايل للصحفي.

-أوضحت الدراستين أن صحافة الموبايل دخلت كل مراح انتاج المواد الإعلامية وهو ما يعني تطورا إيجابيا في طريقة أداء المهنة.

-توصلت الدراستين إلى أن صحافة الموبايل تهدد مستقبل الإعلام المحترف بتشجيعها الهواة على ممارسة المهنة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وظهور مفهوم صحافة المواطن.

-أوجه الاختلاف:

كما لاحظنا وجود اختلاف بين نتائج الدراستين في عدة نقاط نعرض أهمها فيما يلي:

-توصلت هذه الدراسة إلى أن أكبر سلبيات صحافة الموبايل، أن الموبايل عرضة للضياع مما قد يفوت على الصحفي فرصة تغطية الحدث، في حين وجدت دراستنا الحالية أن أكثر سلبيات صحافة الموبايل تمثلت في نشر الأخبار بسرعة دون التحقق من صحتها.

-توصلت الدراسة إلى أن الصحفيين العرب يمارسون صحافة الموبايل بأقل احترافية حيث يركزون استخدامهم لتسجيل التغطيات الصحفية وبثها لاحقا، في حين وجدت دراستنا أن الصحفيين الجزائريين

يستخدمون صحافة الموبايل لجمع المعلومات من المصادر، وكذلك لإنتاج ونشر المحتوى في مختلف وسائل الإعلام.

-**الدراسة الثالثة: للباحث** "هشام زقوت" بعنوان " **استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية، دراسة ميدانية،** للحصول على درجة الماجيستر بكلية الادب، بالجامعة الإسلامية بغزة، 2016.

-أوجه التشابه:

اتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراستنا الحالية، فيما يلي:

-أن أكبر نسبة من الصحفيين المبحوثين في هذه الدراسة يعزون أسباب امتلاكهم للهاتف الذكي إلى مواكبة التكنولوجيا الحديثة واستخدامه في العمل الإعلامي، وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها دراستنا الحالية، أذ أكد الصحفيين الجزائريين أن أهم دافع لاستخدامهم صحافة الموبايل هي الاستفادة من التطور التكنولوجي الحاصل على تكنولوجيات الموبايل والاتصالات اللاسلكية.

-توصلت هذه الدراسة إلى أن الصحفيين الفلسطينيين يستخدمون تطبيقات التواصل الاجتماعي على الهواتف الذكية كمصدر أساسي للمعلومات بشكل عام وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها دراستنا، حيث أن الصحفيين الجزائريين يستخدمون صحافة الموبايل لجمع الأخبار والمعلومات من المصادر الإعلامية.

-توصلت الدراسة إلى أن استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية يزداد في أوقات الأزمات وهو ما أكدته دراستنا الحالية إذ توصلت إلى أن أكثر الروف التي تدفع الصحفيين الجزائريين إلى استخدام صحافة الموبايل في العمل الإعلامي هي الأوقات الطارئة والعاجلة.

-توصلت الدراسة إلى أن أبرز ايجابيات تطبيقات التواصل الاجتماعي على الهواتف الذكية هي سرعة تلقي الأخبار وهو ما تؤكده نتيجة دراستنا الحالية أيضا التي بينت أن أكثر الخدمات التي تقدمها صحافة الموبايل من جهة نظر الصحفيين الجزائريين أنها سرعت عملية نقل المادة الإعلامية ونشر الاخبار.

الاختلاف

-توصلت هذه الدراسة إلى أن المعوقات والصعوبات التي تواجه الصحفيين الفلسطينيين خلال استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي على الهواتف الذكية انتشار الأخبار الغير دقيقة، في حين يرى الصحفيين الجزائريين أن أكبر المعوقات التي تواجههم هي ضعف شبكة الانترنت.

-توصلت هذه الدراسة إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية والمتغيرات الديموغرافية، وهو ما توصلت إليه أيضا درستنا الحالية، إذ لم نسجل علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل ومتغير الجنس.

الدراسة الرابعة: شذا خالد حتاملة بعنوان " **اعتماد الصحفيين الأردنيين على المبايل في انتاج المحتوى الإعلامي**، رسالة للحصول على شهادة الماجيستر في الإعلام بجامعة اليرموك أربيد، الأردن 2020/2019

التشابه:

-توصلت الدراستين إلى أن أهم المهارات المطلوبة أدى الصحفيين الذين يستخدمون صحافة الموبايل في العمل الإعلامي هي أن يتقن الصحفي تصوير الفيديوهات والصور وكذا تحريرها إضافة ألى أن يتقن العمل بوتيرة أسرع خاصة أذا قرر نشر تقريره مباشرة عبر المنصات الرقمية.

-توصلت هذه الدراسة إلى أن أبرز التحديات والمعيقات التي تواجه الصحفيين الأردنيين جراء اعتمادهم على صحافة الموبايل سرعة النشر قبل التأكد من صدقه، أضافة إلى عدم توفر شبكة الانترنت. وهو ما توصلت إليه دراستنا الحالية إذ وجدت أن أكبر المعيقات الي تواجه الصحفيين الجزائريين هي ضعف شبكة الانترنت ووجدنا أن أبرز سلبيات صحافة الموبايل حسب رأي الصحفيين افراد عينة الدراسة الحالية هي السرعة في نشر الاخبار دون التحقق من صدقها بدافع الحصول على شرف السبق الصحفي.

الاختلاف:

-أهم أسباب اعتماد الصحفيين الأردنيين على صحافة الموبايل هو انتاج المحتوى الإعلامي لامتيازها بالسرعة والقابلية والاقتصاد في الوقت والمال، أما في دراستنا فإن أهم سبب وراء استخدام صحافة الموبايل هو أنها وسيلة متعددة الوظائف، كما أنها وسيلة سهلة الاستخدام.

-إن أكبر دافع لاستخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل هي الاستفادة من التطور التكنولوجي الحاصل على تكنولوجيا الموبايل والاتصالات اللاسلكية وذلك بهدف الاقتصاد في الوقت، فالعمل على قصة إخبارية باستخدام صحافة الموبايل يستغرق وقت أقل من العمل على نفس القصة بالوسائل التقليدية، اما في هذه الدراسة فإن الدافع لاستخدام صحافة الموبايل عند الصحفيين الأردنيين هو تحرير الاخبار والتصوير إضافة إلى اعداد التقارير.

الدراسة الخامسة: للباحث صلاح محمد صالح، بعنوان "**الصحافة المتنقلة، استخدام الهاتف الذكي في العمل الصحفي**"، في جامعة uppsala بالسويد، أطروحة مقدمة بكلية قسم المعلوماتية والاعلام، 2017

Mobile journalism, using smatrphone in journalistic work

التشابه: التقت نتائج دراستنا الحالية مع نتائج هذه الدراسة من حيث دوافع الاستخدام ووظائف صحافة الموبايل، نعرض أهم نقاط الاتفاق فيما يلي:

-توصلت الدراستين إلى أن صحافة الموبايل ساعدت المواطن أن يمارس المهنة الصحفية، فالمواطن الذي يملك الهاتف الذكي بيده يمكنه أن يسجل مقاطع الفيديو على هاتفه الذكي حول حدث يرى أنه جدير بالأخبار والنشر من خلال مشاركته مع الخرين على منصات اجتماعية، حيث وجدت دراستنا الحالية أيضا أن الصحفيين الجزائريين يعتبرون صحافة الموبايل وسيلة ساهمت في ولوج دخلاء إبى ميدان العمل الإعلامي.

-أن صحافة الموبايل لها دور كبير في تغطية ونقل الاخبار بسرعة وآنية، إلا أن أكثر خدماتها التي يستفيد منها الصحفيين والمؤسسات الاعلامية هي تغطية الاحداث المفاجئة والغير متوقعة.

