

إعتماد طلاب الإعلام التربوى على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار وإتجاهاتهم نحو مصداقيتها: دراسة ميدانية

د. هبة محمد فهمى العطار*

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى قياس العلاقة بين درجة اعتماد الشباب الجامعى على صحافة الموبايل واتجاهاته نحو مصداقيتها كمصدر للمعلومات، وذلك من خلال التعرف على درجة اعتماد الشباب الجامعى على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات عن الأحداث الجارية، وقياس مدى ثقة الشباب الجامعى بصدق وموضوعية الموضوعات الإخبارية ودرجة ومعايير مصداقيتها عبر صحافة الموبايل، وتنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، واستخدمت الباحثة فى ذلك الاستبيان كاداه لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية من طلاب الإعلام التربوى بالجامعات المصرية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لاختلاف مستويات الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على المعلومات. كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لاختلاف درجة ثراء صحافة الموبايل بالمعلومات ووسائل التفاعلية. كما أسفرت عن وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين كثافة اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات ومستوى تأثيرات صحافة الموبايل عليهم.

الكلمات المفتاحية: الإعلام التربوي، صحافة الموبايل، مصدر للأخبار، المصداقية.

* مدرس بقسم الإعلام التربوى بكلية التربية النوعية- جامعة سوهاج

The dependence of university youth on mobile journalism as a source of news and their attitudes towards its credibility - a field study

Abstract:

The study aimed to measure the relationship between the degree of university youth's dependence on mobile journalism and their attitudes towards its credibility as a source of information, by identifying the degree of university youth's dependence on mobile journalism as a source of information on current events, and measuring the extent of university youth's trust in the truth and objectivity of news topics and the degree and criteria of their credibility. Through mobile journalism, and this study belongs to descriptive studies, and within its framework, the survey method was used, and the researcher used the questionnaire in that questionnaire as a tool to collect the required data. The study was applied to a random sample of educational media students in Egyptian universities. Statistical indication between the mean scores of the respondents on the scale of the intensity of dependence on mobile journalism, according to the different levels of confidence in the honesty and objectivity of mobile journalism as a source of information. It was also found that there were statistically significant differences between the mean scores of the respondents on the scale of the intensity of dependence on mobile journalism, according to the difference in the degree of mobile journalism's richness in information and interactive means. It also resulted in a positive, statistically significant correlation between the intensity of the respondents' reliance on mobile journalism as a source of information and the level of influence of mobile journalism on them.

Keywords: mobile journalism, source of news, credibility, university youth.

مقدمة الدراسة:

بعد أن أصبح الانترنت الوسيلة الاتصالية الأكثر شيوعا وانتشارا في الأوساط الإجتماعية عربيا وعالميا نظرا لما يتميز به من خصائص وما يتيح من خدمات وما يوفره من تطبيقات، لم يعد المستخدم في هذه المنصة التكنولوجية متلقيا سلبيا بل بات فاعلا ومتفاعلا مرسلا ومستقبلا في الوقت ذاته⁽¹⁾، فأصبح بإمكان المتلقي اليوم من استطلاع ما يريده، إضافة إلى المشاركة في صناعة الخبر والمحتوى ونشره وتعديله، هكذا هو الإعلام الجديد، بمفهومه العصري الذي بات وسيلة إعلامية يمارس دوراً جوهرياً في إثارة اهتمام الجمهور. ومع ذلك التطور الذي طال المجال الإعلامي ظهر نوعا جديدا من الصحافة كمحصلة للترواج بين الإعلام والاتصال والثورة التكنولوجية عرف بالعديد من المسميات ولعل من بين أهم التسميات التي وردت من خلال هذا الترواج الإعلامي التكنولوجي هي صحافة الوسائط المتعددة، وصحافة الموبايل، وصحافة الويب، ورغم الاختلاف في التسميات إلا أن الدلالة واحدة والتقاطع واضح⁽²⁾، فصحافة الويب وصحافة الموبايل تشتركان في نفس القناة مما يعني أن هناك تقارباً كبيراً بينهما في الموضوعات التي يتم مناقشتها، والاختلاف الكبير الذي يفصل بينهما يتعلق بخصائص تقنية الوصول⁽³⁾، وكان للمسميات السابقة بمختلف أنواعها الفضل لدخول الهواتف الذكية ميدان العمل الإعلامي تدريجيا ابتداء من خدمات الرسائل العاجلة، قبل عدة سنوات، وأخذت بالتطور، حتى أصبح الموبايل مؤسسة كاملة لصناعة الأخبار، حتى في التلفزيون يمكن من خلاله تنفيذ حوار كامل وإجراء العمليات الفنية "المونتاج والصوت" والبيث، فلم تعد هناك حاجة إلى مكاتب وأموال، ويعد جهاز المحمول أداة مذهلة لإنتاج المحتوى، إذ يقوم الصحفيون في جميع أنحاء العالم ببث الأخبار وتحريرها ونشرها مباشرة من هواتفهم الذكية وأجهزتهم اللوحية والكاميرات الرقمية وأجهزة الكمبيوتر المحمولة لذلك أضحت صحافة الموبايل هي طريقة العمل الجديدة لوسائل الإعلام، والتي فتحت أفقا جديدة للاقترب أكثر من الجمهور، فالיום أصبحت علاقة الصحفيين بالقراء تفاعلية تشاركية من خلال البريد الإلكتروني، المنتديات، المحادثات والشبكات الاجتماعية على عكس كما كانت فائدة للتغذية الرجعية⁽⁴⁾

ومن بين الألقاب التي أوجدتها البيئة الإعلامية الجديدة لصحفي الإنترنت: القائم بالاتصال من شبكة الانترنت، الصحفي الإلكتروني، المحرر المتكامل، حارس البوابة الإلكتروني، محرر الإنترنت، صحفي الويب وغيرها⁽⁵⁾، وتعد صحافة الموبايل في مقدمة المنجزات التي أوجدتها ثورة المعلومات وآخر ما توصلت إليه تكنولوجيا الاتصال بشكل متطور من الصحافة الإلكترونية وامتداد لصحافة المواطن في الإعلام الجديد، وهي مؤسسة كاملة لصناعة الأخبار وقادرة على إنتاج الأفلام والصور الصحفية والقصص الخيرية المتكاملة، وأصبح بإمكان الصحفي المتمرس والقادر على استخدام التقنيات الجديدة في أجهزة التلفزيون الحديثة، أن ينفذ من خلال الهاتف الذكي حوارا متكامل وأن يقوم بإجراء كافة العمليات الفنية من المونتاج، الصوت، البيث⁽⁶⁾، وتعد صحافة الموبايل من الأنماط الصحفية الأكثر تفاعلا من قبل الجمهور، والتي برز دورها أثناء ثورات الربيع العربي حيث لعبت الهواتف الذكية دورا هاما في نقل المعلومات للجمهور من خلال رسائل نصية وصور ومقاطع الفيديو عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي استفادت منها وسائل الإعلام التقليدية من خلال إعادة بثها ونشرها⁽⁷⁾، ومشاركتها للأفكار والرؤى التي تتواجد على مختلف

المنصات الإلكترونية من شبكات اجتماعية وتطبيقات اتصالية وبرامج تواصلية يستخدمها الجمهور بشكل يومي والتي تشبع احتياجاته المتعددة والتي تتنوع ما بين المعرفية والترفيهية والتنقيفية وغيرها من الاحتياجات , وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على درجة اعتماد الجمهور المصري على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار في مختلف الأوقات ومدى مصداقيته وثقته في الأخبار التي يتلقاها عبر صحافة الموبايل في ظل تعدد أنواعها ومصادرها في عالم افتراضي مجهول وفضاء متعدد القنوات , وفي ظل الأزمات التي يعيشها العالم بأكمله في شتى جوانب الحياة ومختلف المجالات كالمجال الاقتصادي والسياسي والصحي والتي يصاحبه انتشار الشائعات وكم كبير من المعلومات المغلوطة والتي لا أساس لها من الصحة والتي تستهدف نشر الفوضى, و زعزعة أمن واستقرار المجتمعات, ولذا وجب علينا دراسة النوع الجديد من الصحافة - صحافة الموبايل- للوقوف على أهم العناصر المعبرة والمفسرة لهذا النوع وفقا لرؤية الجمهور المتابع له وبهدف التوعية بضرورة التأكد من المعلومة ومصادرها قبل مشاركتها في مختلف المننديات والقنوات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زمن باتت المعلومات تتدفق بشكل سريع ومتضاربة مابين موقع الكتروني وآخر.

مشكلة الدراسة:

يمكننا تحديد المشكلة البحثية أولاً من خلال الملاحظة العلمية، حيث لاحظت الباحثة التطور الذي وصل إليه العالم في مجال الهواتف الذكية وانتشارها بشكل غير مسبوق في المجتمعات العربية عامة والمجتمع المصري على وجه الخصوص، وفي ضوء تزايد أعداد مستخدمي الهواتف الذكية والتي بلغت وفقاً لمؤشرات تقرير قطاع الاتصالات الصادر عن وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات أن مستخدمي الإنترنت عن طريق الهاتف المحمول بلغت ٦٩,٤٧ مليون مستخدم بنهاية شهر يوليو ٢٠٢٢، وتنوعت الاستخدامات لهذه الهواتف من قبل الأفراد، بل أن المؤسسات الإعلامية أيضاً حولت عملها إلى الوسيط الجديد في صورة مواقع الكترونية وخدمات إخبارية وتطبيقات الكترونية عبر الهاتف المحمول لتلبي احتياجات الجمهور الجديد لهذه الوسائط الجديدة ومواكبة التطور التكنولوجي الذي بات يسارع الزمن، وتنامى حجم مستخدمي وسائل الإعلام الجديد، والانتشار الهائل للأخبار المتداولة عبر الوسيط الاتصالي الجديد من خلال ما عرف مؤخراً بصحافة الموبايل أو صحافة الهاتف النقال. وقد حرصت مختلف المؤسسات الإعلامية على التواجد في الفضاء الجديد بمختلف الأشكال والمستويات من خلال بعض التطبيقات الإلكترونية للهواتف الذكية مثل صفحات التواصل الاجتماعي، والتطبيقات الإلكترونية المختلفة، ومع كل هذه التطورات دخل مجال المناقسة عنصر مصداقية وثقة الجمهور في هذه الوسائل في نقل الأخبار والمعلومات وتداولها، فالجمهور أصبح محاطاً بعدد كبير من الوسائل الإعلامية، التي يتنوع نمط ملكيتها، وتختلف سياسياتها التحريرية، فضلاً عن كم هائل من الأخبار التي تتعدد مصادرها، لدرجة أنه قد يجد الخبر ونقيضه، إلا أن جمهور الوقت الحالي هو جمهور نشط يمتلك العديد من البدائل، والخيارات التي يستطيع من خلالها المقارنة بين المصادر الإخبارية، ومن ثم اختيار الوسيلة الإعلامية التي يثق فيها، وما دعم المشكلة البحثية أيضاً ما توصلت إليه نتائج الدراسات والبحوث في هذا المجال والتي كشفت عن التأثيرات التي تتركها الوسيلة أحياناً والمصدر أحياناً أخرى على مضمون الرسالة الإعلامية ومدى مصداقيتها لدى الجمهور،

وما يؤكد المشكلة البحثية أيضاً ما قامت به الباحثة من دراسة استطلاعية على عينة من الشباب الجامعي قوامها ١٠٠ مفردة، والتي أسفرت نتائجها عن أن ما من يقرب من ٨٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة الاستطلاعية يعتمدون بدرجة مرتفعة على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار، بالإضافة إلى أن ما يقرب من ٤٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة الاستطلاعية يتقنون بدرجة متوسطة ومنخفضة في صدق وموضوعية صحافة الموبايل، في الوقت الذي ترتفع فيه مصداقية أخبار الإنترنت والمواقع الإلكترونية المختلفة مقارنة بالتلفزيون والصحف، وفي ضوء ما سبق يمكن تحديد مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة عن التساؤل التالي:

ما درجة اعتماد طلاب الإعلام التربوي على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار واتجاهاتهم نحو مصداقيتها؟

أهمية الدراسة:

- ١- تتبع أهمية الدراسة من أهمية صحافة الموبايل التي تعد من الأنماط الصحفية الأكثر تفاعلاً من قبل الجمهور بمختلف صورها عبر مختلف المنصات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي.
- ٢- يستمد البحث أهميته من تناوله لموضوع صحافة الموبايل كشكل من أشكال الإعلام الجديد بعد أن تراجعت الصحف الورقية في الانتشار وأغلقت دورها نظراً لم تتعرض له من خسائر فمن الطبيعي دراسة الشكل الجديد الذي اثر على الصحافة التقليدية.
- ٣- تتبع أهمية الدراسة من أهمية الفئة التي يتناولها البحث وهي فئة الشباب، حيث يعتبر هي الفئة الأكثر استخداماً للتكنولوجيا الحديثة، ومن ثم فهم في أمس الحاجة إلى التوجيه والإرشاد نحو كيفية تلقي المعلومات وتداولها عبر وسائل الإعلام الجديد.
- ٤- تركيز البحث على عنصر في غاية الخطورة وهي المصداقية وهي من العناصر التي تثير جدلاً واسعاً في الآونة الأخيرة وخصوصاً في عصر الإنترنت التي تتضارب فيه الأخبار بين المواقع والمؤسسات الإعلامية.
- ٥- تعد هذه الدراسة امتداداً لاتجاه بحثي واسع وممتد بالدراسات الأجنبية والتي تهتم برصد مصداقية وسائل الإعلام الجديدة المتمثلة في صحافة الموبايل وفهم العوامل المؤثرة على تدفق القصص الخبرية ومصداقيتها.
- ٦- تكتسب هذه الدراسة أهمية أنية من الاهتمام العام على كافة المستويات داخل المجتمع المصري بالتحول الرقمي باعتباره أحد القضايا الملحة والأنية ضمن أجندة هذا المجتمع.
- ٧- ارتباط صحافة الموبايل بموضوعات وقضايا في غاية الأهمية والخطورة كحرية التعبير والبعد عن مقص الرقيب، وكذلك الخداع وتغير الواقع من خلال التكنولوجيا الحديثة التي تعتمد على تطبيقات وبرامج تعدل من الواقع وتزيفه.
- ٨- تسهم هذه الدراسة فيما تخرج به من نتائج قد تفيد المؤسسات الإعلامية في الوقوف على حجم الاعتماد على صحافة الموبايل كشكل جديد نسبياً من أشكال الصحافة في المجتمع المصري ومن ثم إمكانية الكشف عن جوانب القوة وتدعيمها والكشف عن جوانب الضعف وتعديلها.
- ٩- تختبر الدراسة فروض نظرية ثراء الوسيلة، حيث تعد بحوث اختبار فروض ثراء الوسيلة من الأهمية بمكان داخل نطاق الدراسات الإعلامية العربية، نظراً لأنها توضح

- مقدار وقوة التأثير الذي تمارسه الوسيلة الإعلامية في إدراكات واتجاهات الجمهور نتيجة التعرض لها.
- أهداف الدراسة:**
- تهدف الدراسة الحالية إلى قياس العلاقة بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على صحافة الموبايل واتجاهاته نحو مصداقيتها كمصدر للأخبار، وذلك من خلال:
 - 1- التعرف على درجة اعتماد طلاب الإعلام التربوي على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار عن الأحداث الجارية.
 - 2- رصد دوافع اعتماد طلاب الإعلام التربوي على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار عن الأحداث الجارية.
 - 3- الكشف عن أشكال وأنواع صحافة الموبايل التي يعتمد عليها الشباب الجامعي كمصدر للأخبار.
 - 4- رصد مستوى استخدام طلاب الإعلام التربوي لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل.
 - 5- قياس مدى تأثير مستوى ثراء صحافة الموبايل على معدلات اعتماد طلاب الإعلام التربوي عليها كمصدر للأخبار.
 - 6- قياس مدى ثقة طلاب الإعلام التربوي بصدق وموضوعية الموضوعات الإخبارية ودرجة ومعايير مصداقيتها عبر صحافة الموبايل.
 - 7- التعرف على التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية على طلاب الإعلام التربوي نتيجة لاعتمادهم على صحافة الموبايل.
 - 8- قياس مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية على مستويات اعتماد طلاب الإعلام التربوي على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار.
 - 9- قياس مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية على مستويات ثقة طلاب الإعلام التربوي بمصداقية صحافة الموبايل كمصدر للأخبار.

مدخل مفاهيمي للدراسة:

أولاً: صحافة الموبايل (MoJo):

مع التطور الهائل للهواتف الذكية، أصبحت الهواتف وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري باعتبارها أداة هامة من أدوات الإعلام^(٨)، حيث يأتي ابتكار المحمول ليشكل فتحاً جديداً يحقق للصحافة أهداف لطلال ما سعت إليها، ويأخذ بها إلى آفاق عصر جديد تكون فيه أكثر قرباً من الناس وأقل تكلفة في الإنتاج كما تقدم لها طرقاً حديثة في أداء العمل الصحفي^(٩)، وبدأت الصحافة تستفيد من تقنية التليفون المحمول في نشر طبعات مركزة من الصحيفة، أو من خلال تقديم خدمات إخبارية^(١٠)، ودخلت الهواتف الذكية ميدان العمل الإعلامي تدريجياً ابتداءً من خدمات الرسائل القصيرة العاجلة، وأخذت بالتطور، حتى أصبح الهاتف المحمول مؤسسة كاملة لصناعة الأخبار^(١١) ومع هذا التطور في استخدام الهواتف الذكية في العمل الإعلامي بدأت تظهر مصطلحات جديدة، من أبرزها صحافة الموبايل، وصحافة المحمول، وصحافة الهواتف الذكية MoJo التي تعتبر شكلاً ناشئاً من أشكال الإعلام الجديد، ومصطلح "صحافة الموبايل" من أكثر المصطلحات المثيرة للجدل ويعود ذلك إلى حداثة من جهة، واختلاف الباحثين حول معناه وأهم وسائله من جهة أخرى.

- تعريف صحافة الموبايل:

صحافة الموبايل Mobile journalism أو MoJo هي استخدام أجهزة الموبايل الذكي لإنشاء محتوى متعلق بالمعلومات وتقارير الأخبار، حيث يسمح بإنتاج المحتوى وتحريره ونشره وتبادلته عبر الهاتف المحمول وبجودة عالية^(١٢)، ومصطلح موجو اختصار mobile journalism بدأ استخدامه في عام ٢٠٠٥ في الصحافة الإخبارية في " فورت مايزر فلوريدا"^(١٣)، كما تعرف أيضا صحافة الموبايل بأنها نمط جديد في صناعة المحتوى الإعلامي المرئي التي تستخدم الصورة والصوت والنصوص باستخدام أجهزة الهواتف الذكية بدلاً عن الكاميرات الاحترافية وأجهزة الحاسوب للمونتاج والمؤثرات، على أن يتم مشاهدتها أيضا من خلال الهواتف الذكية بأبعاد الشاشة الصغيرة للهاتف التي تختلف تماما عن أبعاد شاشة التلفزيون التقليدية، وذلك عبر اعتماد التطبيقات التي تدعمها أجهزة الهواتف الذكية بنظامي IOS أو نظام Android، لصناعة المحتوى وعرضها على منصات التواصل الاجتماعي^(١٤)، ويمكن أن يتسع تعريف صحافة الموبايل أيضا استخدام الأجهزة المحمولة لاستهلاك الأخبار والمعلومات، مع مراعاة اختلاف الجمهور الأكثر وعيا؛ مما يسمح بإنشاء أخبار أكثر تشويقا ومناسبة للوسيلة الحديثة والجمهور المتفاعل النشط^(١٥).

- أنواع صحافة الموبايل MoJo:

تنقسم صحافة الموبايل وفقا لطبيعة ومستوى الاستخدام إلى ثلاثة أنواع هي:^(١٦)

- صحافة المحمول كوسيط للمتابعة: وذلك عندما يستخدمها الجمهور كمنصة أو وسيط لمتابعة المحتوى الإعلامي
- صحافة المحمول كوسيط للمشاركة: وذلك عندما يستخدمها الجمهور في إنتاج ومشاركة وتبادل الأخبار عبر المنصات أو تطبيقات صحافة الموبايل
- صحافة المحمول كوسيلة لجمع وتحرير المعلومات والبيانات: وذلك عندما يستخدمها الصحفيون في عمليات جمع المعلومات والبيانات حول الأحداث، ثم القيام باستخدام تطبيقاتها في تحرير الموضوعات والتقاط الصور وغيرها من طرق إنتاج المواد الإعلامية. ويرى الباحث أنه يمكن أن تنقسم صحافة المحمول كمصدر للأخبار إلى عدد من الأنواع كالاتي: مواقع وتطبيقات الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، ومواقع وتطبيقات القنوات الإخبارية، ومواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي، ومواقع الهيئات والمنظمات المحلية والعالمية.

ويمكن تصنيف أنواع صحافة الموبايل كوسائل اتصال ومعلومات إلى الأنواع التالية:^{(١٧)(١٨)}

- خدمة الرسائل القصيرة والمصورة: وهي باستخدام النصوص، أو الرسائل المصورة
- تطبيقات الهواتف المحمولة: وهي برمجيات مصممة لتعمل على الموبايل الذكي لتسهل في عملية نقل وتبادل الأخبار والمعلومات بطريقة أسهل وأسرع مع المؤسسات الإعلامية المختلفة. وقد تكون تطبيقات إخبارية؛ تابعة لمؤسسات صحفية أو إعلامية توفر للمستخدمين الأخبار نظير اشتراكات.
- وسائل التواصل الاجتماعي: وهي من أكثر الوسائل تفاعلية، وتسهم في نقل وتبادل الأخبار والمعلومات بين المؤسسات الإعلامية والجمهور وبين الجمهور نفسه من جهة أخرى، وقد وضعت الكثير من المؤسسات الإعلامية والرسمية روابط لها على مواقع

- التواصل بما يسهل عمليات نقل وتبادل المعلومات، وأشهرها الفيس بوك، تويتر، واتس أب، سناب شات، تيلجرام.
- **التطبيقات الصوتية والمرئية:** يمكن من خلالها إنتاج عروض ومقاطع فيديو تشبه البرامج التلفزيونية التقليدية أو التغطيات المصورة، وهي من التطبيقات التي تتميز بنقل صورة حية للأحداث من موقعها فيمكن للصحفي أو حتى المواطن العادي بث مقاطع فيديو أو بث تسجيل صوتي حي من مواقع الأحداث، وأشهرها اليوتيوب وانستجرام.
 - **التطبيقات البريدية:** وهي التي يمكن من خلالها بث وتلقي الرسائل عن المراسلات الإلكترونية بين المؤسسات والهيئات والجماهير.
 - **تطبيقات تحرير المحتوى:** وهي تطبيقات لإنتاج ومعالجة المحتوى الإعلامي عبر الموبايل سواء كان المحتوى نص أو تحرير وتصوير فيديو أو تسجيل وتحرير الصوت أو معالجة صورة، أو المونتاج؛ وهي تطبيقات تعمل كبديل عن أجهزة الحاسب في مونتاج وإنتاج المواد الإعلامية.
 - **تطبيقات النشر الإلكتروني:** وهي تطبيقات وبرامج مخصصة، حيث يتم العمل - الصحفي بشكل محوسب من البداية للنهاية وبشكل يلبي تطلعات الجمهور والصحفيين، وهي تسمح بتصميم مواقع إخبارية أو مدونات أو صحف إلكترونية باستخدام تطبيقات محمولة تيسر ذلك العمل الصحفي وبديلا عن الحاسوب^(١٩).
- خدمات تقدمها الهواتف الذكية لصحافة الموبايل MoJo**
- **خدمة البحث عن المعلومات:** يعد الحصول على المعلومات و الأدوات الإعلامية المساعدة مثل أرقام الهواتف والعناوين والبريد الإلكتروني للمصادر الإعلامية من أهم ما يذلل الصعاب أمام العمل الإعلامي والتي تتيحها الهواتف الذكية من أي مكان وبدون تكلفه تذكر وبطريقة تساعد الصحفي في الاستفادة منها وتوثيقها وتصنيفها.^(٢٠)
 - **خدمة نقل المادة الإعلامية:** تعتمد الوسائل الإعلامية في بثها ونقلها للمادة على تقنيات عدة متفاوتة ومختلفة، تتميز بها الهواتف الذكية تتمثل في تقنيات عرض الصورة وتقنية النصوص وتقنية الصوت وصور الفيديو وهذه التقنيات تختلف في ما بينها على خصائص مميزات الهاتف الذكي من حيث عرض وتخزين المادة الإعلامية، وهذا ما دفع بالصحفيين إلى استغلال الأنظمة الرقمية للإنتاج ولم يعد مقبولا في ظل ضيق الوقت والالتزام وسبق الإعلامي الاعتماد على الوسائل التقليدية لنقل المادة الإعلامية من وإلى المؤسسة الإعلامية ومنها إلى الجمهور^(٢١)
 - **خدمة التغطية الإعلامية:** استخدام الهواتف الذكية في التغطية الإعلامية نقل المادة الإعلامية من مكان الحدث دون عناء يذكر عبر جهاز صغير بكف اليد من ثمة معالجتها وتحليلها وكتابتها بنفس الجهاز وهذا ما نسميه بالتغطية الإعلامية التي تقدمها الهواتف الذكية من خلال استخدامها إعلاميا والتي تتميز بعدة خصائص من أهمها: ^(٢٢) أ- **التغطية الفورية fresh and updated coverage:** والتي تعتمد على العديد على نقل الأحداث حين وقوعها بالصوت والصورة خاصة إذا كان الصحفي في مكان الحدث وقريب من المصادر والمواقع الإعلامية، مما يتيح للصحفي الحصول على المعلومات في حينها، كما توفر بعض هذه المصادر خدمة ال Breaking News التي تقدم بدورها معلومات الأخبار المفاجئة، ب- **التغطية الحية Live coverage:** حيث يمكن أن توفر

الهواتف الذكية تغطية حية للأحداث من موقع حدوثها وفي لحظة وقوعها فضلا عن إمكانية تغطية مؤتمرات صحفية حية عن بعد، وتعمل العديد من الشركات المتخصصة على تطوير تقنيات البث الصحفي الحي باستخدام الهواتف الذكية. **ج-التغطية التفاعلية Interactive coverage**: إذ تقوم على التفاعل بين المتلقى وبين الصحفي، فلا يقتصر دورها على مجرد تغطية الحدث كما هو الحال بالنسبة للوسائل التقليدية، بل تستخدم التغطية التفاعلية إذا كانت متصلة بالإنترنت إن الأسلوب التفاعلي يتمثل في التعليق المباشر على الموضوع أو الخبر المنشور^(٢٣)

■ **تغطية متكاملة**: تجمع الهواتف الذكية بمفردها بين أكثر من عنصر من عناصر الممارسة الصحفية، فهي مصدر صحفي يزود بالمعلومات وأداة اتصال بالمصدر مثل الهاتف والبريد الإلكتروني وجماعات النقاش، كما أنها وسيلة كتابة ومعالجة للمعلومات ومكتبة وأرشيف أيضا... الخ، تساعد كل هذه العناصر في إمكانية قيام الصحفي بتغطية متكاملة لحدث من دون أن يغادر مكتبه أو موقعة^(٢٤)

تقنيات إنتاج صحافة الموبايل MoJo

تقدم صحافة الهواتف الذكية أهدافا تختلف كثيرا عن أهداف الإعلام التقليدي، وطرق الطرح والمعالجة والصناعة، حيث تقدم محتوى يدمج الصوت بالصورة بالمحتوى المكتوب، عن طريق إضافة نصوص مكتوبة (Text) تقدم معلومات إضافية بطريقة مشوقة ومركزة، ولعل أهم ما يميز صحافة الهاتف هو انخفاض تكلفة صناعة المحتوى، بسبب اختزال معدات التصوير والمونتاج وأعضاء فرق العمل^(٢٥)

ثانياً: المصداقية في وسائل الإعلام:

اهتمت البحوث الإعلامية خلال السنوات القليلة الماضية بتناول قياس مفهوم المصداقية في وسائل الإعلام (الصحافة- الإذاعة والتلفزيون الإنترنت)، وتوصلت تلك البحوث إلى وضع مفاهيم وأبعاد متعددة للمصداقية في وسائل الإعلام وهي: الدقة، السمعة، الخبرة، الحالية، التكامل، العدالة، الوثوق بالمصدر، العملية التحريرية، العمق، الموضوعية، الأمانة، التفاعل، الأهمية الإخبارية، عدم التحيز. وتتجه رؤية هويدا مصطفى (٢٠٠٣) (٢٦) للمصداقية في المجال الإعلامي نحو الأدلة التي تثبت صدق الخبر أو الموضوع أو الرأي، وهذه الأدلة هي تلك المعايير والمؤشرات التي تسهم في تقييم مدى مصداقية المادة الإعلامية. بينما وضع (Schweiger, 2004)،^(٢٧) ست مستويات يمكن أن تسهم جميعاً في تفسير إدراك المصداقية لوسائل الاتصال، يأتي في المستوى الأول القائم بالاتصال Presenter، حيث يقيم الأفراد مصداقية القائم بالاتصال كمقدم النشرة الإخبارية أو الصحفي أو المراسلين، ثم يأتي في المستوى الثاني مصدر الحدث Actor-source، ويقصد به القصة الإخبارية للحدث، ثم في المستوى الثالث تأتي وحدة تحرير الأخبار Editorial units، ويقصد بها الفقرات الإخبارية بالتلفزيون أو المقال الصحفي في الجريدة أو أي موقع بالإنترنت، وفي المستوى الرابع يكون الإنتاج الإعلامي Media Product، ويقصد به الشبكة التلفزيونية أو الصحف أو مواقع الإنترنت الأكثر شهرة بين الأفراد، حيث يميل الأفراد إلى تصديق القنوات أو الصحف أو المواقع الأكثر شهرة لديهم، وفي المستوى الخامس يأتي الإنتاج الإعلامي المحدد Single Media Product وهو ما يرتبط بتوجه الوسيلة وطبيعتها ملكيتها، أما المستوى السادس فيتعلق بنوع الوسيلة Media Type، أي

مدى مصداقية الوسيلة ككل مثل: الصحف، التلفزيون، مواقع الإنترنت، وهو المستوى الذي تهتم الدراسة الحالية برصده. وقدمت عزة عبد العزيز (٢٠٠٦) (٢٨)، حصر للمؤشرات المكونة لمفهوم المصداقية، تمثلت في (معالجة القضايا التي تمس مصالح واهتمامات الجمهور، الإلمام بعناصر الموضوع والشمولية، تعددية أبعاد كل عنصر من العناصر المكونة للموضوع، عرض وجهتي النظر أو تعددية الاتجاهات، التوازن في عرض أبعاد وعناصر الموضوع، الاستناد إلى الأدلة والوثائق "التنوير"، الدقة في إثبات المصدر والتواريخ والأسماء والأرقام والإحصاءات، الثقة في الصحيفة ومصادرها، الموضوعية والتجرد من الأهواء الشخصية، ويمكن أن نتحدث عن المصداقية من حيث ضرورة توافرها في (المصدر "القائم بالاتصال" والوسيلة والرسالة) وهي العناصر التي تتكون منها العملية الاتصالية، ومتى توفرت المصداقية في هذه العناصر كان الإعلام المقدم هادفاً ناجحاً، يراعى أخلاقيات المجتمع وأيديولوجيته العقائدية والفكرية، قائماً بدروه في عمليات التنمية على اختلاف مجالاتها الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية... وغيرها، وبالتالي فهي تتحقق في التالي:

١- **مصداقية مصدر الرسالة:** حيث حدد كلاً من (HOVLAND & WEISS) بعدين لمصداقية المصدر التي يستخدمها الجمهور في تقييمه للمصداقية وهما الثقة والخبرة، بينما حدد كلا من (BERLO , LEMERT AND MERTZ 1996) ثلاثة عوامل خاصة بالمصدر وهي الأمانة والكفاءة والحركية. وقد ازدادت حركية التغطية الإعلامية بفضل تكنولوجيا الفضاء والحاسب الآلي ونظم البث الرقمية مما رفع من درجة مصداقية الوسائل الإعلامية وتأثيرها وتفاعل الجمهور معها. كما أضاف بعض الباحثين عدة أبعاد للمصداقية في وسائل الإعلام مثل (الثقة- عدم التحيز- الشمولية) فيما يقدم من معلومات وحقائق (٢٩). أما هويدا مصطفى فقد أشارت إلى أن أبعاد المصداقية تتصل بعدة جوانب فمنها ما يتعلق بالهيئة الإعلامية أو المؤسسة الإعلامية ذاتها، والنظام الإعلامي الذي تمارس عملها من خلاله، ومنها ما يتعلق بالقائمين بالعملية الإعلامية من إعلاميين وصحفيين، وأخيراً المعلومات أو المضمون الذي تبثه هذه الوسائل (٣٠).

٢- **مصداقية الوسيلة الإعلامية:** أشار (Johnson and Kaye, 1998) (٣١) أن أخبار الإنترنت أكثر مصداقية من الصحف والتلفزيون، وأوضح أن أهم عناصر المصداقية في الإنترنت تتمثل في: الصدق (Believable) العدالة (Fair) الدقة والعمق (Accurate and Depth) كما أشار (Johnson and kaye) (٣٢) إلى أن المواقع الإلكترونية للصحف كانت أكثر مصداقية من الصحف التقليدية. كما توصلت بعض البحوث الحديثة أن الإنترنت أكثر مصداقية من الصحف والتلفزيون ومن هذه الدراسات دراسة VanBogart, Shauna M (٢٠١٤) (٣٣)، دراسة Johnson & kaye (٢٠١٥) (٣٤)، دراسة Johnson & kaye (٢٠١٦) (٣٥)، ودراسة Alotaibi, Naif Mutlaq (٢٠١٧) (٣٦).

٣- **مصداقية الرسالة:** كما يؤكد البعض أن من أسباب تكرار التعرض للحصول على معلومات معينة (الرسالة) سببه ثقة الجمهور في الوسيلة التي تقدم له مضمون صادق، فقد أشارت الأبحاث الأولية التي أجريت لتحديد مصداقية وسائل الإعلام، أن زيادة تعرض الجمهور واستخدامه لوسائل الإعلام غالباً ما يصاحبه تدعيم في مستوى المصداقية، وهو ما أكدته (Nozato,2012) (٣٧) في دراسته عن تقييم طلاب الجامعات لمصداقية الصحف

الإلكترونية حيث أشار إلى أن تكرار استخدام الأفراد للصحف الإلكترونية مع زيادة اعتمادهم عليها في الحصول على المعلومات يرتبط طردياً مع إدراكهم لمصداقيتها.

٤- **مصداقية الوسيلة:** حيث أظهرت التطبيقات أن مصداقية وسائل الإعلام تقل عندما يزداد الجدل حول قضية أو موضوع ما، أو كون هذه القضية تأتي في أوقات الأزمات والصراعات والكوارث والحروب، دون تجاهل أن طبيعة الموضوع وارتباطه بالقضايا المحلية أو الإقليمية أو العالمية له دور كبير في تحديد مصداقيته، حيث تزداد مصداقية الموضوعات كلما ازداد اقترابها من حياة الجمهور واهتماماته^(٣٨).

٥- **مصداقية الجمهور:** حيث يؤكد البعض أن من أسباب تكرار التعرض للحصول على معلومات معينة (الرسالة) سببه ثقة الجمهور في الوسيلة التي تقدم له مضمون صادق.

ثالثاً: الاتجاه:

يعرف الاتجاه بأنه توجه ثابت أو تنظيم مستقر للعمليات المعرفية والانفعالية والسلوكية، وتتداخل مكونات هذا الاتجاه و تؤثر في بعضها البعض أو تغيير فيها. يفضي إلي تغيير من المكونات الأخرى^(٣٩)، وهو شعور الفرد العام الثابت نسبياً الذي يحدد استجاباته نحو موضوع معين أو قضية معينة من حيث القبول أو الرفض، التأييد أو المعارضة، المحاباة أو المجافاة، وتعرفه الباحثة إجرائياً بأنه الدرجة التي يحصل عليها المبحوث على مقياس الاتجاه نحو مصداقية صحافة الموبايل.

حدود الدراسة: وتتمثل حدود الدراسة في الحدود التالية:

■ **حدود موضوعية:** حددت الباحثة موضوع دراستها في دراسة العلاقة بين درجة اعتماد طلاب الإعلام التربوي على صحافة الموبايل واتجاهاته نحو مصداقيتها كمصدر للمعلومات.

■ **حدود مكانية:** تتمثل حدود الدراسة المكانية في طلاب الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية بالجامعات المصرية.

■ **حدود بشرية:** اقتصرت الدراسة على عينة من طلاب الإعلام التربوي بأقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية بالجامعات المصرية، ويرجع اختيار الشباب الجامعي بأقسام الإعلام التربوي حيث أنهم قائمين على دراسة المقررات الإعلامية والتي تؤهلهم لقياس المصداقية ومعرفة مستوياته.

■ **حدود زمنية:** تم تطبيق الدراسة الميدانية على المبحوثين من خلال إطلاق الاستبيان الإلكتروني الذي تم تصميمه على موقع جوجل درايف ونشره على وسائل التواصل الاجتماعي (الفايس بوك و الواتساب) لمدة زمنية قدرها ثلاثة أسابيع خلال الفترة ما بين شهري مارس وأبريل من عام ٢٠٢٣

الدراسات السابقة:

تستهدف عملية مراجعة التراث العلمي بشكل أساسي استجلاء المفاهيم النظرية والمنهجية المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة والعلاقات القائمة فيما بينها، بما يسهم إيجاباً في البناء النظري والتصميم المنهجي للدراسة الحالية، وفي هذا الصدد هناك عدة دراسات تقترب من قريب أو بعيد من موضوع الدراسة الحالية، وفيما يلي عرض هذه الدراسات على أساس الترتيب الزمني لها من الأقدم إلي الأحدث.