-توصلت الدراستين إلى أن صحافة الموبايل وسيلة متعددة الوظائف، تمكن الصحفيين من انجاز عدة مهام في نفس الوقت، فبواسطة هاتف ذكي يستطيع الصحفي أن يصور مقاطع فيديو ويلتقط الصور وتسجيل الصوت وحتى اجراء البث المباشر كل هذه المعطيات ساهمت ففي ظهور اسم الصحفي الشامل.

الاختلاف: أيضا وجدنا أن نتائج هذه الدراسة اختلفت مع نتائج دراستنا الحالية في عدة نقاط منها الدقة، ومميزات صحافة الموبايل، كما يلي:

-توصلت هذه الدراسة على أن أخبار صحافة الموبايل تتميز بالدقة في حين دراستنا الحالية وجدت أن صحافة الموبايل ساهمت في انتشار الأخبار الكاذبة بسبب السرعة في نقل الأحداث دون التحقق من صحتها.

-توصلت هذه الدراسة إلى أن أهم ميزة في صحافة الموبايل أنّها توفر الحرية والاستقلالية لصحفي في حين يرى أفراد عينة دراستنا الحالية أن أهم ميزاتها أنّها سرّعت عملية التغطية الإعلامية للأحداث والقضايا.

-**الدراسة السادسة:** للباحثين VANIA BALDI وLuis pedro Rodrigues و Adelino Decastro Sinoes Gala بعنوان:

Mobile journalism the emergence of a new field of journalis

-التشابه:

-تتشابه نتائج هذه الدراسة مع دراستنا أنها سهلت على الصحفيين الوصول إلى مناطق الوعر ومناطق النزاع، نظرا لعدة مميزات للهاتف الذكي كونه وسلة خفيفة الوزن، ما سهل على الصحفيين الحركة والتنقل به بكل ارياحية حتى في المناطق الوعرة ووسط الحشود، من جهة أخرى يعد الموبايل وسيلة تتميز بالألفة إذ يعرفها الناس ويستخدمونها في حياتهم اليومية، وهو ما لا يشكل على الصحفي أو الجمهور أي ضغط أو خوف.

-يتبين من خلال نتائج الدراستين أن صحافة الموبايل أكثر وسائل الإعلام ملائمة لإجراء المقابلات الصحفية فهي تشعر الشخص الذي تجرى معه المقابلة بالارتياح، على عكس اجراءها بأجهزة التصوير الضخم، إذ أن الجماهير العادية معتادة على التصوير باستخدام الهواتف الذكية.

-توصلت الدراستين إلى أن نقص تدريب الصحفيين يؤثر على جودة المحتوى المنجز بواسطة الموبايل.

الدراسة السابعة: للباحثة Camilla Carlsen بعنوان:

Kenya connected, mobile technology is linking journalists to local source.

أطروحة مقدمة للحصول على درجة الماجيستر في الصحافة بمعهد الصحافة جامعة جنوب الدانمارك، 2020.

التشابه:

تشابهت نتائج هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في النقاط التالية:

-إن الصحفيين يستخدمون صحافة الموبايل في كل مراحل العمل الإعلامي وبعدة طرق كونها وسيلة متعددة الوظائف تقدم للصحفيين خدمات متعددة وتنتج باستخدام عدة اشكال إعلامية.

-توصلت هذه الدراسة إلى أن مزايا تكنولوجيا الهاتف المحمول من وجهة نظر الصحفيين الكينيين أنها تمكنهم من انتاج مواد إخبارية بسرعة أكبر وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها دراستنا الحالية فالصحفيين الجزائريين يؤكدون أن صحافة الموبايل أثرت إيجابيا في عملهم الإعلامي نظرا لمميزاتها المتعددة التي ساهمت في تسريع عملية تغطية الاعلامية فبفضل الموبايل اليوم أصبحوا يغطون الاحداث والوقائع بسرعة وفي وقت حدوثها دون الحاجة لوسائل ومعدات ضخمة ومكلفة، كما أن الموبايل في البيئة الحديثة مكن الصحفيين من بث الحدث باستخدام تقنية البث المباشر.

الاختلاف:

-توصلت هذه الدراسة إلى أن صحافة الموبايل حسب إجابات الصحفيون رفعت من دقة المعلومات في الصحافة الكينين في حين دراستنا الحالية اكدت حسب إجابات الصحفيين الجزائريين أن صحافة الموبايل ساهمت في نقل الاخبار الكاذبة والمغلوطة بسبب السرعة في نشر الاخبار.

4.2.2.4 التوصيات:

من أجل النهوض بقطاع الاعلام والاتصال في الجزائر وتحسين جودة مخرجاته المتمثل في المحتوى الإعلامي على اختلاف انواعه وتخصصاته، لا يجب ان نكتفي بتبني الوسائل والافرازات الجديدة لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الواردة إلينا من دول أخرى وادخالها في العمل الإعلامي واستخدامها استخداما سطحيا فقط، بل يجب العمل على احتراف العمل بها لينعكس إيجابا على المحتوى الإعلامي العام.

ففيما يخص دراستنا التي تتناول موضوع استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل، لاحظنا وجود نقائص وبعض الفجوات بين ما هو كائن وما يجب أن يكون، لذا وجب علينا تقديم بعض التوصيات التي من شأنها أن ترفع وتحسن من مستوى استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في الجزائر، والتي يمكن تقسيمها إلى قسمين، توصيات علمية وعملية كما موضح فيما يلي:

- يجب على المؤسسات الإعلامية أن تقدم دورات تكوينية مكثفة لصحفيوها تكون مقدمة ومؤطرة من طرف مختصين في مجال صحافة الموبايل.
- –ما يجب على الصحفيين أنفسهم أن يسعوا لتحسين مهاراتهم في استخدام صحافة الموبايل في العمل الإعلامي من خلال المشاركة في بعض الدورات التي يقدمها بعض المختصين أو المؤسسات الإعلامية والمعاهد على الأنترنت مثل تلك التي يقدمها معهد الجزيرة للإعلام.
- أن يراعي المسؤولين على المؤسسات الإعلامية توظيف صحفيين مختصين في صحافة الموبايل، أو لهم خبرة في هذا المجال.
- ضرورة ترسيخ الجانب الأخلاقي في ممارسة العمل الإعلامي بواسطة صحافة الموبايل وعدم التعدي على أخلاقيات المهنة.
- تخصيص غرف أخبار خاصة بصحافة الموبايل على مستوى مختلف المؤسسات الإعلامية.
- يجب على الدولة العمل على تحسين البيئة التحتية في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال، حتى تسهل على الصحفيين انجاز مهامهم الإعلامية بواسطة صحافة الموبايل من أي مكان في الجزائر.
- الاطلاع على المحتوى الإعلامي الرقمي العالمي والاستفادة من تجاربهم في مجال صحافة الموبايل، كونهم قطعوا أشواطا كبيرة في انتاج المحتوى الإعلامي بواسطة صحافة الموبايل.
- الاهتمام بالتكوين الأكاديمي في مجال صحافة الموبايل لطلبة المعاهد وكليات الإعلام والاتصال، وتدريبهم الميداني في صحافة الموبايل، والعمل على أن يكون صحافة الموبايل مقياس أو حتى تخصص يشرف عليه أساتذة ومؤطرون لهم خبرة في هذا المجال.