المحور الأول: دراسات تناولت صحافة الهاتف المحمول:

استهدفت دراسة **Rosenstiel (2012)**^(٤٠) التعرف على اتجاهات المستخدمين في استهلاك المحتوى الإخباري عبر المحمول، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي، والمقابلة عبر الهاتف كأداة لجمع البيانات، وطبقت على عينة عشوائية قوامها (٩٥١٣) مفردة من الولايات المتحدة الأمريكية أعمارهم فوق ١٨ سنة. وتوصلت الدراسة إلى ٤١,١% من مفردات العينة الأجهزة الذكية، و٢٠,٢% يستخدم أجهزة الهواتف العادية، و٢١,١% الأجهزة اللوحية، ويستخدم ٧٧% من أفراد العينة الهاتف الذكي كمصدر للأخبار، و١٩% من أفراد عينة الدراسة يتابع الخدمات الإخبارية على الموبايل من خلال اشتراكات مدفوعة، بينما يتابع ٣١% أخبار المحمول دون اشتراك للمواقع، ويستخدم ٦١% من أفراد عينة الدراسة المتصفحات للمتابعة الإخبارية عبر المحمول.

وحاولت دراسة **هشام سمير زقوت (٢٠١٦)**^(٤١) التعرف على مدى استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية، وأسباب هذا الاستخدام ودوافعه والإشباع المتحققة من ذلك، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدم فيها المنهج المسحي، واعتمد الباحث على نظرية الاستخدامات والإشباع، وصحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات من خلال عينة عشوائية قوامها (٣٧٦) مفردة من الصحفيين الفلسطينيين في قطاع غزة وقطاع الضفة الغربية والقدس، وتوصلت الدراسة إلى أن تطبيق الفيس بوك هو الأكثر شيوعاً في تطبيقات التواصل الاجتماعي بنسبة ٩٥,٤% التي يستخدمه الصحفيين عبر هواتفهم الذكية وخصوصاً وقت الأحداث والأزمات، ومن أبرز الإيجابيات لتطبيقات التواصل الاجتماعي على الهواتف الذكية تمثلت في سرعة تلقي الأخبار بنسبة ٨٤,٤% بلبها الحصول على المعلومات بنسبة ٧٧,٣%.

في الوقت الذي استهدف فيه دراسة **ساند سعيد (٢٠١٦)**^(٤٢) التعرف على مدى اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات، وأسباب هذا الاعتماد ودوافعه، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على اعتماد الشباب الفلسطيني على هذا النوع الجديد من الصحافة بأنواعها، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وصحيفة الاستقصاء التي تم توزيعها إلكترونياً كأداة لجمع البيانات والمعلومات من خلال عينة عشوائية قوامها (٣٨٣) مفردة من الشباب الفلسطيني في محافظات قطاع غزة ومحافظات الضفة الغربية والقدس بمراحل تعليمية متعددة، وتوصلت الدراسة أن اعتماد المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول بنسبة ٧٧,٨% في أوقات الأزمات، ويثق الجمهور في الأخبار الملتقاه عبر صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات بنسبة ٧٢,٢%، ومن من أهم أسباب اعتماد المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات هي السرعة والفورية في نقل الأخبار والتحديث المستمر للأخبار وفقاً لتطور المعلومات، وكانت أهم أنواع صحافة الهاتف المحمول التي اعتمد عليها الشباب الفلسطيني في متابعة أحداث انتفاضة القدس جاءت تطبيقات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى تلاها في الترتيب الثاني متصفحات المحمول والتطبيقات الإخبارية وفي الترتيب الثالث التطبيقات الصوتية والمرئية والرسائل النصية.

وحاولت دراسة **شريف درويش (٢٠١٧)**^(٤٣) التعرف على أهم عناصر، ومميزات وأبعاد التطبيقات الإعلامية لصحافة الهواتف الذكية ورصد الأحداث الجارية كما تقدمها تلك

التطبيقات واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي بشقة التحليلي كما استخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون للتطبيقات الإعلامية لصحافة الهواتف الذكية. العينة: عينة الدراسة وهي (الوطن-الجزيرة نت) في الفترة ٢٠١٦/٩/١٧ إلى ٢٠١٦/١١/١٧. وتوصلت الدراسة إلى تفوق التطبيقات الإعلامية لصحافة الهواتف الذكية عينة الدراسة في الاهتمام بالأحداث الجارية السياسية وذلك بنسبة ٣٦,٦% في الترتيب الأول، وفي الترتيب الثاني جاءت الأحداث التي تتناول الحوادث والجرائم وذلك بنسبة ١٥,٤٤% وتفوق في ذلك تطبيق الجزيرة نت على تطبيق الوطن حيث جاءت نسبة الأحداث السياسية فيه على الترتيب الأول بـ ٨٢%, واهتمت التطبيقات الإعلامية الصحفية عينة الدراسة بعرض الجوانب السطحية عن الأحداث الجارية التي تنشر بالتطبيقات الإعلامية لصحافة الهواتف الذكية حيث جاءت الأحداث ذات الجوانب السطحية في الترتيب الأول بنسبة ٨٠,٨٦%.

بينما جاءت دراسة Panu Karhunen (2017)^(٤٤) للتعرف على طبيعة عمل القائم بالاتصال في مجال الصحافة المتنقلة الذي عادةً ما يستخدم الهاتف الذكي في الأساس لتصوير مقاطع الفيديو وتحريرها أو تصوير مقاطع الفيديو الحية , واتجاهات الجمهور نحو ذلك النوع الجديد, وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية, واعتمدت على الاستبيان والمقابلة كأدوات لجمع البيانات المطلوبة, وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مفردة من المشاركين في مركز تسوق في هلسنكي, وتوصلت الدراسة إلى أن الصحافة المتنقلة يمكنها أن توفر وصولاً أكبر للقصة من الصحافة التلفزيونية التقليدية. بالإضافة إلى إمكانية تعزيز التفاعلات الاجتماعية وتزيد من إمكانية الوصول النفسي, وأن الجوانب السلبية في الغالب ترتبط بمصداقية الصحفيين المتنقلين, وكان من مزايا الصحافة المتنقلة دخول الموبايل لاماكن يصعب التصوير فيها دون لفت الانتباه على العكس من الكاميرا التلفزيونية, ومن عيوبها الافتقار للمصداقية والنظرة المتدنية للموبايل من قبل الشخصيات العامة في بعض الدول فالنظرة للموبايل أنك تمزح ولا تقدم مضمون جاد.

في حين حاولت دراسة Salah Mohammed Salih (2017)^(٤٥) التعرف على دور الهاتف الذكي في تسهيل عمل الصحفيين وذلك من خلال متابعة مجموعة من النصوص ومقاطع الفيديو المنتشرة على مواقع الويب باعتبارها أحد أشكال الصحافة المتنقلة التي ينتجها الصحفيين وكذلك الهواة وخصوصاً وقت الأزمات وفي المناطق التي يصعب الوصول إليها, وطبقت الدراسة على التغطية التي قدمها الصحفيين من إقليم كردستان في شمال العراق, واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وأداة الملاحظة, وتوصلت الدراسة إلى أن العوامل الرئيسية التي تجعل الهواتف الذكية أدوات قوية للصحفيين هي: الميزانية المنخفضة المطلوبة للحصول على هاتف ذكي مقارنة بالمعدات باهظة الثمن المستخدمة في وسائل الإعلام التقليدية , والحرية والاستقلالية التي يمكن أن يمنحها الهاتف المحمول للصحفي, وأن صحافة الموبايل ظاهرة عالمية واتجهاً جديداً في الصحافة بسبب عدد من العوامل الأساسية لمهنة الصحافة, ومن أبرز هذه العوامل: سرعة الأخبار ودقتها, وأن عامل الدقة والجودة ليس بالقوة الكافية عندما يتعلق الأمر بالأخبار التي يغطيها المواطنون (الهواة) عبر الهواتف المحمولة.

واستهدفت دراسة Gregory Perreault , Kellie Stanfield (2018)^(٤٦) فهم كيف يقوم الصحفيون المتنقلون ببناء دورهم بشكل استطرادي في المجال الصحفي الأوسع, وما

هي العوامل التي تؤثر على دمج مهارات الصحفيين المتنقلين في غرفة الأخبار , كما سعت الدراسة إلى فهم كيف ينظر الصحفيون المتنقلون إلى الإنتاج عبر الهاتف المحمول كجزء من دورهم الصحفي، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وأجرت الدراسة مسحًا عبر الإنترنت للصحفيين المتنقلين في (٦) دول في (الولايات المتحدة الأمريكية - أستراليا - ألمانيا - إسبانيا - الأرجنتين - هولندا) لعينة قوامها (٣٩) صحفيين من العاملين في **التلفزيون** والمطبوعات والمجلات، وتوصلت الدراسة إلى أن الهاتف المحمول وسيلة مفيدة للوصول إلى الجمهور، و تزويدهم بالأخبار على الفور بالطريقة التي يفضلونها. ومن أهم الموضوعات التي يميل الصحفيون المتنقلون إلى تغطيتها هي تلك الموضوعات القياسية في الأخبار العاجلة وأخبار المجتمع، كما تبين وجود جمهور كبير لصحافة الهاتف سيصل الصحفي المتنقل إلى مستوى من الرأس مال الاجتماعي والثقافي والذي من شأنه يساعد في شرعية مطالبته في غرفة الأخبار.

وجاءت دراسة سناء يوسف شاهين (٢٠١٨) (٤٧) لتؤكد على دور صحافة المحمول في تطوير أداء الصحفيين لمهنتهم والمهارات المطلوبة لإنجازها، كما تبرز انعكاسات صحافة المحمول على أساليب التغطية الصحفية، والتحول الذي أحدثته في مفهوم غرف الأخبار والتغيرات التي لحقت بالأشكال الصحفية وتنتمي الدراسة للدراسات الوصفية ومنهج المسح الإعلامي وذلك من خلال إجراء الدراسة على عينة عمدية من الإعلاميين العاملين بدولة الإمارات المتحدة قوامها (٨٠) مفردة تم اختيارها بشكل عشوائي من مختلف المؤسسات الإعلامية , واعتمدت الدراسة على أكثر من أداة لجمع البيانات منها الملاحظة والمقابلة والأسئلة، وتوصلت الدراسة إلى اعتماد المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول بنسبة ٧٨,٨ % في أوقات الأزمات، وبلغت الثقة في أخبار صحافة الهاتف المحمول بنسبة ٧٢,٢ %، وتصدرت تطبيقات التواصل الاجتماعي وأهمها الفيس بوك أهم مصادر متابعة الأحداث بنسبة ٨٨,٢ % , تلاها متصفحات المحمول والتطبيقات الإخبارية، وجاءت النسبة الغالبة من ممارسي صحافة المحمول من فئة الشباب والأكثر الذكور عن الإناث.

في حين استهدفت دراسة إبراهيم حسن (٢٠١٨) (٤٨). تستهدف هذه الدراسة رصد أنماط استخدام الصحفيين للهاتف الذكي والكشف عن درجة استخدامهم لهذه التطبيقات وكذلك أسباب استخدامهم لها، وتقع هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفية، واستخدم الباحث منهج المسح الإعلامي من خلال تطبيق الاستبيان على عينة من الصحفيين، كما تعتمد على جلسات النقاش المركزة، وتوصلت الدراسة إلى أنه من أبرز أسباب استخدام الصحفيين لتطبيقات الهواتف المحمولة سرعة متابعة الأحداث، وتليها سهولة الحركة وتوفير الوقت والجهد، وتكاليف أقل، كما تساعد الصحفيين على التقاط الصور المعبرة دون اللجوء للمصور الصحفي، مما يمكنهم من التقاط عدد كبير من الصور ومقاطع الفيديو، والسرعة والسهولة والحصول على أفكار غير تقليدية.

في الوقت الذي حاولت فيه دراسة عبد الهادي أحمد النجار (٢٠١٨) (٤٩). التعرف على دور أجهزة الهاتف المحمول في تكوين حصيلة المعلومات لدى المستخدمين، بالإضافة إلى مقارنة هذا الدور بدور الصحافة التقليدية، ومعرفة أيهما الذي يعتمد عليه المستخدم في الحصول على المعلومات وتعمل على أن تكون مرجعا له. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدم فيها الباحث منهج المسح وقام بمسح أسلوب جمهور وسائل الإعلام، وكانت أداة

الدراسة المقابلة، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية من مستخدمي الهواتف المحمولة المتصلة بالإنترنت قوامها ٤٩٨ مفردة. وتوصلت الدراسة إلى أن المبحوثين يعتمدون بشكل كبير على الهاتف المحمول في القراءة، ويليهما الكمبيوتر ومن ثم التلفزيون ثم الصحف المطبوعة، حيث يستخدم المبحوثين الهاتف المحمول لتلقي الأخبار بشكل أكبر من الصحافة التقليدية، ويعتمد بالدرجة الأولى على المواقع الإلكترونية التابعة للصحف لتلقي المعلومات، وأن الصحافة التقليدية تعد مصدر للمعلومات لجميع الأخبار المنقولة عبر الهواتف المحمولة، وبذلك تكون الصحافة الجديدة مكملة للصحافة التقليدية.

واستهدفت دراسة محمد إبراهيم (٢٠١٨): (٥٠). التعرف على أهم دوافع متابعة الشباب للتطبيقات الإخبارية للصحف الإلكترونية عبر الهواتف الذكية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وقد استخدمت منهج المسح بالعينة لعينة من الشباب الجامعي المصري قدرها (٤٠٠) مفردة، واستخدم الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى ثمة ارتباطات ذات دلالة إحصائية بين سهولة استخدام التطبيقات الإخبارية للصحف الإلكترونية عبر الهواتف الذكية وأوجه الاستفادة منها، وكذلك وجود علاقة ارتباطية متوسطة بين سهولة استخدام التطبيقات الإخبارية للصحف عبر الهواتف الذكية ونية الاستمرار في استخدامها.

في حين استهدفت دراسة نادية محمد (٢٠١٨) (٥١). التعرف على دور تكنولوجيا الاتصال في تطوير الخدمة الصحفية المقدمة عبر الهاتف المحمول وانعكاساتها على الشباب المصري. واعتمدت الدراسة على منهج المسح في مستوييه الوصفي والتحليلي، وتمثلت الأدوات في استمارة الاستبيان، والمقابلة المباشرة المقننة. تم تطبيقها على عينة مكونة من الناشطين إلكترونياً من الشباب المصري من بين (٣٥-١٨) سنة، قوامها (٤٠٠) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين إلمام الشباب بتقنيات الوسائط المتعددة وقيامهم بتغطية أحداث وتحملها على المواقع الاجتماعية والإلكترونية من خلال الموبايل. مختتماً بأهم التوصيات، ومنها تدريس إمكانيات وخدمات التلفزيون المحمول الإعلامية والسينمائية في كليات ومعاهد وأقسام الإعلام والسينما لنشر الوعي بهذا الدور الجديد للتلفزيون المحمول.

وتناولت دراسة بسنت مراد (٢٠٢٠) (٥٢). مدى تفاعل الجمهور مع محتوى أزمة فيروس كورونا (COVID-١٩) على مواقع التواصل الاجتماعي إلى جانب تطبيقات الهاتف المحمول خاصة موقع فيسبوك وتطبيقي واتس أب WHATSAPP و MESSANGER، واستخدمت الدراسة منهج المسح على عينة بلغت ٤٠٨ مفردة من الجمهور، واستفادت الدراسة من نموذجي "الميل إلى التقدير" ATF أو ما يعني "تأثير المشاعر على كيفية تفكير الأشخاص"، والنموذج المتكامل لتخطيط الأزمات INTEGRATED CRISIS MAPPING MODEL (ICM)، وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تصدرت المقدمة في مصادر الحصول على المعلومات حول الأزمة، وجاءت صفحات الدولة الرسمية على تلك المواقع في المقدمة من بين مصادر المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي، كما تبين وجود علاقة معنوية دالة بين درجة متابعة الجمهور للمحتوى الخاص بالأزمة طبقاً لنوعي (جاد أو ساخر وكوميدي) ودرجة الاقتناع بعدم خطورة فيروس كورونا.

في الوقت الذي حاولت فيه دراسة خمائل زيدان (٢٠٢٠) (٥٣). التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي لتطبيقات الهاتف المحمول والإشباع المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لهذه التطبيقات وأيهما أكثرهم استخداماً وتفضيلاً من قبل الشباب الجامعي، وتنتمي الدراسة

إلى نوع الدراسات الوصفية معتمدة على منهج المسح بالعينة مستخدمة في ذلك أداة الاستبيان الذي تم تطبيقه على عينة من طلبة الجامعات العراقية، وتوصلت الدراسة إلى أن من أهم دوافع استخدام الشباب الجامعي لتطبيقات الهاتف المحمول التعرف على المستجدات للأخبار والأحداث بنسبة ٩٣,٥% وفي المرتبة الثانية المحادثة مع الأهل والأصدقاء بنسبة ٩٢,٥%، ومن أبرز الإشباعات المتحققة بفعل استخدام الشباب الجامعي لصحافة الهاتف المحمول الحصول على المحاورات بنسبة ٩١,٤٤%.

في حين جاءت دراسة أيمن محمد (٢٠٢٠) (٥٤). لرصد دور صحافة الهاتف المحمول في توعية الجمهور السعودي بتطورات أزمة جائحة كورونا (COVID-19) وذلك من خلال التعرف على أنماط ومعدل استخدام الجمهور السعودي لصحافة الهاتف المحمول، من خلال دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السعودي قوامها ٤٠٠ مفردة، خلال الفترة من ١٥ : ٣٠ يوليو ٢٠٢٠، حيث اعتمد الباحث على منهج المسح ودراسة العلاقات المتبادلة. وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع معدل اعتماد الجمهور السعودي على صحافة الهاتف المحمول في متابعة جائحة فيروس كورونا، وجاءت تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة أنواع صحافة الهاتف المحمول التي يحرص الجمهور السعودي على متابعتها، يليها التطبيقات الصوتية والمرئية، ثم تطبيقات الأخبار، فمواقع صحف وبوابات إلكترونية، يليها التطبيقات الرسمية، ثم خدمات الـ SMS و MMS.

وفي الوقت ذاته حاولت دراسة سمية بن زكة وآخرون (٢٠٢٠) (٥٥) التعرف على واقع استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في تغطية أحداث الحراك الشعبي (٢٢) فيفري، وأسباب هذا الاستخدام والإشباعات المحققة منه، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية مستخدما وفي إطار ذلك تم الاعتماد على أسلوب المسح بالعينة حيث تم توزيع استمارة استبيان على عينة من الصحفيين الجزائريين الذين يستخدمون صحافة الموبايل في العمل الإعلامي، وتوصلت الدراسة إلى أهم دافع وراء استخدام الصحفيين لصحافة الموبايل هي استغلال التطور التكنولوجي لتحقيق سبق الصحفي والاقتصاد في الوقت والجهد، حيث أن الإشباعات المتحققة من استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في تغطية أحداث الحراك الشعبي هي أنها سرعت عملية التغطية، كما سهلت عليهم عملية التغلغل وسط الحشود بفضل المرونة التي يتميز بها الموبايل.

وحاولت دراسة طارق الصعدي (٢٠٢٠) (٥٦) التعرف على مدى اعتماد الشباب المصري على صحافة الموبايل وتأثيره على التوعية الصحية بجائحة كورونا، ومعرفة العلاقة بين حجم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية للاعتماد، وبين مستوى التوعية الصحية المكتسبة، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي لعينة من الشباب المصري قدرها (٥٠٠) مفردة تم اختيارها بطريقة عشوائية، واستخدمت الدراسة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع اعتماد الشباب المصري على صحافة الموبايل كمصدر ثري للمعلومات والاتصالات خاصة أثناء جائحة كورونا، وكان من أهم أسباب اعتماد الشباب على صحافة الموبايل سرعة وفورية الأخبار والمعلومات، وسهولة الاستخدام وقلة التكاليف، وأتاحها لأشكال متعددة من المعلومات مابين النصوص والصور والرسوم والفيديو، وكشفت الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل ومستوى التوعية الصحية وفقا للمتغيرات الديموغرافية.

بينما جاءت دراسة **Joao Canavilhas (2021)** ^(٥٧) لتحديد التغييرات التي تسببها الهواتف الذكية في توزيع وإنتاج واستهلاك الأخبار، وتحليل تأثيرها على نظرية المعرفة في الصحافة، وحاولت الدراسة أيضا التأكد مما إذا كان التأثير المتزايد لتقنيات الهاتف المحمول في النشاط الصحفي قد غير طبيعته، وحسن من إنتاج المحتوى الإخباري المقدم للجمهور المتلقى، وتوصلت الدراسة إلى أن صحافة الويب وصحافة الموبايل تشتركان في نفس القناة التي تبث من خلالها للجمهور والاختلاف الكبير الذي يفصل بينهما يتعلق بخصائص تقنية الوصول، وأن الصحافة الخاصة بالأجهزة المحمولة تقديم شيء مختلف عن الوسائط القديمة باستخدام خاصية التنقل والسرعة والتفاعلية وذلك لما تتيحه الخصائص التقنية للأجهزة للهواتف الذكية من تنسيقات مثل المحتوى المغامر، والصوت ثلاثي الأبعاد والواقع المعزز والواقع الافتراضي.

في الوقت ذاته سعت دراسة **هانى نادى عبد المقصود (٢٠٢١)** ^(٥٨) للتعرف على العلاقة بين التماس الأطباء وهيئة التمريض للمعلومات حول جائحة فيروس كورونا المستجد عبر صحافة الموبايل وعلاقته بالتوافق المهني لديهم، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي لعينة من الأطباء والمرضى العاملين بالمستشفيات الحكومية والخاصة بمحافظة المنيا قوامها (٤٢٢) مفردة واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع نسبة من يستخدمون صحافة الموبايل بين الأطباء والمرضى نظرا لانتشار التكنولوجيا بصفة كبيرة في الفترة الحالية وزيادة الاعتماد عليها في وقت الأزمات، ومن أهم دوافع استخدام الفرق الطبية لصحافة الموبايل هو الحصول على المعلومات حول جائحة كورونا محدثة بشكل مستمر، ومن أهم الموضوعات التي تابعتها أفراد العينة أحر إحصائيات الإصابات بالفيروس والإجراءات الاحترازية وطرق مكافحة العدوى، وجهود تطوير اللقاحات والبحوث العلمية الخاصة بهذا الفيروس.

في حين جاءت دراسة **راشد صلاح الدين (٢٠٢١)** ^(٥٩) لرصد دور صحافة الموبايل في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو الأحداث الجارية ومدى الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات عن الأحداث الجارية ودرجة الثقة لدى الجمهور في هذه الأخبار، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية ومنهج المسح الإعلامي لعينة عمدية من الجمهور المصري قوامها (٦٠٠) مفردة، واستخدمت الدراسة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة ٥١,٣% من عينة الدراسة يستخدمون صحافة الموبايل بشكل دائم، وسبب تفضيل أفراد عينة الدراسة لصحافة الموبايل هي سهولة الاستخدام والتعامل معها، وبلغت نسبة ثقة أفراد عينة الدراسة تجاه الموضوعات المقدمة بصحافة الموبايل بدرجة متوسطة بنسبة ٣٦%، ومن أهم القضايا التي حرصت عينة الدراسة على متابعتها بصحافة الموبايل (قضية سد النهضة – فيروس كورونا – الأزمة الليبية)

المحور الثاني: دراسات تناولت مصداقية المواقع الإلكترونية:

حاولت دراسة **English, Alexandra.. (٢٠١٣)** ^(٦٠)، فحص مدى تأثير الجوانب المختلفة من مشاركات تويتر وملفات تعريف المستخدمين على تقييم المصداقية للأخبار المشتركة عبر تويتر، حيث أجريت تجربة تستند إلى الاستقصاء عبر الإنترنت لفهم أدوار محتوى المشاركة واسم المستخدم وصورة الملف الشخصي ومعايير تقييم محتوى

المستخدمين لمصداقية مشاركات تويتر، تم أيضاً تحليل الإجراءات المرتبطة بتقييمات المصداقية، بما في ذلك رغبة المشاركين في النقر فوق أحد الارتباطات المتوفرة، وإعادة المشاركة وتجاهل بعض المعلومات، ومن خلال استخدام الاستبيان الذي طُبق على الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٢٨، تشير النتائج إلى أن المستخدمين ساهموا في تقييم مصداقية أعلى للوظائف ذات القواعد النحوية والإملائية الصحيحة، أو مصدر أو خبير أكاديمي في النشر وملف تعريف المستخدم مع صورة ملف شخصي غير رسمي.

استهدفت دراسة **Flanagin & Metzger 2013** ^(٦١) التعرف على مصداقية المواقع الإلكترونية لدى الشباب الأمريكي والعوامل التي تؤثر في درجة المصداقية لدى الجمهور تجاه المضمون المقدم بالمواقع الإلكترونية، وأجريت الدراسة على عينة من الشباب الجامعي وتحت الجامعي بالولايات المتحدة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلام وصحيفة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى أن المواقع الإخبارية تحتل درجة كبيرة من المصداقية لدى أفراد الجمهور، بينما المواقع الشخصية تمثل درجة أقل من المصداقية، وتحتل المواقع الخاصة والتجارية درجة متوسطة بين النوعين السابقين، وتبين ثقة معظم أفراد العينة في الوسائل الجديدة بصورة أكبر من التقليدية وذلك لإتاحتها كم كبير من المعلومات، وسهولة تبادلها ومشاركتها بين المتصفحين، علاوة على سهولة التواصل بين الأفراد ما عدا المدونات فهي تحتل درجة أقل.

أما دراسة **VanBogart, Shauna M (٢٠١٤)** ^(٦٢)، فقد حاولت فهم كيفية قيام الأفراد ببناء المصداقية عبر الإنترنت من خلال استراتيجيات إدارة الظهور، ومن خلال تطبيق نظرية إدارة الانطباع لدى جوفمان (١٩٥٩)، حيث أبرزت مراجعة الأدبيات أربعة أساليب رائدة للتقديم الذاتي تعزز المصداقية بفعالية على الإنترنت تمثلت في (هيكل وجماليات المواقع الشخصية، ونشر المحتوى المتسق والثاقب والأصيلة، واستخدام الكشوف عن الذات والتحقق من الخبرة من خلال الشهادات والمراجع) وتم تطبيق استراتيجيات العرض الذاتي الأربعة هذه لتحليل ثمانية من رواد الأعمال الذين نجحوا في بناء وجود موثوق به على الإنترنت، تم تطوير دراسات الحالة هذه من خلال تصميم دورة عبر الإنترنت تعلم رواد الأعمال كيفية استخدام إدارة مرات الظهور بشكل فعال عبر الإنترنت.

في الوقت ذاته سعت دراسة **Stephens, Challen (٢٠١٤)** ^(٦٣)، إلى استكشاف آثار تعليقات المراسل على تصورات المصداقية عندما يواجه القراء الأخبار التقليدية عبر الإنترنت، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات شبه التجريبية، وفي إطارها استخدم الباحث تصميم تدوير المجموعات، وباستخدام تصميم التدوير بين المجموعات، ضمت الدراسة متطوعين لقراءة ثلاثة مقالات إخبارية تقليدية موثوقة، يتبع كل مقالة ستة تعليقات، ورأى المشاركون في المراقبة تعليقات من القراء، ورأى المشاركون التجريبيون نفس التعليقات التي تم التلاعب بها لتظهر كما لو أن نصفها قد كتب ونشرها كاتب المقال، ولم تجد الدراسة أي نتائج على مستوى كبير فيما يتعلق بتصنيفات المصداقية المتعلقة بالمرسل أو المضمون أو الوسيلة، وتناقش النتائج فيما يتعلق بنظرية التواجد الاجتماعي ونظرية المعادلة الإعلامية. بينما حاولت دراسة **سماح الشهاوى (٢٠١٤)** ^(٦٤) رصد تقييم الشباب المصري لمصداقية الصحف الإلكترونية المصرية وعلاقة هذه المصداقية باستخدام الشباب لها، كما هدفت إلى التعرف على كيفية تقييم الشباب للصحف الإلكترونية المصرية، ورؤيته لمستقبلها، وفي

إطار منهج المسح، استخدم الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة بالإضافة إلى استخدام مقياس متعدد الأبعاد لقياس مصداقية الصحف الإلكترونية وتتمثل الأبعاد في (الموضوعية، الدقة، الخبرة، الالتزام، التفاعلية)، وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها (٢٠٠) مفردة من الشباب ممن تتراوح أعمارهم بين ١٨ إلى ٣٥ سنة، وقد توصلت الدراسة إلى ارتفاع درجة مصداقية الصحف الإلكترونية لدى الشباب، ويرجع ارتفاع درجة المصداقية إلى الفورية والسرعة في نقل الأحداث واستخدام الوسائط المتعددة بالإضافة إلى استخدام التفاعلية، بينما حصلت على درجة مصداقية متوسطة فيما يتعلق بمستوى الدقة والخبرة في نقل الأخبار، وحصلت على درجة مصداقية منخفضة فيما يتعلق بالموضوعية والالتزام بأخلاقيات المهنة، كما تبين أنه ليس هناك علاقة بين درجة مصداقية الصحف الإلكترونية واستخدام الشباب لها.

وتطلعت دراسة إسرائء عبدالشافى (٢٠١٥) (١٥)، إلى رصد استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار وعلاقته بمصداقيتها لديهم، والوصول إلى العناصر المؤثرة على تقييم المصداقية، وفي إطار منهج المسح استخدم الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب جامعتي القاهرة والمنيا. وتوصلت الدراسة إلى أنه كلما زاد استخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي تزداد مصداقيتها لديهم، وجاء موقع الفيس بوك في مقدمة الوسائل التي يعتمد عليها الشباب كمصدر للأخبار، وجاء عامل الكفاءة في مقدمة العوامل عند تقييم الباحثين لمصداقية شبكات التواصل الاجتماعي بوصفها مصدرا للأخبار.

بينما حاولت دراسة Choi, Wonchan (٢٠١٥) (١٦)، توفير فهم أفضل لتقييم مصداقية الإنترنت، ويركز هذا البحث على كبار السن كمجموعة بحثية حيث أنهم مجموعة مستخدمي أقل دراية في الأدبيات حول مصداقية المعلومات، ويستكشف هذا البحث تقييم مصداقية كبار السن للمعلومات الصحية عبر الإنترنت، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، وطبقت الدراسة على ٨٤ مفردة حول مصداقية المعلومات، وتحديد معايير لتقييم المصداقية مثل (المفاهيم، والتشغيل، والتنوع، والعملية)، وبناءً على هذه المعايير، اقترحت الباحثة إطاراً جديداً موسعاً لتقييم مصداقية الويب، يدعى WC framework، يحتوي على ثلاثة مكونات رئيسية، (مصداقية الويب، مصداقية المصدر، مصداقية المضمون)، وأن الحكم على مصداقية المعلومات الصحية عبر الإنترنت، تستند إلى العديد من الإشارات والاستدلالات المرتبطة بسمات المصدر والمحتوى وتصميم الموقع. في الوقت الذي سعت فيه دراسة Johnson & kaye (٢٠١٥) (١٧)، إلى مقارنة تصورات الجمهور لمصداقية المعلومات السياسية الموجودة على وسائل التواصل الاجتماعية بمصداقية وسائل الإعلام التقليدية، وفي إطار منهج المسح استخدم الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة إلكترونياً على عينة قوامها ١٢٦٧ مبحوثاً، وتوصلت الدراسة إلى احتلال المدونات الإلكترونية المرتبة الأولى بين وسائل الإعلام الجديد الأكثر مصداقية، تلاها موقع فيسبوك، ثم موقع تويتر، وجاء تصنيف المبحوثين للصحف كأكثر مصدر موثوق للأخبار السياسية، تليها الأخبار التلفزيونية التي تبثها قنوات CNN، ثم تليها قناة MSNBC، وفي المرتبة الأخيرة قناة Fox News.

وحاولت دراسة محمد محمد عبده بكير (٢٠١٦) (٦٨) التعرف على مصداقية المضامين الخبرية للمواقع الإلكترونية، والقنوات الفضائية من خلال تعرض الجمهور السعودي لها، والتعرف على كثافة وحجم تعرض الجمهور السعودي للمضامين الخبرية بالمواقع الإلكترونية، مقارنة بالقنوات الفضائية، ومدى المصداقية التي تحظى بها مضامين المواقع الإلكترونية مقارنة بالمصداقية التي تحظى بها القنوات الفضائية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وصحيفة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات، وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها (٤٠٠) مفردة من الجمهور السعودي، وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في مقدمة المواقع الإلكترونية التي يفضلها الجمهور السعودي، يليها المواقع الإخبارية، ثم الصحافة الإلكترونية، ثم المواقع الإذاعية والتلفزيونية، وأخيراً المنتديات الإلكترونية، وذلك وفقاً لتعرضهم للمضامين الخبرية، واجمع الجمهور السعودي على أن المضامين الإخبارية والسياسية تأتي في مقدمة اهتمامهم بالمواقع الإلكترونية والقنوات الفضائية، في المقابل جاءت المضامين الفنية والاقتصادية في نهاية اهتمامهم لها بالمواقع الإلكترونية.

فيما حاولت دراسة Johnson & kaye (٢٠١٦) (٦٩)، التحقق من مستوى تفاعل الجمهور الأمريكي مع مجموعة من الوسائل الإعلامية التقليدية والحديثة كمصادر للمعلومات السياسية، وتحديد العلاقة بين مستوى اعتماد وتفاعل الباحثين مع تلك المصادر وتقييمهم لمصداقيتها، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، واستخدم في ذلك الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة عمدية بلغت ١٢٧٩ مبحوثاً من المستجيبين لاستطلاع رأي إلكتروني وضع رابطها على موقع (M Mechanical Turk). Turk، وتوصلت الدراسة إلى أن الصحف المطبوعة والإلكترونية كانت أكثر المصادر مصداقية للمعلومات السياسية لدى المبحوثين، ثم القنوات التلفزيونية، ثم موقع تويتر، كما تبين وجود علاقة ارتباطية دالة بين مستويات اعتماد الجمهور على الوسائل الإعلامية التقليدية والحديثة، وتقييمهم لمصداقيتها.

كما بحثت دراسة سالي نصار (٢٠١٧) (٧٠) التعرف على مدى مصداقية المعلومات التي تقدمها الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي، واتجاهات النخبة نحوها ومدى اعتمادها على هذه المواقع، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، وتم تطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، طبقت الباحثة الدراسة التحليلية على عينة عمدية قوامها أربع صفحات إخبارية سياسية على موقع فيسبوك في الفترة من ١ يناير ٢٠١٥ وحتى ٣١ أغسطس ٢٠١٥، وذلك لمدة شهر، وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عمدية قوامها ٨٠ مفردة من النخبة الإعلامية، وتوصلت الدراسة إلى أن أبرز معايير المصداقية المتعلقة بالصفحة الإخبارية، والخاصة بالمسؤولية الفكرية للصفحة، (وضوح هوية المسئول عن مصدر المعلومات)، وظهرت أبرز معايير المصداقية المتعلقة بمحتوى الخبر ودقته، (وضوح نوع الخبر، وضوح الهدف من الخبر)، كما اتضح أن أكثر معايير مصداقية محتوى الخبر، المتعلقة بموضوعية وحيادية تناول الحدث، كما تبين وجود علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة مصداقيتها.

في حين هدفت دراسة **عبدالعزیز خلف** (٢٠١٧) (٧١)، إلى التعرف على مصداقية الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي "يوتيوب - فيس بوك - تويتر" - دراسة مسحية على الجمهور الإماراتي، والكشف عن مفهوم المصداقية لديهم، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم الباحث منهج المسح بالعينة، واستخدم في ذلك الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٢١٠) مفردة من الجمهور الإماراتي في مدينة أبوظبي، وتوصلت الدراسة إلى انخفاض درجة مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجمهور، وأن جميع أفراد العينة يبحثون عن مصادر أخرى بجانب مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات نظرا لعدم مصداقيتها، وكانت أهم الوسائل التي يستندون إليها التلفزيون في المرتبة الأولى يليه الصحافة ثم الإذاعة.

في الوقت الذي حاولت فيه دراسة **محمد عبدالعزيز** (٢٠١٧) (٧٢)، تقييم مصداقية إعلام المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية كما يدركها الشباب المصري، ورصد أهم معايير مصداقية كل منهم، خلال فترتي الانتخابات الرئاسية ٢٠١٤ والانتخابات البرلمانية ٢٠١٥، وفي إطار منهج المسح، بالاستناد إلى نظرية المجال العام والنموذج البنائي لمستويات المصداقية، استخدم الاستبيان وتحليل المضمون كأدوات لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة التحليلية على موقعي الفيس بوك ويوتيوب، بينما تمثلت عينة الدراسة الميدانية على عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مفردة من الشباب المصري، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع مؤشر مصداقية المضامين الواردة بمقاطع الفيديو لقنوات اليوتيوب مقارنة بالصفحات الشخصية للمبشرين على الفيس بوك، كما ارتفع مؤشرات مصداقية برنامج صباح الخير يا مصر مقارنة ببرنامج العاشرة مساءً، كما أشارت النتائج إلى توافر معايير المصداقية في موقعي الفيس بوك ويوتيوب متمثلة في (توافر النزاهة، حرية التعبير عن الرأي، الفورية في نقل الأحداث، حرية الممارسة الإعلامية)، بينما لا تتوافر معايير (العدالة والإنصاف، مراعاة المسؤولية الاجتماعية، احترام الخصوصية، الفصل بين الآراء والحقائق، الثقة والشفافية، توثيق مصادر المعلومات، الحيادية والموضوعية).

بينما هدفت دراسة **محمد عبدالديع** (٢٠١٨) (٧٣)، التعرف على مدى تأثير التعرض للإنترنت على مستويات مصداقية القنوات الإخبارية لدى الشباب في جامعتي بنها والحدود الشمالية بمصر والسعودية، وفي إطار منهج المسح والمنهج المقارن استخدم الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٢٠٠) مفردة، وطبق الباحث مقياس مكون من ثلاث أبعاد يشتمل على مصداقية المصدر - مصداقية المضمون - مصداقية الوسيلة، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع درجة ثقة الشباب الجامعي المصري في المواقع الإخبارية أكبر من درجة الثقة في الإنترنت، بينما تعادلت درجة ثقة الشباب الجامعي السعودي في درجة ثقتهم في المواقع الإخبارية والإنترنت، تقاربت أسباب ثقة طلاب جامعة بنها وطلاب جامعة الحدود الشمالية في القنوات الفضائية الإخبارية، ومن أهم أسباب ثقة الشباب في المواقع الإخبارية (التغطية الشاملة للأحداث فضلا عن العدالة وغير التحيز، والدقة في الأخبار والمصداقية)، كذلك ارتفعت درجة مصداقية المضمون لدى الشباب بكل من الجامعتين، بينما كانت درجة مصداقية الوسيلة لدى المبحوثين متوسطة.