خاتمة

خاتمة

خاتمة:

تعتبر صحافة الموبايل شكلا من أشكال الصحافة الذكية التي فرضت نفسها في ساحة العمل الإعلامي بصفة عامة، لنقل الأخبار والمعلومات وإنتاج المحتوى الإعلامي بسرعة وبأقل جهد وتكلفة وبجودة عالية، فصحافة الموبايل يمكن لها اليوم وبفضل مجموعة الخصائص التي تميزها أن تؤدي كل الوظائف التي تؤديها الوسائل الإعلامية الأخرى (صحافة مكتوبة، إذاعة، تلفزيون، صحافة الكترونية...)، وهو ما جعل اهتمام الصحفيين بها يزداد يوما بعد يوم، لما توفره من حرية في الوصول إلى المعلومات ونقل الأخبار والحصول على رجع صدى فوري، فهي اليوم وسيلة أساسية وضرورية في غرف الأخبار ولا يستغني عنها الصحفيين.

وقد تبين من خلال هذه الدراسة أن الصحفيين الجزائريين يستخدمون صحافة الموبايل لجمع الأخبار والمعلومات من المصادر الإعلامية إضافة إلى انتاج ونشر وعرض المحتوى الإعلامي المنجز في مختلف وسائل الإعلام وهو ما يؤكد أن صحافة الموبايل اليوم قد دخلت إلى كل المؤسسات الإعلامية وكل مراحل انتاج المادة الإعلامية، من جمع المعلومات إلى نشرها مرورا بمعالجتها وتعديلها، وبالتالي فالمؤسسات الإعلامية والصحفيين على حد سواء يسعون إلى الاستفادة من التطورات التكنولوجية الحاصلة على تكنولوجيات الموبايل والاتصالات اللاسلكية.

للإشارة فإن صحافة الموبايل من أكثر الوسائل التي توفر على الصحفي الجهد والوقت، فالمختصين يؤكدون أن العمل على قصة إخبارية مثلا باستخدام صحافة الموبايل يستغرق وقت أقل للعمل على نفس القصة الإخبارية بالوسائل التقليدية، إضافة إلى أنها وسيلة إعلامية متعددة الوظائف فهي تساهم في جمع المادة الإعلامية وتنظيمها وتحريرها وتعديلها ثم إخراجها في شكلها النهائي دون الحاجة إلى معدات ووسائل أخرى ضخمة ومكلفة، كما توفر في نفس الوقت تغدية راجعة فورية عن الأحداث والوقائع والأخبار التي يتم تداولها وهو ما يكرس أكبر قدر من المصداقية والشفافية وتبادل الأفكار بحرية.

لكن وبالرغم من كل ذلك نجد أن ضعف شبكة الانترنت في الجزائر يقف عائق في وجه الصحفيين الجزائريين المستخدمين لصحافة الموبايل إضافة إلى مشكل غياب التشريعات القانونية ومواثيق الشرف المنظمة للممارسة الإعلامية بواسطة صحافة الموبايل، وهو ما جعل الصحفيين يستخدمونها عشوائيا، ودفعت البعض إلى النظر إليها نظرة قاصرة وبتصنيفها كنوع من الصحافة الشعبوية، في حين نجدها في

خاتمة

الدول الأجنبية والعربية الأخرى (دول الخليج العربي) يعتبرونها اليوم جوهر الممارسة والعمل الإعلامي، لأنها الوجه الجديد للإعلام، حتى أن بعض المؤسسات الإعلامية تشترط لتوظيف الصحفيين أن تكون لهم خبرة عملية علمية في صحافة الموبايل ويطلقون عليهم اسم "صحفيو الموبايل" أو اسم "الصحفيين المتكاملين"، ولم يقتصر استخدام صحافة الموبايل عندهم في غرف الأخبار فقط مثل ما هو حاصل في الجزائر بل دخلت شركات الإنتاج الضخمة للأفلام والمسلسلات أيضا.

لكن على العموم يمكن القول أنّ صحافة الموبايل في الجزائر رغم النقائص إلا أنها تمشي بخطى ثابتة للأمام، وهناك اتجاه إيجابي نحوها سواء من طرف المؤسسات الإعلامية أو الصحفيين أنفسهم.

المراجع

قائمة المراجع

القواميس والمعاجم:

– مستجير، احمد. وآخرون. (2018). ***معجم مصطلحات الإعلام***، القاهرة: مجمع اللغة العربية.

–الخليفي. طارق السيد أحمد. (2008). ***معجم مصطلحات الإعلام***. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.

–الفار. محمد جمال. (2010). ***المعجم الإعلامي.*** عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع. عمان.

–الفار، محمد جمال. (2014). ***معجم المصطلحات الإعلامية***، عمان: نبلاء ناشرون وموزعون، دار أسامة للنشر والتوزيع.

الكتب:

– أبو عرجة، تيسير. (2010). ***الاعلام العربي وسائله رسائله وقضاياه***، ط1، عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

– الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2011). ***المدخل إلى وسائل الاعلام والاتصال***، ط1، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

– المشهداني، سعد سلمان. (2019). ***منهجية البحث العلمي***، ط1،عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.

– شروخ، صلاح الدين. (2003). ***منهجية البحث العلمي***، عنابة الجزائر: دار العلوم للنشر والتوزيع.

– علي، عبد الفتاح علي. (2014). ***الإعلام الاجتماعي***، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

– –محجوب، وجيه. (2005). ***أصول البحث العلمي ومناهجه***، ط2، عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع،

–إبراهيم، إسماعيل. (2014). ***الاعلام المعاصر سائله، مهاراته، تأثيراته، اخلاقياته***، ط1. الدوحة: وزارة الثقافة والفنون والتراث.

–أبو العلا، محمد علي. (2013). ***نظريات الاتصال العام في ضوء تكنولوجيا الاتصال والعولمة***. دار العلم والايمان للنشر والتوزيع.

–أبو عيشة، فيصل. (2010). ***الإعلام الالكتروني***، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

–البدراني. فاضل محمد. (2014). ***أسس التحرير الصحفي والتلفزيوني والالكتروني***. عمان: دار البداية ناشرون وموزعون.

–الجندين محمد. (2020). ***الوسائط المتعددة للصحافة والإعلام***. ط1، القاهرة: مجموعة النيل العربية.

-الدعمي، غالب كاظم جياد. (2016). ***الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة***. ط1. عمان: دار امجد للنشر والتوزيع.

-الدليمي. عبد الرزاق محمد. (2013). ***عولمة التلفزيون***. عمان: دار جرير للنشر والتوزيع.

-الراعي، أشرف فتحي. (2014). ***حرية الصحافة في التشريع ومواءمتها للمعايير الدولية***. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

-الرحباني. عبير شفيق. (2015). ***الاستعمار الالكتروني والاعلام***. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

-الساري. فؤاد احمد. (2011). ***وسائل الاعلام النشأة والتطور***. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

-السنجري، بشرى داوود. (2019). ***صحافة الموبايل خواصها الشكلية وامكاناتها التقنية***، الامارات، بيروت: دار الكتاب الجامعي.

-الشريف، عبد العزيز. (2014). عمان: ***الإعلام الالكتروني***. دار يافا العلمية للنشر والتوزيع.

-الشمايلة، ماهر عودة. اللحام، محمود عزت. الضلاعين، علي فلاح. كافي، مصطفى يوسف. (2015). ***الإعلام والعولمة***، ط1، عمان: دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع.

الصادق، رابح. (2004). ***الاعلام والتكنولوجيا الحديثة***.ط1. العين، الامارات: دار الكتاب الجامعي . –

--العبد، نهى عاطف. (2007). ***صناعة الاخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي***، القاهرة: توزيع دار الفكر العربي.

-العلي، رضوان مفلح. يوسف، مصفى. أحمد، نيرمين خلدون. (2016). ***مدخل الى وسائل الاعلام الالكتروني الفضائي***. عمان: دار حامد للنشر والتوزيع.