واستهدفت دراسة Oh, Pyeongseon (٢٠١٨) (٧٤)، التعرف على الدوافع المختلفة لاستخدام الناس للأخبار السياسية الوطنية على مواقع الشبكات الاجتماعية ومواقع الأخبار الرقمية في الولايات المتحدة وكوريا الجنوبية، وبحثت هذه الدراسة عن أي دافع هو الأكثر أهمية في التنبؤ باستخدام الأخبار السياسية الوطنية (الحاجة إلى الانتماء الاجتماعي، والمصداقية المتصورة حول المنصات، أو الاهتمام السياسي الوطني)، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، واستخدم في ذلك الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت دراسة استقصائية شملت ١٠٠٠ من الكوريين و ١٠٥٤ من الأمريكيين، وأظهرت النتائج أن عنصر المصداقية هو أفضل مؤشر على استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، وكان الاهتمام السياسي أفضل مؤشر على استخدام مواقع الأخبار الرقمية.

واستهدفت دراسة هشام رشدي خيرالله (٢٠١٨) (٧٥)، التعرف على مصداقية التناول الإعلامي لقضايا الفساد الإداري عبر مواقع الصحف الإلكترونية وعلاقته بتشكيل اتجاه الجمهور المصري نحو أداء الحكومة، وفي إطار منهج المسح استخدم الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية من الجمهور المصري قوامها (٩٠٠) مفردة من محافظة المنوفية والقاهرة والمنيا. وقد توصلت الدراسة إلى أنه كلما زادت ثقة الجمهور بصدق وموضوعية الصحف الإلكترونية في تناولها لقضايا الفساد الإداري تزداد درجة التعرض لهذه المضامين ومن ثم تؤثر على اتجاهاتهم الإيجابية نحو أداء الحكومة، كما أثبتت الدراسة عدم وجود فروق دالة بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس اتجاهات الباحثين نحو أداء الحكومة تبعا لاختلاف المتغيرات الديموجرافية.

وجاءت دراسة ولاء محمد محروس (٢٠١٩) (٧٦) للتعرف على معايير مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية كما يراها الشباب الجامعي وعلاقتها باعتماده عليها كمصدر للمعلومات، ورصد العوامل التي تؤثر في مصداقية المواقع والمعايير التي يستند إليها الشباب في تقييمهم للمصداقية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية من خلال منهج المسح الإعلامي، وصحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات من خلال عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من طلاب الجامعة، وتوصلت الدراسة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإلكترونية الإخبارية في الحصول على المعلومات، حيث جاءت في مقدمة الوسائل التي يعتمدون عليها، ومن أهم دوافع استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية الإخبارية تعرفني أخبار العالم المحيط والاطلاع على كل ما يستجد من أحداث أول بأول، وتحقق لي الأفراد بأخبار لا تعرض في وسائل أخرى، وتمثلت ثقة الباحثين في المواقع الإلكترونية الإخبارية بأنها متوسطة وارجع البعض أسباب ضعف ثقته في تلك المواقع إلي (انتشار الأخبار والشائعات والأخبار المفبركة بها والتحيز لوجهة نظر معينة).

واستهدفت دراسة Lin, Brostrom, Griffiths, & Pakpour (2020) (٧٧) التعرف على التأثير السيكولوجي للمحتوى الإعلامي المقدم فيما يتعلق بأزمة COVID-19 وعلاقتها بمصداقية المصدر الإعلامي في التأثير على الجمهور، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهتم بوصف الظواهر والأحداث وجمع الحقائق والمعلومات عنها، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي وصحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات وعينة عمدية من الشباب في دولة إيران قوامها ١٠٧٨ من الذين تعرضوا للحملات الإعلامية المرئية

المتعلقة بوباء كورونا، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة طردية إيجابية بين التعرض للمحتوى الإعلامي المرئي، وبين وجود تأثيرات نفسية وسيكولوجية للجمهور، ومن بين العوامل النفسية التي يتعرض لها الجمهور الشعور بالخوف والقلق والاكتئاب، وان النشر المستمر للإحصائيات المتعلقة بالوفيات، وحالات الإصابة كان له التأثير الكبير. في إثارة الخوف لدى الجمهور خاصة إذا كان المحتوى الإعلامي المرئي المقدم صادر من وسيلة إعلامية تتمتع بمصداقية عالية.

في الوقت ذاته حاولت دراسة سلامى أسعيدانى، عبدالله العسيري (٢٠٢٠) (٧٨) التعرف على مدى مصداقية ما يعرض في مواقع الشبكات الاجتماعية من مشاركات أخبار أو صور أو فيديوهات سواء من مصادر إعلامية أو من مصادر فردية غير إخبارية لدى الإعلاميين، وتتنمى الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتعتمد الدراسة على المنهج المسحي لعينة، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٢٠٠) مفردة من الإعلاميين الجزائريين من الجنسين، باستخدام أداة الاستبيان لجمع المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى أن الشبكات الاجتماعية في المرتبة الأولى من حيث الأكثر زيارتها تليها مواقع الأخبار ثم المدونات ثم بعض المواقع الأخرى وأخيراً مواقع الدردشة والتعارف، واتضح أن نسبة ٦٢٪ تعتمد على وسائل الإعلام الجديدة لمعرفة الأخبار وهي النسبة الأكبر تليها ٣٧٪ لا يعتمدون عليها وهي النسبة الأقل، ونصف العينة ترى أن المحتوى الإعلامي الخبيري على الإنترنت يتمتع إلى حد ما بالمصداقية

وحاولت دراسة جيهان سيد يحيى (٢٠٢١) (٧٩) التعرف على التأثيرات النفسية والسلوكية لمحتوى الإعلام الرقمي المقدم عن كورونا، وعلاقته بمصداقية المصدر، لدى طلاب الجامعات، وكذلك الكشف عن أهم العناصر المكونة لمصداقية المصدر والمرتبطة بجائحة كورونا من خلال تعرض طلاب الجامعات لمحتوى الإعلام المرئي، وتتنمى الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح الاعلامي وصحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وطبقت الدراسة على عينة من طلاب الجامعات المصرية قوامها ٥٠٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم مصادر متابعة طلاب الجامعات جائحة كورونا عبر محتوى الإعلام المرئي في الترتيب الأول من هذه المصادر المواقع الرسمية الحكومية، يليها في الترتيب الثاني مصدر موقع منظمة الصحة العالمية، كذلك في الترتيب الثالث صفحة وزارة الصحة الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي، وتمثلت أهم العوامل المؤثرة على مصداقية المصدر في محتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا الاستناد إلى الأرقام والنسب بدلا من كلمة القليل والكبيرة.

التعليق الدراسات السابقة:

باستعراض الدراسات السابقة العربية والأجنبية والتي ارتبطت بوسائل الإعلام الجديد عامة وصحافة الموبايل بالأخص، وعنصر مصداقية وسائل الإعلام لدى الجمهور وهم جوهر الدراسة الحالية، وفي ضوء الدراسات السابقة يتضح التالي:

- هدفت أغلبية الدراسات إلى التعرف على أسباب اعتماد المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات.
- ألفت الدراسات السابقة الضوء على دور صحافة المحمول في تطوير أداء الصحفيين لمهنتهم والمهارات المطلوبة لإنجازها

- تنوع الجمهور التي أجريت عليه الدراسات السابقة ما بين (جمهور عام بمختلف الفئات العمرية- وجمهور متخصص كفئة الأطباء وأطقم التمريض- العاملين في مجال صحافة الموبايل بالمواقع الإلكترونية ومحطات التلفاز العربية والأجنبية وغرف الأخبار - وطلاب الجامعات مابين النظرية والعملية)
- الدراسات تم إجرائها في دول مختلفة متعددة اللغات واللهجات ومتنوعة الثقافات فيما بينها تمثلت في سبعة عشر دولة هي (مصر- السعودية- الإمارات- قطر- الأردن- فلسطين- العراق- كوردستان- إيران- ألمانيا- أيرلندا- إيطاليا- أستراليا- الولايات المتحدة الأمريكية- إسبانيا- الأرجنتين- هولندا)
- اعتمدت غالبية الدراسات السابقة على صحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات بخلاف دراسة واحدة اعتمدت على استمارة تحليل المضمون.
- استخدمت المقابلات الشخصية المقننة والملاحظة في جمع المعلومات في بعض الدراسات.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

- استفاد الباحث من خلال الإطلاع على الدراسات السابقة في عدة أوجه تمثلت في الأتي:
- تعد بعض نتائج الدراسات السابقة في حد ذاتها حافزاً لإجراء هذه الدراسة وذلك من خلال الوقوف على أحدث النتائج التي توصل إليها الباحثون السابقون.
- تحديد وبلورة مشكلة البحث ووضع تساؤلات وفروض الدراسة الحالية.
- الوقوف على الإطار النظري الملائم لموضوع الدراسة.
- كما استفادت الدراسة الحالية من تلك الدراسات في تعريف مفاهيم الدراسة واختيار بعض أدوات جمع البيانات ومقارنة النتائج.
- الوصول إلى المراجع العربية والأجنبية التي يمكن الاستعانة بها في كتابة الدراسة الحالية.
- التعرف على أهم طرق المعالجة الإحصائية لقياس العلاقة بين متغيرات الدراسة.
- الإطلاع على كيفية رصد وتحليل القضايا التي تعالجها الصحف الإلكترونية محل الدراسة.
- اختيار ال منهج المناسب لتناول موضوع الدراسة، كما ساهمت الدراسات السابقة في مساعدة الباحث فيما يتعلق بتحديد الشروط اللازمة لاختيار العينة التحليلية الوثائقية، وعينة الدراسة الميدانية.
- بناء أدوات الدراسة: صحيفة تحليل مضمون الصحف الإلكترونية محل الدراسة من حيث المضمون، استبيان التعرض للمواقع الإلكترونية للصحف.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية ثراء الوسيلة.

١- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث تفترض النظرية قيام الأفراد بالاعتماد على وسيلة الاتصال لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة، وكلما لعبت الوسيلة دوراً هاماً في حياة الشخص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية وبذلك تنشأ العلاقة بين درجة الاعتماد ومستوى تأثير الوسيلة ومركزيتها لدى الأشخاص. ويفترض كل من Defleur & Rokeach بأنه كلما برزت الحاجة للمعلومات، وزادت قوة الدافع للبحث عنها لسد هذه الحاجة كلما زادت قوة الاعتماد

على الوسيط الاتصالي وبالتالي زادت فرص هذا الوسيط للتأثير على الإطار المعرفي والوجداني والسلوكي لأفراد الجمهور، كما أكدنا على أنه كلما استطاعت أحد القنوات الاتصالية توفير قدر أكبر من المعلومات للفرد كلما اعتمد هذا الفرد على تلك القناة الاتصالية بشكل أكبر^(٨٠)، ولذا تؤكد هذه النظرية على أن الجمهور يعتمد على الوسيلة للحصول على المعلومات عن الظواهر الاجتماعية التي ترتبط بالخبرات الحياتية اليومية إلى المدى الأبعد حيث الاعتماد على وسائل الإعلام لنعلم عن الظواهر التي ليس لهم خبرة مباشرة بها، نظرا لأن النظام الاجتماعي قد أصبح أكثر مدنية وصناعية^(٨١)، فإن الأفراد قد أصبحوا أكثر ميلا للاعتماد على وسائل الاتصال في تحقيق أهدافهم بدلاً من أنظمة الدعم التقليدية مثل العائلة والأصدقاء والجيران^(٨٢). كما أن الفهم والتوجيه والتسلية هي الأبعاد الثلاثة الرئيسية للدافع الإنساني الذي يشكل الأساس للسلوك الإعلامي للفرد، ومن هذه الأهداف الثلاثة استنتج المنظرون أبعاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام التي تحددت خلال ثلاث علاقات هي الفهم والتوجيه والتسلية، ولكل من هذه العلاقات إبعاد اجتماعية وشخصية، وهي ستة أنواع من أبعاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام^(٨٣)، ووفق نظرية الاعتماد لا يمكن رصد التأثير من الإعلام إلى الفرد وحده، أو من الإعلام إلى المجتمع وحده، لأن النظام الاجتماعي له تأثيراته على الأفراد والمجتمعات الفرعية والإعلام كمجتمع، ونقل المعلومات المكثف يتعامل مع الجمهور ببناءاته الاجتماعية، والتأثير المتوقع للإعلام على الجمهور سيكون تأثيراً مرتداً لتغير المجتمع ووسائل الإعلام نفسها^(٨٤)، وتعتمد وسائل الإعلام على الجمهور لتحقيق ثلاث حاجات أو تأثيرات هي التأثير المعرفي، والتأثير الوجداني، والتأثير السلوكي، وحتى يعتمد الجمهور على وسائل الإعلام لابد لوسائل الإعلام من تحقيق حاجات فردية عامة مثل التسلية^(٨٥). ويرصد كل من ملفين وساندرا بول روكيتش التأثير الذي ينتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال المجالات أو التأثيرات الثلاث سألها الذكر: **المعرفية، الوجدانية، السلوكية: التأثيرات المعرفية:** والأثار المعرفية تشمل خمسة جوانب هي: إزالة الغموض الناتج عن قلة المعلومات، وتكوين اتجاهات لاسيما في الأمور الخاصة بالمسائل والقضايا الجدلية والدعاية للرموز، وترتيب أولويات الجمهور، وأيضاً تعمل على اتساع وتنظيم المعتقدات وتقسيمها إلى فئات تنتمي إلى الأسرة أو الدين أو السياسة، كما توضح أهمية القيم المتفق عليها اجتماعياً وقد تخلق قيماً تطبع عليها المجتمع، **التأثيرات الوجدانية:** وهي مختلف المشاعر والعواطف، والإنسان بطبيعته يحب ويكره ويخاف ويميل إلى شئ أو لا يميل له، وفي مجتمع يعتمد اعتماداً كبيراً على وسائل الإعلام في حصوله على المعلومات يمكن توقع حدوث تغير عاطفي عند تقديم الوسائل لهذه المعلومات، أن تأثير الوسائل على مشاعر المتلقين واستجاباتهم العاطفية لها هي أقل أنواع التأثير خضوعاً للبحث^(٨٦)، كما أن المقصود بالتأثيرات الوجدانية المشاعر والأحاسيس مثل زيادة الخوف والتوتر والحساسية للعنف، وأيضاً التأثيرات المعنوية مثل الاغتراب عن المجتمع^(٨٧)، **والتأثيرات السلوكية:** وهي نتاج التأثيرات المعرفية والوجدانية وتظهر في النشاط، والتأثيرات السلوكية للإعلام تظهر في الفعل والتنشيط والحركة نحو قضايا وسلوكيات معينة، أو فقدان الرغبة وتهدة الحركة نحو القضايا والحلول، ومثال ذلك عندما يدفع الإعلان المستهلك نحو القيام بفعل محدد، وعند عدم توفر المعلومات عن الحدث فإن ذلك سيثبط عزيمة الشخص نحو الفعل^(٨٨)، وقد تظهر التأثيرات على شكل الخمول، ويعني تجنب

القائم بعمل ما مثل المشاركة السياسية، وتتنحصر الآثار السلوكية المترتبة على اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في نقطتين هما: التنشيط Activation، الخمول Deactivation. ومن حيث تطبيق النظرية على البحث الحالي: ترى الباحثة أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من أفضل النظريات التي يمكن من خلالها دراسة اعتماد الجمهور المصري على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار، حيث تفيد النظرية في التعرف على تأثير عملية الاعتماد ذاتها على اتجاهات الأفراد تبعاً للمتغيرات الديموغرافية الخاصة بالجمهور المصري، والمساعدة على التعرف على نوع وحجم التأثيرات الناتجة على اعتماد الجمهور المصري على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار، وقد تكون هذه التأثيرات معرفية أو سلوكية أو وجدانية، كما تفيد في التعرف على الأسباب التي تزيد من اعتماد الجمهور المصري على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار.

٢- نظرية ثراء الوسيلة:

استخدمت نظرية ثراء الوسيلة كمدخل نظري للدراسة الحالية، والتي يشار إليها أحياناً بنظرية ثراء المعلومات، هي إطار لوصف وسائل الاتصال على حسب قدرتها على إنتاج المعلومات التي تنقل من خلالها. وقد قام بوضع هذه النظرية كل من ريتشارد دافت Richard L. Daft و روبرت لينجيل Robert H. Lengel، أوضحت نظرية ثراء وسائل الإعلام، على وجه التحديد، إنه كلما زاد غموض المضمون والتبست معانيه، كلما كانت وسائل الإعلام الأكثر ثراءً هي الأنسب له. وارتكازاً على نظريتي الطوارئ ومعالجة المعلومات، فسرت نظرية ثراء وسائل الإعلام أن وسائل الاتصال الشخصية الأكثر ثراءً تحظى بفاعلية أكبر من وسائل الإعلام الضعيفة الأقل ثراءً عندما يتعلق الاتصال بقضايا مبهمة. وقد قدم كل من ريتشارد دافت وروبيرت لينجيل نظرية ثراء وسائل الإعلام عام ١٩٨٤ وقد وضعت في المقام الأول لوصف وتقييم وسائل الاتصال داخل المنظمات واعتمدت على نظرية "معالجة المعلومات" وكيفية تبادل المعلومات داخل المنظمات^(٨٩). وتتص نظرية ثراء وسائل الإعلام على أن جميع قنوات الاتصال تملك خصائص معينة تجعلهم أقل أو أكثر ثراءً، وأحد أهم أهداف اختيار وسيلة اتصال هو تقليل غموض الرسالة. إذا كانت الرسالة غامضة، فإنها تكون غير واضحة وبالتالي أكثر صعوبة على مستقبل الرسالة لفك شفرتها. فكلما كانت الرسالة غامضة، كلما زادت الحاجة إلى الإشارات والمعطيات اللازمة لفهمها. وتضع نظرية ثراء وسائل الإعلام وسائل الاتصال على مقياس متواصل يمثل ثراء الوسيلة وقدرتها على توصيل رسالة معقدة بكفاءة^(٩٠)، وتصف نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً للنظرية فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدى تكون أكثر ثراءً، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً، فثراء المعلومات يقوم بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة. وتفترض هذه النظرية فرضين أساسيين هما^(٩١)، الفرض الأول: أن الوسائل التكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من المعلومات، فضلاً عن تنوع المضمون المقدم من خلالها وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند

التعرض لها. **الفرض الثاني:** هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء وهي سرعة رد الفعل، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل: الوسائط المتعددة، والتركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية. وأنتقد العديد من الباحثين نظرية ثراء وسائل الإعلام في الماضي بسبب طبيعتها القطعية. وأكد ماركس Markus أن الضغوط الاجتماعية يمكن أن تؤثر على استخدام وسائل الإعلام بقوة أكبر بكثير من ثرائها، وبطرق تتعارض مع المبادئ الأساسية لنظرية ثراء وسائل الإعلام^(٩٢) 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 أقل ثراءً. في الواقع، اختيار وسائل الإعلام أمر معقد وبشكل عام حتى لو اعتبرنا وسيلة إعلامية أكثر ثراءً هي "الأفضل" لنقل رسالة ما، فهذا لا يعني أن وسيلة إعلامية أخرى أقل ثراءً لا تستطيع نقل هذه الرسالة على الإطلاق^(٩٣) 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 أى اختلاف للدقة التي تنقل بها الرسالة^(٩٤). ومن حيث تطبيق النظرية على البحث الحالي: يستفيد البحث من هذه النظرية في التعرف على قدرة صحافة الموبايل على تحقيق الثراء المعلوماتي وتسهيل عملية فهم الأحداث التي تغطيها صحفياً للجمهور، وذلك لما تملكه صحافة الموبايل من وسائط متعددة في تقديم المحتوى الإعلامي تساهم بشكل كبير في جذب الجمهور وإقناعه بالمحتوى المقدم، كما يستفيد منها في التعرف على صحافة الموبايل كوسيلة اتصال جماهيرية ومدى تمتعها بخصائص اتصالية فعالة في توصيل المحتوى الإعلامي، ومدى استخدامها والاعتماد عليها من جانب أفراد العينة في ظل ما تتمتع به من تطبيقات وتقنيات اتصالية حديثة، واختبار ما إذا كانت صحافة الموبايل بوصفها وسيلة تنسم بالثراء عن طريق ما تقدمه من محتوى إخباري متنوع بأكثر من وسيط صوت وصورة يساهم في ارتفاع درجة الثقة والمصداقية لدى الجمهور تجاه المحتوى المقدم.