-الغفيلي، فهد بن عبد العزيز (2018). ***الاعلام الرقمي اشكاله وظائفه وسبل تفعيله***. ط1. الرياض: فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر.

-الفلاح، حسين علي. (2013). ***الإعلام التقليدي والإعلام الجديد***، عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.

-القيسي، جمال عبد الناموس. (2012). ***الاخبار في الصحافة الالكترونية***. عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع.

-اللبان، شريف درويش. (2005). ***الصحافة الالكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع***. ط1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

-اللحام، محمد عزت. صلاح، مروى عصام. (2015). ***الاتجاهات الإعلامية الحديثة في الصحافة الدولية***. ط1. عمان: دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع.

-المشاقبة، بسام عبد الرحمن. (2011). ***نظريات الاعلام***. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

-المشاقبة، بسام عبد الرحمن. (2015). ***نظريات الاتصال***، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

-المشهداني. سعد سلمان، (2014)، ***الصحافة العربية والدولية(المفهوم، الخصائص، المشاكل، النماذج، الإتجاهات)***، العين: دار الكتاب الجامعي.

-المقدادي، كاظم. (2013). ***الإعلام الدولي الجديد وتصدع السلطة الرابعة***: ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

-النجار، سعيد غريب. (2003). ***تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية***. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

-الهاشمي. مجد هاشم. (2012). ***الاعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل***. عمان: دار المستقبل للنشر والتوزيع.

-الهلباوي، ماجدة عبد الفتاح. (2014). ***الاعلام الالكتروني ودوره في الاعلام الدولي***. ط1. الإسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية.

-اليس انتوم. ترجمه: سامي، عامر. سعيد، جورج. (2013). ***الصحافة الرقمية***، بيروت: مطابع الدار العربية.

-بخيت، السيد. (2011). ***أخلاقيات العمل الصحفي***، ط1، العين: دار الكتاب الجامعي.

-بن مرسلي. احمد. (2007). ***مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال***. الجزائر : ديوان المطوعات الجامعية.

-بن مرسلي، أحمد. (2003). ***مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال***، ط4، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

-الحاج، كمال. (2020). ***نظريات الاعلام والاتصال، منشورات الجامعة الافتراضية السورية***، سوريا

-حارث، عبود. مزهر، العاني. (2015). ***الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي***، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.

-حسنين، إبراهيم السيد. (2015). **الاتجاهات الحديثة في الاعلام الصحفي**. ط1، القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.

-حسنين، شفيق. (2015). ***الإعلام الجديد والجرائم الالكترونية التسريبات التجسس الالكتروني الإرهاب***. دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

-حيدر، خضر إبراهيم. (2018). **الميديا مفهومها المعاصر وعلاقتها بالاعلام الكلاسيكي**، ط1، المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية.

-دانييل، جوني. ترجمة: عطية عبد الرحم، طارق. (2015). **اساسيات اختيار العينة في البحوث العلمية**. مركز البحوث.

الدليمي، عبد الرزاق، **نظريات الاتصال في القرن الواحد والعشري**ن، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان.

-دليو. فضيل. (2010). **التكنولوجيا الجديدة للاعلام والاتصال NTIC/ NICT المفهوم- الاستعمالات- الافاق**. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

-دليو، فضيل. (2014). **تاريخ وسائل الاعلام والاتصال**، الجزائر: دار الخلدونية للنش والتوزيع.

—ذوقان، عبيدات. كايد، عبد الحق. عدس، عبد الرحمن (2012). **البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه**، ط14، عمان: دار الفكر ناشرون وموزعون.

-ذوقان، عبيدات. كايد، عبد الحق. عدس، عبد الرحمن. (2012). البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه. عمان: دار الفكر ناشرون وموزعون.

راضي، وسام فاضل. (2013). **الاعلام الإذاعي والتلفزيني الدولي**، ط1، بغداد: دار ومكتبة عدنان طبع نشر وتوزيع.

-رضا، أمين. (2015). **الإعلام الجديد**، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

-ريان. محمد سيد. (2016). **الصحافة الالكترونية إشكالات واطروحات**. عمان: عماد الدين للنشر والتوزيع.

شاوي، برهان. (2014). **مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته**، ط1، عمان: دار ومكتبة الكندي للنشر والتوزيع.

-شقرة، علي خليل. (2013). **الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)**، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

-عامر، فتحي حسين. (2020). صحافة الفيديو تقنياتها واشكالياتها. ط1. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

-عبابسة، أنيس. وآخرون (2022). **تحليل النشاط الرقمي في الجزائر –دراسة تحليلية لتقرير الجزائر الرقمي**. انتاج التجمع الجزائري للناشطين في الرقميات.

عبد الباسط، محمد عبد الوهاب محمد. (2005). **استخدامات تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني دراسة تطبيقية وميدانية**، المكتب الجامعي الحديث.

-صادق، عباس مصطفى. (2009). **توظيف الوسائط المتعددة في مواقع الإذاعات العربية على شبكة الأنترنت**، تونس: إتحاد إذاعات الدول العربية جامعة الدول العربية.

-عبد الفتاح علي، علي. (2013). نظريات الاتصال والاعلام الحديثة،الأردن، عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع.

-عبد الله، مي. شين، عبد الكريم. (2014). **المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال المشروع العربي لتوحيد المصطلحات**، بيروت: دار النهضة العربية.

-عزت، محمد فريد. (2018). **الاتصال ووسائله الجماهيرية التقليدية والتكنولوجية**. القاهرة: دار النشر للجامعات.

-عقيلة، أحمد. عبد الغني. (2015). **الاعلام الجديد وعصر التدفق الاخباري**. ط1. القاهرة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.

-علي، عبد الفتاح علي. (2014). **تطور الاعلام وفق تكنولوجيا الاتصال الحديث**، عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع.

-علي، عبد الفتاح علي. (2015). **نظريات الاتصال والاعلام الحديثة**، عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع.

-غازي، خالد محمد. (2022). **الصحافة الالكترونية والتنمية الرقمية مفاهيم تأسيسية عربية**، القاهرة: وكالة الصحافة العربية ناشرون.

-فتحي، حين عامر.(2011). **وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفايس بوك**، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

-قنديلجي، عامر إبراهيم. (2012). **منهجية البحث العلمي**، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

-قنديلجي، عامر إبراهيم. (2015). **الاعلام الالكتروني**، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

-كافي، مصطفى يوسف. (2015). الراي العام ونظريات الاتصال. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.

-كافي، مصطفى يوسف. الشمايلة، ماهر عودة، اللحام، محمود. (2015). **الإعلام الرقمي الجديد**، ط1، عمان: الإعصار للنشر والتوزيع.

-لطفي، رشا عادل. (2015). **إذاعات الانترنت والاتصال السياسي**. دار العلم والايمان للنشر والتوزيع.

-معمرية، بشير. (2009). مدخل لدراسة القياس النفسي. القاهرة: المكتبة العصرية.

-مكاوي، حسن عماد.(1998). **تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات**، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

-مكاوي، حسن محمد. عبد الغفار، عادل. (2008). الإذاعة في القرن الواحد والعشرين. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

-مكاوي، حن عماد. السيد، حسين ليلى. (1998).**الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة:** الدار المصرية اللبنانية.

-منصر. خالد. (2016). **تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة واغتراب الشباب**. دار الكتاب الجامعي. الامارات. لبنان.

-موريس، انجرس. ترجمة (بوشرف،كمال. بعون، سعيد). (2006). **البحث العلمي في العلوم الانسانية**، ط2، الجزائر: دار القصبة.

-هاربرت، زوتل. ترجمة :سعدون، الجنابي. الصفار، خالد. نوري، احمد. (2004). **المرجع في الإنتاج التلفزيوني**. العين: دار الكتاب الجامعي.

-هيرثلي،جون. بورجس، جون. ترجمة: السباعي، هدى عمر. عيد الرحمن، نرمين عادل. (2018). **الاعلام الجديد وقضاياه**، ط1، القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.

المقالات والمنشورات:

-التوام، إبراهيم حسن. ***استخدام الصحفيين المصريين لتطبيقات الهاتف المحمول واثره على أدائهم الإعلامي***. المجلة العلمية لبحوث الصحافة -العدد الثالث عشر.

-الشواشي، عدنان. (2017)، ***الهاتف المحمول بتونس ...من الجامعة إلى الاحتراف***، مجلة الصحافة، العدد 7، معهد الجزيرة للاعلام.

--الصادق، رابح. (2015)، ***السياقات الشبكية والاندماج الإعلامي والممارسة الإعلامية المعاصرة***، مجلة علم الفكر، المجلد 44، العدد 2، الكويت.

-الصادق، رابح. (2015)، ***السياقات الشبكية والاندماج الإعلامي والممارسة الإعلامية المعاصرة***، مجلة علم الفكر، المجلد 44، العدد 2، الكويت.

-الغامدي، قينان عبد الله. (2012). ***التوافق والتنافر بين الاعلام التقليدي والاعلام الالكتروني***، ورقة بحثية مقدمة ألى ندوة الاعلام والامن الالكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية.

-بلعباس، لبراهيم. (2016). ***الشباب الجزائري واستخدامات الهاتف النقال مقاربة اتصالية واجتماعية***، متون العلوم الاجتماعية، المجلد الثامن، العدد الثالث،

-بن الصغير، زكرياء. (2018). ***خدمات صحافة الموبايل وتأثيراتها على العمل الإعلامي أي مستقبل للعمل الإعلامي، ملتقى وطني***، جامعة بسكرة، الجزائر.

-بن الصغير، زكرياء. (2020). ***الصحافة الجزائرية في عصر الانترنت نحو رؤية جديدة للعمل الصحفي بالجزائر.*** المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والراي العام. المجلد 3. العدد2.

جبار، أحمد. (2018). ***صحافة الموبايل وعنف الصورة في الفضائيات العربية وتأثيراتها على المتلقي***- قراءة نقدية لنماذج أخبار عنف الموبايل من منظور وسائل الاعلام الغربية.

--حمال، صبرينة. ***العمل الإعلامي في الجزائر***: تحديات التفتح الرقمي وتغيرات الواقع السياسي.

-حيدر، احمد حسين. (2021). ***صحافة الموبايل من أداة هامشية الى غرفة اخبار متنقلة***. مجلة الادراسات الإعلامية-المركز الديموقراطي العربي- العدد السادس عشر. برلين

-رايس، علي بسام. **(2016). نظرية الاستخدامات والاشباعات وتطبيقاتها على الاعلام الجديد .مجلة دراسات وابحاث المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية. عدد 25. الجزائر.**

-سعد، إبراهيم. حسنين، حيدر احمد. (2019). **دور صحافة الموبايل في التحول نحو استهلاك الاخبار المتنقلة ،** مجلة الدراسات الإعلامية ، المركز الديموقراطي العربي برلين ألمانيا، العدد السادس.

-صادق، عباس مصطفى. (2009). **توظيف الوسائط المتعددة في مواقع الإذاعات العربية على شبكة الأنترنت**، تونس: إتحاد إذاعات الدول العربية جامعة الدول العربية.

-طاهر، عمار. (2018)، **الاعلام الجديد بين الثورة التقنية والانقلاب المفاهيمي على بديهيات الاعلام،** ورقة بحثية مقدمة إلى المنتدى الثاني للتربية الإعلامية الرقمية.

-طفياني، زكريا. (2021)، **قراءة في تجذبات العلاقة بين الاعلام التقليدي والاعلام الجديد،** مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد الثالث، العدد2.

-طه،عبد العاطي نجم. الرواس، أنور بن محمد. (2011). **العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الاعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الانترنت**، دفاتر السياسة والقانون، العدد الرابع.

-عبديش، صونيا. (2018). **انعكاسات صحافة المواطن على العمل الإعلامي، نحو ممارسة وأداء اعلامي جديد. مجلة الاتصال والصحافة** . المجلد 05. العدد 2. الجزائر.

-عواج، سامية. (2018). **التزاوج الإعلامي التكنولوجي في ظل نظرية ثراء الوسيلة وتجاوزية التصنيفات الماكلوهانية " صحافة MOJO بين الهواية والاحتراف**. ملتقى بسكرة.

-غربي، أحمد. (2018). **صحافة الموبايل، بداية الاهتمام وثقافة الاستخدام**. ملتقى بسكرة. 2018.

-فودة، ولاء عبد الرحمن. **اعتماد الصفوة الأكاديمية العربية على الإعلام الجديد في تحقيق التفاعل مع وسائل الإعلام الدولي**. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد العاشر.

--قوطال، كنزة. (2015). العزلة الاجتماعية لدى مستخدمي الهواتف الذكية- دراسة مسحية تحليلية على عينة من الشباب المستخدمين للهواتف الذكية بمدينة مليانة. مجلة افاق لعلم الاجتماع. المجلد 5. العدد2.

-كاظم، سعد حسن. (2016). أولويات أوجه الثراء الإعلامي لدى مستخدمي الصحف الالكترونية العراقية، دراسة ميدانية، بغداد

-كيحول، طالب. (2018). **صحافة الموبايل: مدخل مفاهيمي** . ملتقى بسكرة.

-مركز الجزيرة الإعلامي، **صحافة الهاتف المحمول**.

-معهد الجزيرة للإعلام .2020. **استخدام الهاتف المجمل في اثراء محتوى الاعلام**. الجزيرة انموذجا.ص12.

-معهد الجزيرة للإعلام. (2020). **استخدام الهاتف المحمول في اثراء محتوى الاعلام** : قتلة الجزيرة انموذجا"

-ميلود، مراد. (2018). **صحافة الموبايل مسألة المفهوم ومواثيق اخلاقيات المهنة**، ملتقى بسكرة.

-علال، حنان بن يحيى. (2018)، **اخلاقيات المهنة في زمن الاعلام الجديد دراسة قاننية في الجزائر، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية**، المجلد الثاني، العدد الخامس.

المذكرات والأطروحات:

- أوعلوش، كريمة. (2012). ***الهاتف النقال والأداء الإعلامي في الجزائر دراسة مسحية تحليلية لعينة من الصحفيين من منظور الاستخدام والاشباع***، مذكرة لنيل شهادة الماجيستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص مؤسسات تكنولوجيا اقتصاديات وسائل الإعلام، جامعة الجزائر3.

-الدعمي. غالب كاظم جياد. (د س). ***دور صحافة الموبايل في تزويد الجمهور بالأخبار العاجلة*** "دراسة مسحية على جمهور مدينة بابل". كلية الآداب- جامعة أهل البيت عليهم السلام، العراق.

-اللهيبي، ليث عبد الستار عيادة. (2014). ***التعددية السياسية والاعلامية واثرها في بناء القصة الخبرية في الصحافة الالكترونية دراسة تطبيقية على عينة من الصحف الالكترونية العراقية*** -دراسة مقدمة للحصول على درجة الماجيستر في الاعلام قسم الصحافة بكلية الاعلام. جامعة القاهرة.

-بعزير ، إبراهيم. (2014). ***مشاركة الجمهور في انتاج محتوى وسائل الاعلام وظهور صحافة المواطن -دراسة على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعية.*** أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال. جامعة الجزائر 3. كلية علوم الاعلام والاتصال.