تساؤلات الدراسة:

- تحاول الدراسة الحالية الإجابة على التساؤل الرئيسي: ما العلاقة بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على صحافة الموبايل واتجاهاته نحو مصداقيتها كمصدر للأخبار، وذلك من خلال:
- ١- إلى أى مدى يعتمد طلاب الإعلام التربوي على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار عن الأحداث الجارية؟
 - ٢- ما دوافع اعتماد طلاب الإعلام التربوي على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار عن الأحداث الجارية؟
 - ٣- ما أشكال وأنواع صحافة الموبايل التي يعتمد عليها طلاب الإعلام التربوي كمصدر للأخبار؟
 - ٤- إلى أى مدى يستخدم طلاب الإعلام التربوي وسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل؟
 - ٥- كيف يؤثر مستوى ثراء صحافة الموبايل على معدلات اعتماد طلاب الإعلام التربوي عليها كمصدر للأخبار؟
 - ٦- ما مدى ثقة طلاب الإعلام التربوي بصدق وموضوعية الموضوعات الإخبارية ودرجة ومعايير مصداقيتها عبر صحافة الموبايل؟

- ٧- ما التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية على طلاب الإعلام التربوى نتيجة لإعتمادهم على صحافة الموبايل؟.
- ٨- ما مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية على مستويات اعتماد طلاب الإعلام التربوى على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار.
- ٩- ما مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية على مستويات ثقة طلاب الإعلام التربوى بمصداقية صحافة الموبايل كمصدر للأخبار.

فروض الدراسة:

- ١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لاختلاف مستويات الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار.
- ٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لاختلاف درجة سهولة استخدام صحافة الموبايل كمصدر للأخبار والتفاعل معها.
- ٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لاختلاف درجة ثراء صحافة الموبايل بالمعلومات ووسائل التفاعلية.
- ٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لاختلاف درجة استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية عبر صحافة الموبايل.
- ٥- توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين كثافة اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار ومستويات مصداقية صحافة الموبايل لديهم.
- ٦- توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين كثافة اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار ومستوى تأثيرات صحافة الموبايل عليهم.
- ٧- توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار ومستوى تأثيرات صحافة الموبايل عليهم.
- ٨- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الإعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع – الإقامة – المستوى الاقتصادي الاجتماعي).
- ٩- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستويات مصداقية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع – الإقامة – المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

الإجراءات المنهجية للدراسة:

- نوع ومنهج الدراسة:

تندرج الدراسة الحالية ضمن البحوث الوصفية الكمية، التي تهتم برصد واقع الظاهرة المعنية بشكل يتسم بالموضوعية والانتظام؛ بغية توصيفها بدقة، وفهمها بشكل متعمق، وتفسيرها، فضلاً عن إمكانية التنبؤ بها في المستقبل.^(٧٦)، ويُتيح هذا النوع من الدراسات استخدام الأساليب الرياضية والإحصائية في الإجابة على تساؤلات الدراسة، واختبار فروضها العلمية نحو مزيد من الموضوعية والدقة في النتائج، كما أنها تتيح للباحثة المجال لسرد التفسيرات العلمية لها-أي النتائج- بأسلوبٍ كفي. وتوظف الدراسة الحالية منهج المسح؛ وذلك بهدف تحقيق مستويات عالية من الدقة والانتظام في توصيف وتحليل العلاقات القائمة بين المتغيرات محل الدراسة.

- مجتمع الدراسة واختيار العينة:

تحدد مجتمع الدراسة في طلاب الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية بالجامعات المصرية، ولجأت الباحثة إلى استخدام العينة العشوائية، وطبقت الدراسة على عينة من الشباب الجامعي بأقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية، وقد قامت الباحثة بغلق جميع أسئلة الاستبيان عند تصميمها على جوجل درايف بحيث لا يسمح للمبحوث إرسال الرد بدون الإجابة على كافة أسئلة الاستبيان، ومن ثم كانت جميع الردود على إستمارة الاستبيان صحيحة ولا يوجد نسبة خطأ، وبالتالي كان حجم العينة النهائي (٤٣٢) مفردة من طلاب الإعلام التربوي، وتم مراعاة المتغيرات الديموجرافية أثناء تصميم إستمارة الاستبيان. وجاءت خصائص العينة على النحو التالي:

جدول رقم (١) توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع، الإقامة، الإقامة، المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	١٨٢	٤٢,١٠
	إناث	٢٥٠	٥٧,٩٠
المجموع		٤٣٢	١٠٠
الإقامة	ريف	٢٠٥	٤٧,٥٠
	حضر	٢٢٧	٥٢,٥٠
المجموع		٤٣٢	١٠٠
المستوى الاقتصادي الاجتماعي	مرتفع	١٨٧	٤٣,٣٠
	متوسط	١٧٥	٤٠,٥٠
	منخفض	٧٠	١٦,٢٠
المجموع		٤٣٢	١٠٠

- أدوات الدراسة:

استخدمت صحيفة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة الميدانية، وتم تطبيق استبيان يتكون من ١٤ سؤالاً، عبارة عن عدة مقاييس موضحة في التالي، بالإضافة إلى البيانات الشخصية ومتغيرات الدراسة المتمثلة في النوع (ذكور- إناث)، الإقامة (ريف - حضر)، المستوى الاجتماعي الاقتصادي (مرتفع - متوسط - منخفض). وتم تجميع بيانات الدراسة من خلال تطبيق الاستبيان إلكترونياً من خلال تصميم استمارة الاستبيان على موقع جوجل درايف، وتم

تطبيق الاستبيان من خلال النشر على مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك والوتساب للوصول إلى عينة الدراسة، حيث تم إطلاق الاستمارة لمدة زمنية قدرها ثلاثة أسابيع.

- خطوات تقنين أداة الدراسة:

أولاً: صدق الاستبيان:

يقصد بصدق الاختبار صحته في قياس ما يدعى انه يقيسه، والاختبار الصادق يقيس ما وضع لقياسه^(٩٥). وللتحقق من صدق الاستبيان تم الاعتماد على ثلاث طرق مختلفة وهي: الصدق المنطقي، الصدق الظاهري أو صدق المحكمين، صدق الاتساق الداخلي.

أ- الصدق المنطقي (صدق المحتوى): اعتمدت الباحثة في بناء هذا الاستبيان واختيار العبارات المكونة لأبعاده على الدراسات السابقة التي اتخذت من تطبيقات صحافة الهاتف المحمول موضوعاً لها، وكذلك اشتمت بعض عبارات الاستبيان من بعض المقاييس الخاصة بالدراسات السابقة، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، واستكملت باقي عبارات الاستبيان من الدراسات التي تناولت أحد جوانب أو أبعاد الدراسة، ويشير هذا الاعتماد على المصادر السابقة إلي تمتع المقاييس الفرعية للاستبيان بقدْر مقبول ومعقول من الصدق المنطقي وأن الاستبيان صالح للتطبيق.

ب- الصدق الظاهري أو صدق المحكمين: تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام في الجامعات المصرية، وذلك بغرض دراسة مفردات كل مجال في ضوء التعريف الإجرائي له، وكذلك الهدف من الاستبيان، وقد أقر المحكمون صلاحية الاستبيان بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات التي اقترحتها المحكمون، وقد تم الإبقاء على المفردات التي جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها ٩٠٪ فأكثر، وتم حذف بعض العبارات وتعديل بعضها في ضوء الملاحظات التي أبداها المحكمون؛ حيث انتهى عدد تساؤلات الاستبيان إلى ١٤ سؤال.

ج- صدق الاتساق الداخلي: تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل بعد من أبعاد الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان، وذلك لمعرفة مدى ارتباط كل بعد بالدرجة الكلية للاستبيان، ولهدف التحقق من مدى صدق الاستبيان، ويتضح ذلك من خلال جدول التالي.

جدول (٢) معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل مقياس فرعي والدرجة الكلية للاستبيان

المجال	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
قياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل للحصول على الأخبار	٠,٧٥٨	دالة عند ٠,٠١
قياس مستوى ثراء الوسيلة بالمعلومات وأساليب التفاعلية	٠,٦٨٢	دالة عند ٠,٠١
قياس مستوى استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية عبر صحافة الموبايل	٠,٤٩٨	دالة عند ٠,٠١
قياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية تطبيقات صحافة الموبايل كمصدر للأخبار	٠,٦٨٧	دالة عند ٠,٠١
قياس مستويات مصداقية صحافة الموبايل لدى المبحوثين	٠,٦٦٤	دالة عند ٠,٠١
قياس مستوى تأثيرات استخدام صحافة الموبايل على المبحوثين	٠,٧٠٢	دالة عند ٠,٠١

يتبين من الجدول السابق أن أبعاد الاستبيان تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من ٠,٠١، وقد تراوحت معاملات الارتباط لمجالات الاستبيان بين (٠,٤٩٨، ٠,٧٥٨) وهذا دليل كافٍ على أن المقاييس المكونة لأداة الدراسة تتمتع بمعامل صدق عالي.

ثانياً: ثبات الاستبيان:

يقصد بثبات الاستبيان عادة أن يكون علي درجة عالية من الدقة والإتقان والاتساق فيما تزودنا به من بيانات عن سلوك المبحوث^(٩٦)، والاختبار الثابت هو الذي يعطي نفس النتائج (تقريباً) إذا طبق علي نفس الأشخاص في فرصتين مختلفتين^(٩٧)، وقد تم حساب معامل ثبات الاستبيان أداة الدراسة علي عينة قوامها (٥٠) مفردة من طلاب الإعلام التربوي، وذلك باستخدام طريقة إعادة التطبيق لحساب ثبات المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان وبطريقة التجزئة النصفية لسبيرمان - براون.

أ- طريقة إعادة التطبيق: تم تطبيق الاستبيان علي عينة مكونة من ٥٠ مفردة من طلاب الإعلام التربوي ثم أعيد تطبيقه مرة أخرى علي المجموعة نفسها بعد فاصل زمني قدره ثلاثة أسابيع، ثم قامت الباحثة بحساب معامل الثبات بين درجات المبحوثين في التطبيقين الأول والثاني، وقد أشارت معاملات الارتباط إلي الاتفاق بين الإجابات علي كل بعد من أبعاد الاستبيان بين التطبيق الأول والثاني بنسبة بلغت ٠,٨٢٧ ويتضح ذلك من الجدول التالي:

جدول رقم (٣) معامل ثبات الاستبيان وأبعاده المختلفة

م	البعد	معامل الثبات	مستوى الدلالة
١	قياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل للحصول على الأخبار	٠,٧٨٤	دالة عند ٠,٠١
٢	قياس مستوى ثراء الوسيلة بالمعلومات وأساليب التفاعلية	٠,٨٨٢	دالة عند ٠,٠١
٣	قياس مستوى استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية عبر صحافة الموبايل	٠,٧٢٨	دالة عند ٠,٠١
٤	قياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية تطبيقات صحافة الموبايل كمصدر للأخبار	٠,٦٢٧	دالة عند ٠,٠١
٥	قياس مستويات مصداقية صحافة الموبايل لدى المبحوثين	٠,٥٧٨	دالة عند ٠,٠١
٦	قياس مستوى تأثيرات استخدام صحافة الموبايل على المبحوثين	٠,٦١٨	دالة عند ٠,٠١
	الدرجة الكلية	٠,٨٢٧	دالة عند ٠,٠١

يتضح من الجدول السابق مدى تقارب نسبة الثبات بين الأبعاد المختلفة، كما يتضح أن معاملات ثبات الأبعاد المختلفة قد تراوحت ما بين (٠,٥٧٨ – ٠,٨٨٢) وجميعها معاملات ثبات دالة عند مستوى ٠,٠١، كما يبين أن معامل ثبات الدرجة الكلية للاستبيان قد بلغ ٠,٨٢٧ وهي نسبة توحى بالثقة في صلاحية الاستبيان كأداة من أدوات الدراسة.

ب- طريقة التجزئة النصفية (S.H): كما قامت الباحثة بحساب معامل ثبات كل مقياس فرعي من المقاييس المكونة للاستبيان، وحساب معامل ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع بعضها وكذلك حساب معامل ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع الدرجة الكلية للاستبيان وفقاً لطريقة التجزئة النصفية لجتمان ومعامل سبيرمان وبراون.

جدول رقم (٤) معامل ثبات الاستبيان وأبعاده وفقاً (التجزئة النصفية لجتمان – سبيرمان وبراون).

م	البعد	معامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان	معامل ارتباط سبيرمان – براون
١	قياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل للحصول على الأخبار	٠,٦٨٥	٠,٦٨٩
٢	قياس مستوى ثراء الوسيلة بالمعلومات وأساليب التفاعلية	٠,٧٤٨	٠,٧٢٩
٣	قياس مستوى استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية عبر صحافة الموبايل	٠,٨١٢	٠,٨٤٧

٤	قياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية تطبيقات صحافة الموبايل كمصدر للأخبار	٠,٧٩٥	٠,٨١٢
٥	قياس مستويات مصداقية صحافة الموبايل لدى المبحوثين	٠,٧٧١	٠,٧٩٨
٦	قياس مستوى تأثيرات استخدام صحافة الموبايل على المبحوثين	٠,٨٤٧	٠,٧٧٨
*	معامل ارتباط الأبعاد مع بعضها	٠,٨٨٢	٠,٨١٢
*	ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية	٠,٨٧٤	٠,٨٦٨

يتضح من الجدول السابق أن المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان حققت معاملات ثبات علي درجة معقولة ومقبولة علمياً، حيث تراوحت معاملات ثبات الأبعاد وفقاً لمعامل التجزئة النصفية لجتمان ما بين ٠,٦٨٥ - ٠,٨٤٧، بينما تراوح معامل ثبات الأبعاد وفقاً لمعامل ارتباط سبيرمان وبراون ما بين ٠,٦٨٩ - ٠,٨٤٧، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط الأبعاد مع بعضها فقد كانت ٠,٨٨٢ وفقاً لمعامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، بينما كانت وفقاً لمعامل سبيرمان - براون ٠,٨١٢، وهي معاملات ثبات عالية وتدل على ثبات المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع الدرجة الكلية للاستبيان فقد كانت ٠,٨٧٤ وفقاً لمعاملات ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، وبلغت ٠,٨٦٨ وفقاً لمعامل سبيرمان وبراون وهي معاملات ثبات عالية وتشير إلى ثبات الاستبيان وصلاحيته للاستخدام.

منهجية قياس متغيرات الدراسة:

أ- مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل للحصول على الأخبار: ولقياس معدل كثافة اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل استخدمت الباحثة مقياس مكون من ٣ أسئلة باستمارة الاستبيان عن مدى استخدام صحافة الموبايل، وكم مرة يستخدم صحافة الموبايل في الأسبوع، والمدة الزمنية لاستخدام صحافة الموبايل في اليوم، وتم جمع الدرجات لكل مبحث فنتج لدينا مقياس تراوحت درجاته بين ٣: ١١ درجة، ثم توزيعه إلى ثلاث مستويات من ٣ إلى ٥ درجات منخفض الاعتماد على صحافة الموبايل، من ٦ على ٨ درجات متوسط الاعتماد، ومن ٩ إلى ١١ درجة مرتفع الاعتماد.

ب- مقياس مستوى ثراء الوسيلة بالمعلومات وأساليب التفاعلية: ولقياس مستوى ثراء صحافة الموبايل بالمعلومات، استخدمت الباحثة مقياس تجميعي بطريقة ليكرت الثلاثية، مكون من (١٠) عبارات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحث وتراوحت الدرجات بين ١٠ إلى ٣٠ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض من ثراء الوسيلة ويحصل على الدرجة ١٠ إلى ١٦، والثاني مستوى متوسط من ثراء الوسيلة ويحصل على الدرجة من ١٧ إلى ٢٣، والثالث مستوى مرتفع من ثراء الوسيلة ويحصل على الدرجة من ٢٤ إلى ٣٠.

ج- مقياس مستوى استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية عبر صحافة الموبايل: ولقياس مستوى استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية عبر صحافة الموبايل، تم تكوين مقياس تجميعي بطريقة ليكرت الثلاثية، مكون من (١٠) عبارات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحث وتراوحت الدرجات بين ١٠ إلى ٣٠ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض مستوى التفاعلية ويحصل على الدرجة ١٠ إلى ١٦، والثاني متوسط مستوى التفاعلية ويحصل على الدرجة من ١٧ إلى ٢٣، والثالث مرتفع مستوى التفاعلية ويحصل على الدرجة من ٢٤ إلى ٣٠.

د- مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية تطبيقات صحافة الموبايل كمصدر للأخبار: ولقياس الثقة بصدق وموضوعية تطبيقات صحافة الموبايل كمصدر للأخبار، قامت الباحثة بإضافة سؤال باستمارة الاستبيان يشير إلى تحديد المبحوث من ضمن ٩ درجات، الدرجة التي يعتقد أنها تمثل فعلا مستوى ثقته بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات، والمبحوث الذي يحدد الدرجة من ١: ٣ يعد من منخفضى مستوى الثقة، ومن ٤: ٦ متوسطى مستوى الثقة، ومن ٧: ٩ مرتفعى مستوى الثقة.