--حتامله، شذا خالد. (2020). ***اعتماد الصحفيين الأردنيين على الموبايل في انتاج المحتوى الإعلامي،*** رسالة للحصول على شهادة الماجيستر في الإعلام بجامعة اليرموك، عمان.

-زقوت هشام سمير. (2016). **استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية، دراسة ميدانية** للحصول على درجة الماجيستر بكلية الأدب، الجامعة الإسلامية، غزة.

-سميشي، وداد. (2009). **الصحفيون الجزائريون ومصادر المعلومات الالكترونية** .مذكرة لنيل شهادة ماجيستر في علوم الاعلام والاتصال فرع صحافة، قسم علوم الاعلام والاتصال. جامعة منتوري. قسنطينة.

-شاهين، سناء يوسف محمد. (2017). **صحافة المحمول وانعكاساتها على الممارسة الإعلامية دراسة على عينة من الإعلاميين العرب بدول الإمارات العربية المتحدة**، رسالة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، قسم الصحافة والنشر.

المواقع الالكترونية:

- الربضي، رنا (2021). ***ما هي صحافة الهاتف المحمول*** ؟تم الاطلاع عليها بتاريخ 2022/06/10 على الساعة 16:54 على الرابط التالي .https://www.shabab

- بوسيف، جمال: ***مقياس نظريات الاعلام والاتصال السنة الثالثة اعلام،*** تم الاطلاع عليه بتاريخ 2022/06/08 على الساعة 21:23 على الرابط التالي -http://stage.univ sba.dz/course/info.php?id=397

- شبكة بحوث وتقارير: https://nrme.net/detail1194179123.html تم الاطلاع عليه بتاريخ 2022/06/10 على الساعة 21: 36

- موقع الحوار، 2016، تم الاطلاع عليه 2022/04/24 على الساعة 06:35 متاح على الرابط التالي https://www.elhiwar.dz/national

-النصر. (2018). ***الموجو تقنية جديدة تغير العمل الإعلامي بالجزائر***، تم الاطلاع عليها بتاريخ 2022/06/26 على الساعة 11:52 https://www.annasronline.com/index.php/60-2015-

-الهوازي، مجمد.(2018). ***صحفيون من الجزائر يتدربون على الموجو***، تم الطلاع عليها بتاريخ 2022/04/24 على الساعة: 06.11 على الرابط التالي https://www.echoroukonline.com/

-شعباني، رياض. (2019). ابرز مهارات واتجاهات صحافة الموبايل...فهل تصبح تخصصا جامعيا، شبكة الصحفيين الدوليين، تم الاطلاع عليها بتاريخ، 2022/06/26 على الساعة 11:13 على الرابط التالي https://ijnet.org/fr/node/5344

المراجع الأجنبية:

-Alan, Denis. (1998). ***Testing media reshness theory in the new media , the effects of cues, feedback, and task equivocality, information système researesh***, vol9, N3

-Mandal, Debashish. Mcqueen, Robert. (2013). ***Extending media rishness theory to explain media adoption by microbusinesses.***

- Rui Gu , kunihico . (2011). ***A study on communication media selection : comparing the effectinenes of the media rechness ; social influence ; and media fitness*** ; journal of service and management ; 2011.

- Sedigheh, Moghawem. (2014***). media reschness theory for social media research appourtunities and challenges***.

- Beverly , Wright ,(2008) ***: application of media rischness theory to data collection. Journal of applied business research***. Voluma 24. Number 1.

- Quinn, Stephen. (2011). ***Mojo- mobile journalism in the assian regi***on. Konrad adenauer-stiftung. Sigapore.2011.p 7.

- Cameron, Daved. (2008) ***. Mobile journalism: a snapshot of current research and practice***. Article. Junuary 2008.p 1.

-Salah mohammed salih. ***Moubile journalism using smartphone in journalistic work***. Upsala university. Swedish.

-panu, karhunen (2017). ***closer to the story? Accessibility and mobile journalism***, reuters institute fellowship paper, university of oford.

-Deen, Ahmed. Pan, Lin. (2022***) , using smart phone as a journalistic tool, athens journal of mass media and communication***, volume 8, issue 1.

-Rodrigues, Luis Pedro Ribeiro. Baldi, Vani. Sinoes Gala. (2021). ***Mobile journalism the emergence of a new field of journalis***, article in brazilian journalism researsh, V 17, N2.

-Karlsen, Camilla. (2010). ***Kenya connected: Mobile technology in linking journalists to local sources***, university of southern Denmark, Institue of journa

الملخص

ملخص

ملخص:

تهدف هذه الدراسة التي تتناول موضوع " **استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي" دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين.** إلى التعرف على استخدامات الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي، من خلال الوقوف على أسباب استخدام الصحفيون الجزائريون لصحافة الموبايل ودرجة الاستخدام، إضافة إلى التعرف على مدى ملائمة صحافة الموبايل للعمل الإعلامي من وجهة نظر الصحفيين وغيرها من الأهداف الأخرى

وذلك بالاستناد على منهج المسح بالعينة، وبتوظيف عدة أدوات تمثلت في أداة الملاحظة والمقابلة المفتوحة واستمارة الاستبيان لجمع المعلومات من عينة الدراسة المتمثلة في الصحفيين الجزائريين المستخدمين لصحافة الموبايل، حيث تم توزيع استمارة الاستبيان الالكترونية باستخدام أسلوب العينة المتاحة، كما وزعنا الاستمارة الورقية على الصحفيين بالاعتماد على أسلوب عينة كرة الثلج لنسترجع في الأخير 109 إجابة، التي قمنا بتفريغها وتكميمها ثم تحليلها وتفسيرها لنصل في الأخير إلى مجموعة من النتائج نذكر أهمها فيما يلي:

-يستخدم الصحفيون الجزائريون صحافة الموبايل لجمع الأخبار والمعلومات من المصادر الإعلامية إضافة الى انتاج ونشر وعرض المحتوى في مختلف وسائل الاعلام.

-يتحكم في اعتماد الصحفيون الجزائريون طبيعة الحدث المعالج ووقت حدوثه، إذ يعتبرون صحافة الموبايل هي البديل عند غياب الوسائل والتقنيات الإعلامية التقليدية.

-يستخدم الصحفيون الجزائريون صحافة الموبايل بدافع الاستفادة من التطور التكنولوجي الحاصل على تكنولوجيات الموبايل والاتصالات اللاسلكية.

- أكثر الظروف التي تدفع بالصحفيين إلى استخدام صحافة الموبايل في العمل الإعلامي هي الأحداث الطارئة والعاجلة.

ملخص

-اهم الخدمات التي يقدمها صحافة الموبايل للصحفيين في العمل الإعلامي هي سهولة نقل المادة الإعلامية وتغطية الاحداث المفاجئة والغير متوقعة وهو ما يساعدها في تحقيق السبق الصحفي ورفع كفاءة الأداء على مستوى المؤسسات الإعلامية.

-إن ضعف شبكة الانترنت في الجزائر هي أكثر الصعوبات التي تواجه الصحفيون الجزائريون المستخدمين لصحافة الموبايل، بالإضافة إلى مشكل غياب التشريعات القانونية ومواثيق الشرف الضابطة للممارسة المهنية بصحافة الموبايل، وهو ما جعل الاعتماد عليها في العمل الإعلامي من طرف الصحفيين في الجزائر يطغى عليه العشوائية، ما دفع بالكثير إلى اعتبارها صحافة المواطن نفسها.

-سرعة نقل ونشر الأخبار والمعلومات بواسطة صحافة الموبايل لها أيضا جانب سلبي في العمل الإعلامي يتمثل في نقل الأخبار دون التحقق من صحتها، وهو ما من شأنه أن يساهم في نشر الشائعات والأخبار الكاذبة وبالتالي يؤثر سلبا على سمعة المؤسسة الإعلامية ومصداقيتها.