هـ- مقياس مستويات مصداقية صحافة الموبايل لدى المبحوثين: ولقياس مستوى مصداقية صحافة الموبايل لدى المبحوثين، تم تكوين مقياس تجميعى بطريقة ليكرت الثلاثية، مكون من خمس أبعاد تمثل مستويات المصداقية، وكل بعد به (٨) عبارات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس الفرعى لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ٨ إلى ٢٤ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض من المصداقية ويحصل على الدرجة ٨ إلى ١٣، والثانى متوسط مستوى المصداقية ويحصل على الدرجة من ١٤ إلى ١٩، والثالث مرتفع مستوى المصداقية ويحصل على الدرجة من ٢٠ إلى ٢٤.

و- مقياس مستوى تأثيرات استخدام صحافة الموبايل على المبحوثين: ولقياس مستوى تأثيرات صحافة الموبايل على المبحوثين، تم تكوين مقياس تجميعى بطريقة ليكرت الثلاثية، مكون من ثلاثة أبعاد (معرفية- وجدانية- سلوكية)، البعد الأول به (٩) عبارات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس الفرعى لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ٩ إلى ٢٧ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض من التأثيرات ويحصل على الدرجة ٩ إلى ١٥، والثانى متوسط مستوى التأثيرات ويحصل على الدرجة من ١٥ إلى ٢١، والثالث مرتفع مستوى التأثيرات ويحصل على الدرجة من ٢٢ إلى ٢٧. والبعد الثانى به (٦) عبارات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس الفرعى لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ٦ إلى ١٨ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض من التأثيرات ويحصل على الدرجة ٦ إلى ٩، والثانى متوسط مستوى التأثيرات ويحصل على الدرجة من ١٠ إلى ١٣، والثالث مرتفع مستوى التأثيرات ويحصل على الدرجة من ١٤ إلى ١٨. والبعد الثالث به (٥) عبارات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس الفرعى لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ٥ إلى ١٥ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض من التأثيرات ويحصل على الدرجة ٥ إلى ٨، والثانى متوسط مستوى التأثيرات ويحصل على الدرجة من ٩ إلى ١٢، والثالث مرتفع مستوى التأثيرات ويحصل على الدرجة من ١٣ إلى ١٥.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

لاستخراج نتائج الدراسة قام الباحث باستخدام البرنامج الإحصائي (spss) حيث استخدم بعض الأساليب الإحصائية التى تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة مثل:

١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

٢- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

٣- تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way Analysis of Variance ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد متغيرات الدراسة.

- ٤- الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوي Least Significance Difference والمعروف بـ L.S.D لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل التباين علي وجود فرق بينها.
- ٥- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.
- ٦- اختبار "ت" T.Test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين علي أحد متغيرات الدراسة.
- ٧- اختبار كا^٢ لجدول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الأسمى.
- ٨- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من ٢×٢.
- ٩- اختبار " Z .Test " لدراسة معنوية الفرق بين نسبتيين مئويتين.

نتائج الدراسة الميدانية

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد طلاب الإعلام التربوي على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار واتجاهاتهم نحو مصداقيتها، وفي إطار منهج المسح تم ملء استمارة الاستبيان إلكترونياً لعينة الدراسة وقوامها (٤٣٢) مفردة من طلاب الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال تطبيق صحيفة الاستبيان عبر موقع جوجل درايف، حيث أطلقت الباحثة صحيفة الاستبيان عبر الجروبات المغلقة لطلاب الإعلام التربوي بالجامعات المصرية لمدة ثلاثة أسابيع، حيث وصل عدد الاستجابات على الاستبيان ٤٣٢ مفردة، وتم مراعاة المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة، وفيما يلي تعرض الباحثة أهم نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة من طلاب الإعلام التربوي بالجامعات المصرية، وذلك للإجابة عن تساؤلات الدراسة، وهو ما يعكس سمات وخصائص العينة في علاقتها بصحافة الموبايل، الأمر الذي يساعد في معرفة مدى اعتماد طلاب الإعلام التربوي على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار واتجاهاتهم نحو مصداقيتها. وقد أسفر تحليل استجابات الباحثين التي تضمنتها بيانات صحيفة الاستبيان بعد عملية الجدولة والتصنيف عن بيانات كمية دعمت الثقة في النتائج وموضوعيتها، كما ساعدت على التحقق من أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها.

١- مدى اعتماد الباحثين على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار.

جدول رقم (٥) مدى اعتماد الباحثين على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفع	٨٩	٤٨,٩٠	١٤٧	٥٨,٨٠	٢٣٦	٥٤,٦٣
متوسط	٤٩	٢٦,٩٢	٨٠	٣٢,٠٠	١٢٩	٢٩,٨٦
منخفض	٤٤	٢٤,١٨	٢٣	٩,٢٠	٦٧	١٥,٥١
الإجمالي	١٨٢	١٠٠	٢٥٠	١٠٠	٤٣٢	١٠٠

قيمة كا^٢ = ١٨,٠٢٩ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٢٠٠ مستوى الدلالة = دالة عند ٠,٠٠١

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ١٨,٠٢٩ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠,٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٢٠٠ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) وكثافة اعتماد الباحثين - إجمالي مفردات عينة الدراسة - على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يعتمدون على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٥٤,٦٣%، موزعة بين ٤٨,٩٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٨,٨٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يعتمدون على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢٩,٨٦% موزعة بين ٢٦,٩٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٢,٠٠% من إجمالي مفردات

عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يعتمدون على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار بدرجة منخفضة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ١٥,٥١% موزعة بين ٢٤,١٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٩,٢٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

٤- أهم المواقع التى يعتمد عليها المبحوثين باستخدام صحافة الموبايل للحصول على الأخبار.
جدول رقم (٦) أهم المواقع التى يعتمد عليها المبحوثين باستخدام صحافة الموبايل للحصول على الأخبار وفقاً للنوع.

الترتيب	الدالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
			%	ك	%	ك	%	ك	
٢	غير دالة	٠,١٩٦	٥٨,٨٠	٢٥٤	٥٨,٤٠	١٤٦	٥٩,٣٤	١٠٨	تطبيقات الصحف الورقية والبوابات الإلكترونية التابعة لها
٤	غير دالة	٠,٤٢٢	٤٦,٠٦	١٩٩	٤٥,٢٠	١١٣	٤٧,٢٥	٨٦	تطبيقات المواقع الإخبارية
٣	غير دالة	٠,٨٤٠	٥٠,٩٣	٢٢٠	٤٩,٢٠	١٢٣	٥٣,٣٠	٩٧	تطبيقات الصحف الإلكترونية
٦	دالة***	٣,٣٤٤	٣٧,٠٤	١٦٠	٣٠,٤٠	٧٦	٤٦,١٥	٨٤	صفحات الصحف والمواقع الإخبارية على مواقع التواصل الإجتماعى
٥	دالة**	٢,٧٣٦	٤٣,٩٨	١٩٠	٣٨,٤٠	٩٦	٥١,٦٥	٩٤	تطبيقات صوتية ومرئية
٧	غير دالة	١,٥٦٢	٣٥,٨٨	١٥٥	٣٢,٨٠	٨٢	٤٠,١١	٧٣	تطبيقات وصفحات المؤسسات الرسمية
١	غير دالة	٠,٣٠٦	٦٨,٩٨	٢٩٨	٦٨,٤٠	١٧١	٦٩,٧٨	١٢٧	تطبيقات مواقع التواصل الإجتماعى
٨	غير دالة	١,٠٨٨	٢٩,١٧	١٢٦	٣١,٢٠	٧٨	٢٦,٣٧	٤٨	تطبيقات بريدية
٩	غير دالة	٠,٤٠٣	٢٥,٩٣	١١٢	٢٥,٢٠	٦٣	٢٦,٩٢	٤٩	تطبيقات الأخبار عبر الرسائل القصيرة أو المصورة
			٤٣٢		٢٥٠		١٨٢		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم المواقع التى يعتمد عليها المبحوثين باستخدام صحافة الموبايل للحصول على الأخبار وفقاً للنوع، حيث جاء فى الترتيب الأول تطبيقات مواقع التواصل الإجتماعى، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٨,٩٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٩,٧٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٦٨,٤٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٣٠٦ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء فى الترتيب الثانى تطبيقات الصحف الورقية والبوابات الإلكترونية التابعة لها، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٨,٨٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٩,٣٤% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٥٨,٤٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,١٩٦ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الثالث تطبيقات الصحف الالكترونية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٠,٩٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٣,٣٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٩,٢٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٨٤٠ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

٥- درجة سهولة استخدام المبحوثين وتفاعلهم مع صحافة الموبايل كمصدر للأخبار.

جدول رقم (٧) درجة سهولة استخدام المبحوثين وتفاعلهم مع صحافة الموبايل كمصدر للأخبار وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
بدرجة كبيرة	٨٦	٤٧,٢٥	١٠٦	٤٢,٤٠	١٩٢	٤٤,٤٤
بدرجة متوسطة	٧٤	٤٠,٦٦	٩٥	٣٨,٠٠	١٦٩	٣٩,١٢
بدرجة منخفضة	٢٢	١٢,٠٩	٤٩	١٩,٦٠	٧١	١٦,٤٤
الإجمالي	١٨٢	١٠٠	٢٥٠	١٠٠	٤٣٢	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٤,٣٦٥ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,١٠٠ مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٤,٣٦٥ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,١٠٠ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ودرجة سهولة استخدام المبحوثين - إجمالي مفردات عينة الدراسة - وتفاعلهم مع صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمون ويتفاعلون مع صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار بدرجة كبيرة من السهولة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٤٤,٤٤%، موزعة بين ٤٧,٢٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٢,٤٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمون ويتفاعلون مع صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار بدرجة متوسطة من السهولة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٣٩,١٢% موزعة بين ٤٠,٦٦% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٨,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يستخدمون ويتفاعلون مع صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار بدرجة منخفضة من السهولة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ١٦,٤٤% موزعة بين ١٢,٠٩% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٩,٦٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

٦- أهم أسباب اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار.
جدول رقم (٨) أهم أسباب اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار وفقا للنوع.

الترتيب	الدلالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الأسباب
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	دالة**	٢,٩٣٢	٧١,٠٦	٣٠٧	٦٥,٦٠	١٦٤	٧٨,٥٧	١٤٣	سهولة الاستخدام جعلتها مصدرا سريعا و فوريا للأخبار في مختلف القضايا والمجالات
٢	غير دالة	١,٤١٩	٦٤,٨١	٢٨٠	٦٧,٦٠	١٦٩	٦٠,٩٩	١١١	إمكانية التصفح للعديد من المواقع بما يجعل هناك مفاضلة في الاختيار للموقع أو التطبيق الأكثر دقة ومصداقية
٥	دالة**	٢,٦٢٤	٤٣,٧٥	١٨٩	٣٨,٤٠	٩٦	٥١,١٠	٩٣	مصدر متنقل يستطيع الرجوع إليه في أي وقت وفي أي مكان من خلال هاتفى الجوال
٤	غير دالة	٠,٢٠٥	٤٣,٩٨	١٩٠	٤٤,٤٠	١١١	٤٣,٤١	٧٩	سهولة الوصول إلى المصدر صاحب المحتوى والتواصل معه والاستفسار عن تفاصيل أكثر بشكل لا تتيح وسائل الإعلام التقليدية
٣	غير دالة	٠,٢٥٦	٤٩,٠٧	٢١٢	٤٩,٦٠	١٢٤	٤٨,٣٥	٨٨	قلة التكاليف ومجانبة التعرض عبر التطبيقات والصفحات الالكترونية جعلتها الأنسب ماديا
٦	غير دالة	٠,٧٠٦	٤٠,٩٧	١٧٧	٤٢,٤٠	١٠٦	٣٩,٠١	٧١	إمكانية تصفح أكثر من موقع في زمن قصير حول الموضوعات التي تهمني
٧	دالة**	٢,٦٢٦	٣٦,٨١	١٥٩	٣١,٦٠	٧٩	٤٣,٩٦	٨٠	اختيار الطريقة التي تناسب قدراتي وميولي في التعرض ما بين القراءة أو الاستماع والمشاهدة للأخبار
			٤٣٢		٢٥٠		١٨٢		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أسباب اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار وفقا للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول سهولة الاستخدام جعلتها مصدرا سريعا و فوريا للأخبار في مختلف القضايا والمجالات، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧١,٠٦% من

إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٨,٥٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٥,٦٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠,٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢,٩٣٢ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٩.

وجاء في الترتيب الثاني إمكانية التصفح للعديد من المواقع بما يجعل هناك مفاضلة في الاختيار للموقع أو التطبيق الأكثر دقة ومصداقية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٤,٨١% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٠,٩٩% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٧,٦٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١,٤١٩ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الثالث قلة التكاليف ومجانبة التعرض عبر التطبيقات والصفحات الالكترونية جعلتها الأنسب مادياً، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٩,٠٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٨,٣٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٩,٦٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٢٥٦ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

٧- أكثر الأخبار التي يفضل المبحوثين متابعتها على صحافة الموبايل.

جدول رقم (٩) أكثر الأخبار التي يفضل المبحوثين متابعتها على صحافة الموبايل وفقاً للنوع.

الترتيب r	الدلالة p	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الموضوعات
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	غير دالة	١,٦٩٥	٧٠,٨٣	٣٠٦	٧٤,٠٠	١٨٥	٦٦,٤٨	١٢١	الأخبار السياسية الخاصة بالشأن الداخلي للدولة
٢	غير دالة	٠,٤٩٦	٥٥,٧٩	٢٤١	٥٦,٨٠	١٤٢	٥٤,٤٠	٩٩	الأخبار السياسية العالمية
٣	غير دالة	١,١٦٨	٥٠,٠٠	٢١٦	٥٢,٤٠	١٣١	٤٦,٧٠	٨٥	أخبار المشاهير في مختلف المجالات
٤	غير دالة	٠,٥٩٧	٤٣,٩٨	١٩٠	٤٥,٢٠	١١٣	٤٢,٣١	٧٧	الأخبار الدينية
٤	غير دالة	٠,٥٩٧	٤٣,٩٨	١٩٠	٤٥,٢٠	١١٣	٤٢,٣١	٧٧	الأخبار التي تخص الهيئات والوزارات الحكومية
٦	دالة*	١,٩٦٣	٣٤,٩٥	١٥١	٣٨,٨٠	٩٧	٢٩,٦٧	٥٤	الأخبار الاجتماعية التي تتناول القصص الخيرية لحياة الناس ومعيشتهم
٨	غير دالة	١,٢٧٢	٣٠,٧٩	١٣٣	٣٣,٢٠	٨٣	٢٧,٤٧	٥٠	الأخبار التي تخص التعليم والبحث العلمي
٧	غير دالة	٠,٣٢٥	٣٢,١٨	١٣٩	٣٢,٨٠	٨٢	٣١,٣٢	٥٧	الأخبار الاقتصادية الخاصة بالأسواق والبورصة
٥	غير دالة	٠,٧٠٦	٤٠,٩٧	١٧٧	٤٢,٤٠	١٠٦	٣٩,٠١	٧١	أخبار الرياضة العالمية والمحلية
٤	غير دالة	٠,٢٠٥	٤٣,٩٨	١٩٠	٤٤,٤٠	١١١	٤٣,٤١	٧٩	أخبار الفنون بمختلف أشكالها
			٤٣٢		٢٥٠		١٨٢		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أكثر الأخبار التي يفضل المبحوثين متابعتها على صحافة الموبايل وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول الأخبار السياسية الخاصة بالشأن الداخلي للدولة، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧٠,٨٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٦,٤٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٤,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١,٦٩٥ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الثاني الأخبار السياسية العالمية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٥,٧٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٤,٤٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٦,٨٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٤٩٦ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الثالث أخبار المشاهير في مختلف المجالات، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٠,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٦,٧٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٢,٤٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١,١٦٨ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

٨- موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى ثراء الوسيلة باستخدام وسائل التفاعلية المفضلة لديهم عبر صحافة الموبايل.

جدول (١٠) موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى ثراء الوسيلة باستخدام وسائل التفاعلية المفضلة لديهم عبر صحافة الموبايل.

درجة التراء	J _{adj}	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قليلة		متوسطة		كبيرة		درجة التراء العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	٢	٠,٦٦	٢,٥٣	٩,٠٣	٣٩	٢٨,٩٤	١٢٥	٦٢,٠٤	٢٦٨	تنوع أشكال وأنماط عرض الأخبار المقدمة ما بين (نصوص - صور - رسوم - مقاطع صوتية / فيديو مسجلة وحية) بما يضيف مزيداً من الجاذبية ومتعة المطالعة
مرتفع	٦	٠,٧٠	٢,٤٣	١٢,٠٤	٥٢	٣٣,٣٣	١٤٤	٥٤,٦٣	٢٣٦	إمكانية النسخ و المشاركة للمضمون من تلك المواقع أو التطبيقات إلى صفحاتنا الخاصة بوسائل التواصل الإجتماعي

إعتماد طلاب الإعلام التربوي على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار وإتجاهاتهم نحو مصداقيتها: دراسة ميدانية

مرتفع	٤	٠,٦١	٢,٤٩	٦,٠٢	٢٦	٣٩,١٢	١٦٩	٥٤,٨٦	٢٣٧	إضافة التفاعل مع الأخبار من خلال التعليق عليها والمساهمة في إبداء ومشاركة وجهة نظري حول مختلف الأخبار والموضوعات
متوسط	٧	٠,٦٦	٢,٣٢	١١,١١	٤٨	٤٥,٨٣	١٩٨	٤٣,٠٦	١٨٦	البحث في الأرشيف المجاني ببعض الصحف الإلكترونية بالموضوع أو باسم الكاتب
مرتفع	٦	٠,٦١	٢,٤٣	٦,٠٢	٢٦	٤٤,٩١	١٩٤	٤٩,٠٧	٢١٢	بعض المواقع الإخبارية مزودة بإمكانية التصفح عبرها بشبكة الويب أو الربط بمواقع أخرى
مرتفع	١	٠,٦٢	٢,٥٨	٦,٩٤	٣٠	٢٨,٠١	١٢١	٦٥,٠٥	٢٨١	الرسائل الإخبارية النصية أو المصورة على مدار اليوم عبر رسائل الموبايل أو عبر الإيميل
متوسط	٧	٠,٧٥	٢,٣٢	١٦,٩٠	٧٣	٣٤,٠٣	١٤٧	٤٩,٠٧	٢١٢	التفاعل كصانع محتوى أخباري عبر وسائل التواصل الاجتماعي
مرتفع	٥	٠,٦٦	٢,٤٦	٩,٠٣	٣٩	٣٥,٨٨	١٥٥	٥٥,٠٩	٢٣٨	خدمة الفاريء الصوتي ببعض التطبيقات أو المواقع والتي توفر جهد القراء بالاستماع وتناسب وقدرات البعض المحدودة في القراءة أو لضعاف البصر أو المكفوفين
مرتفع	٣	٠,٧١	٢,٥١	١٢,٩٦	٥٦	٢٣,١٥	١٠٠	٦٣,٨٩	٢٧٦	التصويت واستطلاعات الرأي مما يساعد على إبداء الرأي في الموضوعات المهمة

المنتديات الإلكترونية التي يتم بها طرح أسئلة حول الموضوعات المهمة والمناقشة حولها	٢٨٤	٦٥,٧٤	١١٣	٢٦,١٦	٣٥	٨,١٠	٢,٥٨	٠,٦٤	١	مرتفع
جملة من سنلوا	ن=٤٣٢									
مرتفع	--	٠,٦٦	٢,٤٦							

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس مستوى ثراء الوسيلة باستخدام وسائل التفاعلية المفضلة لديهم عبر صحافة الموبايل، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٤٦، بينما تراوحت تقدير استجابات الباحثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع ومتوسط، وجاء في مقدمة هذه العبارات الرسائل الإخبارية النصية أو المصورة على مدار اليوم عبر رسائل الموبايل أو عبر الإيميل، المنتديات الإلكترونية التي يتم بها طرح أسئلة حول الموضوعات المهمة والمناقشة حولها حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٨، وجاءت تنوع أشكال وأنماط عرض الأخبار المقدمة ما بين (نصوص - صور - رسوم - مقاطع صوتية / فيديو مسجلة وحية) بما يضيف مزيداً من الجاذبية ومتعة المطالعة في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٣، وجاءت التصويت واستطلاعات الرأي مما يساعد على إبداء الرأي في الموضوعات المهمة في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥١، وجاءت إضافة التفاعل مع الأخبار من خلال التعليق عليها والمساهمة في إبداء ومشاركة وجهة نظري حول مختلف الأخبار والموضوعات في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٩، وجاءت خدمة القارئ الصوتي ببعض التطبيقات أو المواقع والتي توفر جهد القراءة بالاستماع وتناسب وقدرات البعض المحدودة في القراءة أو لضعاف البصر أو المكفوفين في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٦، وجاءت إمكانية النسخ و المشاركة للمضمون من تلك المواقع أو التطبيقات إلى صفحاتنا الخاصة بوسائل التواصل الاجتماعي، بعض المواقع الإخبارية مزودة بإمكانية التصفح عبرها بشبكة الويب أو الربط بمواقع أخرى في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٣، وجاءت البحث في الأرشيف المجاني ببعض الصحف الإلكترونية بالموضوع أو باسم الكاتب، التفاعل كصانع محتوى أخباري عبر وسائل التواصل الاجتماعي في الترتيب السابع حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢,٣٢.