-وجود اتجاه إيجابي لأغلب الصحفيون الجزائريون نحو الحاجة لتشريع وسن ميثاق أخلاقيات الممارسة الإعلامية بشكل يتماشى مع طبيعة ومتطلبات استخدام صحافة الموبايل في العمل الإعلامي.

-الصحفيون الذين يستخدمون صحافة الموبايل في العمل الإعلامي حقوقهم الإعلامية غير مكفولة.

-صحافة الموبايل أعطت حرية أكبر للصحفيين في الحصول على المعلومات بفضل المرونة في العمل التي تتيحها للصحفيين.

-صحافة الموبايل كرست مفهوم الصحفي الشامل وتعد أكثر وسائل الاعلام الجديد ملائمة للعمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الجديدة.

ملخص

Abstract:

This study, which deals with the topic of "the use of mobile journalism by Algerian journalists in media work", is a field study on a sample of Algerian journalists. To identify the Algerian journalists' uses of mobile journalism in media work, by examining the reasons for Algerian journalists' use of mobile journalism and the degree of use, in addition to identifying the suitability of mobile journalism for media work from the point of view of journalists and other objectives.

And that is based on the sample survey method, and by employing several tools represented in the observation tool, the open interview, and the questionnaire form to collect information from the study sample represented by the Algerian journalists who use the mobile press, where the electronic questionnaire form was distributed using the available sample method, and we also distributed the paper form to the journalists depending on Snowball sample method Let us recall in the end 109 answers, which we emptied, quantified, then analyzed and interpreted to finally reach a set of results, the most important of which are mentioned below:

Algerian journalists use mobile journalism to collect news and information from media sources, in addition to producing, publishing and presenting content in various media outlets.

It controls the dependence of Algerian journalists on the nature of the treated event and the time of its occurrence, as they consider mobile journalism to be the alternative when traditional media means and technologies are absent.

Algerian journalists use mobile journalism to benefit from the technological development of mobile technologies and wireless communications.

The most important services provided by the mobile press to journalists in the media work are the ease of transferring media material and covering sudden and unexpected events, which helps them achieve a scoop and raise the efficiency of performance at the level of media institutions.

The weakness of the Internet in Algeria is the most difficult thing facing Algerian journalists who use mobile journalism, in addition to the problem of the absence of legal legislation and codes of conduct governing professional

practice in mobile journalism, which has made reliance on it in media work by journalists in Algeria overshadowed by randomness, which It prompted many to consider it citizen journalism itself.

The speed of transmission and dissemination of news and information via mobile journalism also has a negative side in the media work, which is the transmission of news without verifying its authenticity, which would contribute to spreading rumors and false news and thus negatively affect the reputation and credibility of the media institution.

The presence of a positive trend for most Algerian journalists towards the need to legislate and enact a charter of ethics for media practice in a manner consistent with the nature and requirements of using mobile journalism in media work.

Journalists who use mobile journalism in media work, their media rights are not guaranteed.

Mobile journalism has given journalists more freedom to obtain information thanks to the flexibility of work it allows journalists.

Mobile journalism has devoted the concept of a comprehensive journalist and is considered the most suitable new media for media work in the new media environment.

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديموقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم الإعلام والاتصال

استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في العمل الإعلامي

دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين

استمارة استبيان لاستكمال انجاز أطروحة دكتوراه في الإعلام والاتصال

إعداد الباحثة:

سمية بن زكة

اشراف الدكتوراة:

نزهة حنون

ملاحظة:

أرجو من **الصحفيين الذي يستخدمون الموبايل في العمل الإعلامي**، المساعدة بالإجابة على أسئلة هذا الاستبيان، لإنجاز أطروحة دكتوراه في الإعلام والاتصال، علما أن إجابات المبحوث تخضع للأمانة العلمية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي

المحور الأول: بيانات شخصية

1-الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2-السن: أقل من 25 ☐ من 25 إلى 30 ☐ من 31إلى36 ☐

من 37إلى 42 ☐ من 43 فما فوق ☐

3-المؤسسةالإعلامية التي تنتمي إليها: موقع الكتروني ☐ إذاعة ☐ تلفزيون ☐

وكالة الأنباء ☐ جريدة ☐ أخرى ☐ ☐

المحور الثاني: دوافع استخدام الصحفيين الجزائريين للموبايل في أداء العمل الإعلامي.

4-ما مدى تستخدم صحافة الموبايل في العمل الإعلامي؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

5- غرض اتستخدم الموبايل في؟(يمكنك اختبار اكثر من إجابة)

-انتاج ونشر وعرض المحتوى في منصة المحمول فقط ☐

-إنتاج ونشر وعرض محتوى في مختلف وسائل الإعلام ☐

-الإنتاج ونشر المحتوى باستخدام المحمول فقط ☐

بث التغطيات الإعلامية من موقع الحدث ☐

تسجيل التغطيات وبثها لاحقا ☐

جمع المعلومات والأخبار من المصادر الإعلامية ☐

أخرى تذكر.....

6- ما هي أسباب اعتمادك على الموبايل في العمل الإعلامي عائد إلى؟ (يمكنك اختبار اكثر من إجابة)

طبيعة الحدث ☐

وقت وقوع الحدث ☐

نوع الوسيلة الإعلامية العامل بها ☐

أخرى تذكر.....

7-ما هي أكثر أنواع التغطيات الإعلامية التي تقوم بها في عملك باستخدتم الموبايل؟ (يمكنك اختبار اكثر من إجابة)

التغطية الإعلامي بالصور ☐

بالفيديو ☐

تسجيل المقاطع الصوتية ☐

تسجيل المقابلات الإعلامية ☐

أخرى تذكر.....

8- ما هي دوافع استخدام الصحفيين للموبايل؟ (يمكنك اختبار اكثر من إجابة)

التنافس لتحقيق السبق الصحفي ☐ لاقتصاد في الوقت ☐ الابداع والتميز ☐

الاقتصاد في الجهد ☐ الاستفادة من التطور التكنولوجي ☐

ليس لدي بديل آخر ☐

أخرى تذكر.....

9-ماهي أكثر الأشكال الإعلامية التي تنفذها بواسطة الموبايل؟ (يمكنك اختبار اكثر من إجابة)

تغطية الأخبار ☐

إعداد التقارير ☐

إجراء المقابلات ☐

التحقيقات الإعلامية ☐

التغطيات الإعلامية متعددة الوسائط ☐

أخرى تذكر.....

المحور الثالث: درجة استخدام الصحفيين الجزائريين للموبايل في العمل الإعلامي.

10-ما هي درجة استخدامك الموبايل في العمل الإعلامي؟

درجة كبيرة ☐ درجة متوسطة ☐ درجة ضعيفة ☐

11- هل تحظى صحافة المحمول باهتمام المؤسسة التي تعمل بها؟

نعم ☐ أحيانا ☐ لا ☐

12- ما هي الظروف المتحكمة في استخدامك لصحافة الموبايل؟ (يمكنك اختيار اكثر من إجابة)

في الأحداث الطارئة والعاجلة ☐

عندما تكون خارج ساعات العمل ☐

بشكل مخطط له ☐

بالصدفة (عندما لا تكون تحمل معك كاميرا) ☐

أخرى تذكر.....

13- قرار اعتمادك على صحافة الموبايل في العمل الإعلامي راجع إلى؟

قرار ذاتي ☐ بطلب من المؤسسة الإعلامية ☐

14-هل تنظر إلى الموبايل كوسيلة إعلامية باعتباره؟(يمكنك اختيار اكثر من إجابة)

مصدر للمعلومات ☐

وسيلة اتصال تفاعلي ☐

وسيلة لصناعة محتوى إعلامي ☐

وسيلة للنشر والبث ☐

أخرى تذكر.....

المحور الرابع: ما هي أوجه الثراء التي تميز صحافة الموبايل في العمل الإعلامي.

15- ما هي الخدمات التي يقدمها الموبايل للعمل الإعلامي؟(يمكنك اختيار اكثر من إجابة)

البحث عن المعلومات ☐

السرعة في نقل المادة الإعلامية ☐

تغطية الأحداث المفاجئة والغير متوقعة ☐

سهلت عملية تحديث التغطية الإعلامية ☐

إمكانية القيام بكل الأدوار الإعلامية دون الحاجة الى وسائل تقنية أخرى ☐

سهولة استخدامه والحركة به ☐

غير ملفت للأنظار ☐

أخرى تذكر.....

16- ما هي الأسباب التي تجعل استخدام الموبايل ملائم لعملك الإعلامي؟ (يمكنك اختيار اكثر من إجابة)

التكلفة الرخيصة ☐

الأمان والسرعة ☐

الاستخدام السهل ☐

متعدد الوظائف ☐

أخرى تذكر.....

17- ما هي المميزات التي أضافها الموبايل للعمل الإعلامي؟(يمكنك اختيار اكثر من إجابة)

سرعت عملية التغطية الإعلامية ☐

تغطية الأحداث المفاجئة والغير متوقعة ☐

سرعت عملية التغطية الإعلامية ☐

سهولة التغلغل بين الحشود ☐

سهلت عملية نقل الأخبار ☐

البث المباشر للأحداث من مكان الحدث ☐

أخرى تذكر.....

18- ما هي أهم المهارات المطلوبة لدى الصحفيين الذين يستخدمون صحافة الموبايل؟(يمكنك اختيار

أن يتقن التخطيط للقصة ☐

أن يتقن إلتقاط الصور والفيديوهات ☐

اعداد مواد إخبارية أسرع من المواد الإخبارية على الوسائل التقليدية ☐

أن يتقن العمل بوتيرة أسرع إذا قرر نشر تقريره الصحفي على المنصات الرقمية ☐

أخرى تذكر.....

المحور الخامس: المعيقات التي تواجه الصحفيين خلال استخدامهم لصحافة الموبايل

19-هل سبق لك ان شاركت في دورة تكوينية لصحافة المحمول مقدمة من الجهة الإعلامية العامل بها؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت إجابتك بنعم فهل هذه الدورة كانت كافية لاكتساب مهارات صحافة المحمول؟

نعم ☐ لا ☐

20- هل سبق لك ان شاركت في دورة تكوينية عن صحافة الموبايل من تلقاء نفسك؟

نعم ☐ لا ☐

21-ماهي أهم الصعوبات التي تواجه الصحفيين الذين يستخدمون الموبايل إعلاميا؟ (يمكنك اختيار اكثر من إجابة)

-ضعف مهارات الصحفيين في مجال صحافة المحمول

-غياب التشريعات القانونية ومواثيق الشرف الضابطة لممارسة المهنة عبر الموبايل ☐

-عدم استفادة الصحفيين من دورات تكوينية في إطار صحافة المحمول ☐

- بيئة العمل الإعلامي في الجزائر غير مناسبة للتغيرات التي تفرضها صحافة المحمول ومستجدات التكنولوجيا الحديثة ☐

- ضعف شبكة الانترنت ☐

أخرى تذكر.....

22- هل هناك وعي بين الصحفيين الجزائريين بأهمية الموبايل في العمل الإعلامي؟

نعم ☐ ربما ☐ لا ☐

23-هل تعتقد ان استخدام الموبايل في العمل الإعلامي له سلبيات؟

نعم ☐ لا ☐ لا ادري ☐

- اذا كانت اجابتك "نعم" هل تتمثل هذه السلبيات في؟ (يمكنك اختيار اكثر من إجابة)

السرعة في نقل الأخبار دون التحقق من صحتها ☐

سهولة السرقة الأدبية وانتحال الأفكار ☐

وجود أدوات النشر في يد المواطن الصحفي ☐

أخرى تذكر.....

24-هل ترى أن هذه السلبيات تشكل عائقا أمام انتشار استخدام صحافة الموبايل

نعم ☐ لا ☐ لا أدري ☐

المحورالسادس: اتجاهات الصحفيين نحو تشريع أو سن ميثاق أخلاقيات للممارسة الإعلامية يتماشى مع طبيعة استخدام صحافة الموبايل في العمل الإعلامي.

25-لا يمكن تطبيق أخلاقيات المهنة الإعلامية التقليدية التي حددتها قوانين الإعلام في الجزائر على ممارسة المهنة الإعلامية في البيئة الإعلامية الجديدة.

موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐

26-يجب وضع ميثاق شرف إعلامي جديد يحدد للصحفيين حقوقهم وواجباتهم من خلال استخدامهم للموبايل في العمل الإعلامي.

موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐

27-يجب على كل مؤسسة إعلامية أن تضع ميثاق شرف خاص بها يحدد حقوق وواجبات الصحفيين خلال استخدامهم صحافة الموبايل.

موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐

28- الضوابط المهنية والأخلاقية التي تربط العمل الإعلامي في الجزائر مناسبة لممارسة المهنة بواسطة الموبايل؟

موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐

29- هل ترى أن الصحفي الذي يمارس المهنة الإعلامية بالموبايل حقوقه الإعلامية والمهنية مكفولة؟

موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐

- المحور السابع: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو صحافة الموبايل

العبارات	موافق	محايد	معارض
صحافة الموبايل أعطت حرية اكبر للصحفيين في الحصول على المعلومات			
ضعف تغطية شبكة الانترنت في الجزائر أثر سلبا على العمل الإعلامي بواسطة صحافة الموبايل			
-صحافة الموبايل كرست مفهوم الصحفي الشامل			

صحافة الموبايل ساهمت في ولوج دخلاء على المهنة ميدان العمل الإعلامي			
ساعدت صحافة الموبايل في نشر معلومات كاذبة بسبب التسابق لنشر المعلومات دون التحقق حول صدقها من المصادر			
الموبايل أكثر وسيلة تساعدك على تحقيق السبق الصحفي			
الموبايل أكثر وسائل الإعلام الجديد ملائمة للعمل الإعلامي في البيئة الجديدة			
ممارسة المهنة الإعلامية من خلال صحافة الموبايل تحتاج إلى سن قوانين وتشريعات إعلامية خاصة بها			
الصحفي الذي يعتمد على صحافة الموبايل في أداء عمله يحتاج الى المشاركة في دورات متخصصة عن تطبيقاته			
لا تهتم المؤسسات الإعلامية في الجزائر بصحافة الموبايل			
أجد مرونة أكبر في العمل عند استخدام صحافة الموبايل			

الملحق رقم (02): دليل المقابلة:

دارت أسئلة المقابلة في هذه الدراسة حول المحاور التالية:

المحور الأول: مدى قدرة المحتوى الإعلامي المعد بصحافة الموبايل أن يضاهي الجودة المحتوى المعد والمقدم بالأجهزة الإعلامية التقليدية.

المحور الثاني: وصف الصحفيين لاستخدامات صحافة الموبايل في الجزائر.

المحور الثالث: مدى مساهمة ادخال صحافة الموبايل في العمل الإعلامي من النهوض بقطاع الاعلام والاتصال.

المحورالرابع: التحديات والصعوبات التي تواجه انتشار صحافة الموبايل في الجزائر.

المحور الخامس: مستقبل صحافة الموبايل في الجزائر بعد 5 سنوات من الآن.

المحور السادس: بعض المقترحات لتطوير استخدامات صحافة الموبايل في الجزائر.