- مستوى ثراء الوسيلة باستخدام وسائل التفاعلية المفضلة لدى الباحثين عبر صحافة الموبايل.
جدول رقم (١١) مستوى ثراء الوسيلة باستخدام وسائل التفاعلية المفضلة لدى الباحثين عبر صحافة الموبايل وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
درجة مرتفعة	٦٩	٣٧,٩١	١٤٣	٥٧,٢٠	٢١٢	٤٩,٠٧
درجة متوسطة	٧٤	٤٠,٦٦	٧٣	٢٩,٢٠	١٤٧	٣٤,٠٣
درجة منخفضة	٣٩	٢١,٤٣	٣٤	١٣,٦٠	٧٣	١٦,٩٠
الإجمالي	١٨٢	١٠٠	٢٥٠	١٠٠	٤٣٢	١٠٠

قيمة كا^٢ = ١٥,٨٩٦ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,١٨٨ مستوى الدلالة = ٠,٠٠١

بحساب قيمة كا ٢١ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ١٥,٨٩٦ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠,٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,١٨٨ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ودرجة ثراء الوسيلة باستخدام وسائل التفاعلية المفضلة لدى المبحوثين - إجمالي مفردات عينة الدراسة - عبر صحافة الموبايل.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن درجة ثراء الوسيلة - أي صحافة الموبايل- باستخدام وسائل التفاعلية المفضلة لديهم مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٤٩,٠٧%، موزعة بين ٣٧,٩١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٧,٢٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يرون أن درجة ثراء الوسيلة - أي صحافة الموبايل- باستخدام وسائل التفاعلية المفضلة لديهم متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٣٤,٠٣% موزعة بين ٤٠,٦٦% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٩,٢٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يرون أن درجة ثراء الوسيلة - أي صحافة الموبايل- باستخدام وسائل التفاعلية المفضلة لديهم منخفضة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ١٦,٩٠% موزعة بين ٢١,٤٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٣,٦٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

٩- موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى استخدام وسائل التفاعلية المتاحة لديهم عبر صحافة الموبايل.

جدول (١٢) موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى استخدام وسائل التفاعلية المتاحة لديهم عبر صحافة الموبايل.

درجة الاستخدام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادراً		أحياناً		دائماً		درجة الإصدار العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	٢	٢,٥٧	٨,١٠	٣٥	٢٧,٠٨	١١٧	٦٤,٨١	٢٨٠	أقرأ الخبر من بدايته حتى نهايته مع البحث عن صحته بمتصفح جوجل
مرتفع	٨	٢,٣٦	١٣,٨٩	٦٠	٣٦,١١	١٥٦	٥٠,٠٠	٢١٦	أكتفي بقراءة جزء من الخبر كالعنوان والمقدمة للأخبار غير المهمة للإلمام والمعرفة فقط

إعتماد طلاب الإعلام التربوي على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار وإتجاهاتهم نحو مصداقيتها: دراسة ميدانية

مرتفع	٤	٠,٦٢	٢,٤٨	٦,٩٤	٣٠	٣٨,١٩	١٦٥	٥٤,٨٦	٢٣٧	أنظر إلى عدد المشاهدات و التعليقات الموجودة على الخبر قبل قراءته
مرتفع	٦	٠,٦٩	٢,٤٠	١٢,٠٤	٥٢	٣٥,٦٥	١٥٤	٥٢,٣١	٢٢٦	أقوم فور القراءة بمشاركة الخبر على صفحتي الشخصية أو جروبات الأصدقاء وأقوم بإبداء الرأي حول مضمونه
مرتفع	٤	٠,٦٢	٢,٤٨	٦,٩٤	٣٠	٣٨,٤٣	١٦٦	٥٤,٦٣	٢٣٦	اهتم بتعليقات القراء على الخبر للتأكد من صحته قبل بدء القراءة أو التفاعل
مرتفع	١	٠,٦٢	٢,٥٨	٦,٩٤	٣٠	٢٨,٠١	١٢١	٦٥,٠٥	٢٨١	اكتفى بقراءة الخبر دون أن أقوم بعمل أي نوع من مستويات التفاعلية الثلاثة (إعجاب - مشاركة - تعليق) ولا أهتم بالتأكد من صحته

إعتماد طلاب الإعلام التربوي على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار وإتجاهاتهم نحو مصداقيتها: دراسة ميدانية

مرتفع	٧	٠,٧١	٢,٣٩	١٢,٩٦	٥٦	٣٥,١٩	١٥٢	٥١,٨٥	٢٢٤	أقوم بمشاركة الأخبار الكاذبة بعد التأكد من عدم صحتها بعد مقارنتها بالخبر الصحيح ا من مصدر موثوق فيه لتحذير الأصدقاء وتصحيح المعلومات للغير
مرتفع	٤	٠,٦٤	٢,٤٨	٨,١٠	٣٥	٣٦,١١	١٥٦	٥٥,٧٩	٢٤١	اهتم بالقراءة والتعليق على الأخبار بالصفحات الخاصة بالصحف على مواقع التواصل الإجتماعي
مرتفع	٥	٠,٧١	٢,٤٤	١٢,٩٦	٥٦	٣٠,٥٦	١٣٢	٥٦,٤٨	٢٤٤	أحرص على الرد على الشائعات والأخبار المغرضة بكتابة بوست أو تغريدة على صفحتي الخاصة بالفيس بوك أو تويتر

مرتفع	٣	٠,٦٤	٢,٥١	٨,١٠	٣٥	٣٢,٦٤	١٤١	٥٩,٢٦	٢٥٦	أقارن المحتوى المنشور على مختلف المواقع التطبيقات التي أثق بها قبل القيام بأي تفاعل مع الخبر
مرتفع	--	٠,٦٦	٢,٤٧	ن=٤٣٢						جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى استخدام وسائل التفاعلية المتاحة لديهم عبر صحافة الموبايل، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٤٧، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع ومتوسط، وجاء في مقدمة هذه العبارات اكتفى بقراءة الخبر دون أن أقوم بعمل أي نوع من مستويات التفاعلية الثلاثة (إعجاب - مشاركة - تعليق) ولا أهتم بالتأكد من صحته حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٨، وجاءت أقرأ الخبر من بدايته حتى نهايته مع البحث عن صحته بمتصفح جوجل في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٧، وجاءت أقارن المحتوى المنشور على مختلف المواقع التطبيقات التي أثق بها قبل القيام بأي تفاعل مع الخبر في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥١، وجاءت أنظر إلى عدد المشاهدات و التعليقات الموجودة على الخبر قبل قراءته، اهتم بتعليقات القراء على الخبر للتأكد من صحته قبل بدء القراءة أو التفاعل، اهتم بالقراءة والتعليق على الأخبار بالصفحات الخاصة بالصحف على مواقع التواصل الإجتماعي في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٨، وجاءت أحرص على الرد على الشائعات والأخبار المغرصة بكتابة بوست أو تغريدة على صفحتي الخاصة بالفيس بوك أو تويتر في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٤، وجاءت أقوم فور القراءة بمشاركة الخبر على صفحتي الشخصية أو جروبات الأصدقاء وأقوم بإيداء الرأي حول مضمونه في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٠، وجاءت أقوم بمشاركة الأخبار الكاذبة بعد التأكد من عدم صحتها بعد مقارنتها بالخبر الصحيح من مصدر موثوق فيه لتحذير الأصدقاء وتصحيح المعلومات للغير في الترتيب السابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٣٩، وجاءت أكتفي بقراءة جزء من الخبر كالعنوان والمقدمة للأخبار غير المهمة للإلمام والمعرفة فقط في الترتيب الثامن حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٣٦.

- مستوى استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل.
جدول رقم (١٣) مستوى استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
درجة مرتفعة	١٠١	٥٥,٤٩	١٢٣	٤٩,٢٠	٢٢٤	٥١,٨٥
بدرجة متوسطة	٥٤	٢٩,٦٧	٩٨	٣٩,٢٠	١٥٢	٣٥,١٩
بدرجة منخفضة	٢٧	١٤,٨٤	٢٩	١١,٦٠	٥٦	١٢,٩٦
الإجمالي	١٨٢	١٠٠	٢٥٠	١٠٠	٤٣٢	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٤,٣٧٤ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,١٠٠ مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٤,٣٧٤ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,١٠٠ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ودرجة استخدام المبحوثين - إجمالي مفردات عينة الدراسة - لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمون وسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٥١,٨٥%، موزعة بين ٥٥,٤٩% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٩,٢٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمون وسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٣٥,١٩% موزعة بين ٢٩,٦٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٩,٢٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يستخدمون وسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل بدرجة منخفضة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ١٢,٩٦% موزعة بين ١٤,٨٤% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١١,٦٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

١٠ - درجة ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات.

جدول رقم (١٤) درجة ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للأخبار وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
بدرجة كبيرة	٦٢	٣٤,٠٧	١٢٦	٥٠,٤٠	١٨٨	٤٣,٥٢
بدرجة متوسطة	١٠٥	٥٧,٦٩	٧٧	٣٠,٨٠	١٨٢	٤٢,١٣
بدرجة منخفضة	١٥	٨,٢٤	٤٧	١٨,٨٠	٦٢	١٤,٣٥
الإجمالي	١٨٢	١٠٠	٢٥٠	١٠٠	٤٣٢	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٣٢,٧١٨ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٢٦٥ مستوى الدلالة = دالة عند ٠,٠٠١

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٣٢,٧١٨ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠,٠٥، وقد

بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٢٦٥ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ودرجة ثقة المبحوثين - إجمالي مفردات عينة الدراسة - بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يثقون بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٤٣,٥٢%، موزعة بين ٣٤,٠٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٠,٤٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يثقون بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٤٢,١٣% موزعة بين ٥٧,٦٩% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٠,٨٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يثقون بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار بدرجة منخفضة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ١٤,٣٥% موزعة بين ٨,٢٤% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٨,٨٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

١٢- أهم أسباب ثقة المبحوثين بالمضمون الإخباري المقدم عبر صحافة الموبايل.

جدول رقم (١٥) أهم أسباب ثقة المبحوثين بالمضمون الإخباري المقدم عبر صحافة

الموبايل وفقاً للنوع.

الترتيب	الدلالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الحسابات
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	غير دالة	٠,٧٩٢	٦٧,١٣	٢٩٠	٦٥,٦٠	١٦٤	٦٩,٢٣	١٢٦	مصادر الأخبار معلومة بالنسبة لي لذا أثق في محتواها
٢	غير دالة	٠,٢٢٢	٥٩,٩٥	٢٥٩	٦٠,٤٠	١٥١	٥٩,٣٤	١٠٨	تتمتع بقدر كبير من الحرية والجرأة في عرض كافة وجهات النظر عن وسائل الإعلام التقليدية
٤	غير دالة	٠,٠٦١	٥٠,٩٣	٢٢٠	٥٠,٨٠	١٢٧	٥١,١٠	٩٣	تتميز بالتغطية المستمرة والتحديث على مدار الساعة
٣	غير دالة	٠,٨٧٣	٥٣,٠١	٢٢٩	٥٤,٨٠	١٣٧	٥٠,٥٥	٩٢	التغطية بالباش المباشر ساهمت في النقل الفوري الواقعي من قلب الأحداث
٥	غير دالة	٠,٣٨٩	٥٠,٠٠	٢١٦	٥٠,٨٠	١٢٧	٤٨,٩٠	٨٩	اللغة وطريقة تناول للأحداث بسيطة ومعبرة ومفهومة ودقيقة لا لبس أو غموض فيها

٨	غير دالة	٠,٩١٢	٤٣,٠٦	١٨٦	٤١,٢٠	١٠٣	٤٥,٦٠	٨٣	تتطرق لأماكن ومناطق جديدة تمس الواقع المعاش بالنسبة للمتابعين لم يتم تناولها في وسائل الإعلام التقليدية من قبل
٧	غير دالة	٠,٧١١	٤٣,٧٥	١٨٩	٤٥,٢٠	١١٣	٤١,٧٦	٧٦	تتسم بالأمانة في العرض والتقديم لاستقلاليتها في الممارسة
٦	غير دالة	٠,٢٨٧	٤٨,٦١	٢١٠	٤٩,٢٠	١٢٣	٤٧,٨٠	٨٧	تعطي فرصة حق الرد والتصحيح لما يتم تناوله حول الأشخاص أو المؤسسات أو الأشخاص الاعتباريين
٩	دالة*	٢,٠٢٤	٣٧,٩٦	١٦٤	٤٢,٠٠	١٠٥	٣٢,٤٢	٥٩	تعرض آراء مختلف وجهات النظر نحو الموضوعات المقدمة
١٠	غير دالة	٠,٢٢٨	٣٥,٦٥	١٥٤	٣٥,٢٠	٨٨	٣٦,٢٦	٦٦	تستند الموضوعات المقدمة على الأدلة والبراهين من خلال وثائق ومستندات مما يؤكد مصداقيتها
١٠	غير دالة	٠,١٧٩	٣٥,٦٥	١٥٤	٣٦,٠٠	٩٠	٣٥,١٦	٦٤	تقديم المتابعات الحية للأحداث والتصوير مع شهود العيان لتوثيق الوقائع أمام الجمهور
١١	دالة*	٢,٠٤٠	٢٥,٩٣	١١٢	٢٩,٦٠	٧٤	٢٠,٨٨	٣٨	ذكر المصادر في كافة التفاصيل بوضوح وتأكيد ما ورد بالأخبار بالوسائط المتعددة الواضحة بتقنيات عالية الجودة
			٤٣٢		٢٥٠		١٨٢		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أسباب ثقة المبحوثين بالمضمون الإخباري المقدم عبر صحافة الموبايل وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول مصادر الأخبار معلومة بالنسبة لي لذا أتق في محتواها، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٧,١٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٩,٢٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٥,٦٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٧٩٢ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الثاني تتمتع بقدر كبير من الحرية والجرأة في عرض كافة وجهات النظر عن وسائل الإعلام التقليدية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٩,٩٥% من إجمالي مفردات عينة

الدراسة، موزعة بين ٥٩,٣٤% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٠,٤٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٢٢٢، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الثالث التغطية بالبحث المباشر ساهمت في النقل الفوري الواقعي من قلب الأحداث، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٣,٠١% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٠,٥٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٤,٨٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٨٧٣، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

١٣-١ موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس مستوى مصداقية صحافة الموبايل كمصدر للأخبار (فيما يتعلق بمصداقية المصدر).

جدول (١٦) موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس مستوى مصداقية صحافة الموبايل كمصدر للأخبار (فيما يتعلق بمصداقية المصدر).

درجة الاستخدام	الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	منخفضة		متوسطة		مرتفعة		درجة المصداقية العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	٢	٠,٦٤	٢,٥٨	٨,٣٣	٣٦	٢٥,٦٩	١١١	٦٥,٩٧	٢٨٥	المصادر التابعة لمواقع ومؤسسات رسمية إعلامية تكون المصدر ثقة ومصداقية بالنسبة لي
مرتفع	٥	٠,٧٢	٢,٤٦	١٣,١٩	٥٧	٢٧,٣١	١١٨	٥٩,٤٩	٢٥٧	المصادر غير الرسمية المصادر التي تتمتع بالاستقلالية والحيادية في الممارسة تكون أكثر صدقا وأقل تلونا وتبعية

إعتماد طلاب الإعلام التربوي على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار وإتجاهاتهم نحو مصداقيتها: دراسة ميدانية

مرتفع	٣	٠,٦٢	٢,٥٢	٦,٩٤	٣٠	٣٤,٢٦	١٤٨	٥٨,٨٠	٢٥٤	المصادر التابعة لصفح وتطبيقات إلكترونية التي لديها قدر أعلى من التفاعلية بما يدعم وحق الرد والتصحيح والنقاش مع الجمهور ويوثق صدق المضمون المقدم
مرتفع	٦	٠,٦٢	٢,٤٤	٦,٩٤	٣٠	٤٢,٣٦	١٨٣	٥٠,٦٩	٢١٩	المصادر الخاصة بالقتوات الفضائية التي يشترك فيها عدد كبير من المتابعين واعتمادها على معلومات موثقة بما يدعم المصدقية
مرتفع	١	٠,٦٠	٢,٦٠	٥,٧٩	٢٥	٢٨,٢٤	١٢٢	٦٥,٩٧	٢٨٥	المصادر المتمثلة في الصحفيين الهواة الاحترافيين المستقلين يتسمون بالشفافية والدقة بما يدعم المصدقية للمحتوى المقدم

مرتفع	٨	٠,٧٤	٢,٣٧	١٥,٥١	٦٧	٣٢,٤١	١٤٠	٥٢,٠٨	٢٢٥	المصادر الأكثر شهرة عالميا لمهنية وحرفية ودقة التغطية الإخبارية بها ترتفع مصداقيتها
مرتفع	٧	٠,٧٣	٢,٤٢	١٤,٣٥	٦٢	٢٨,٩٤	١٢٥	٥٦,٧١	٢٤٥	المصادر المعروفة لى الأكثر مشاركة من قبل المتابعين على صفحاتهم الخاصة تكون أكثر مصداقية
مرتفع	٤	٠,٦٦	٢,٤٩	٩,٢٦	٤٠	٣٢,٤١	١٤٠	٥٨,٣٣	٢٥٢	المصادر المستقلة التى تتسم بالتناقض والتخبط فى عرض المعلومات مجهولة الهوية تدعو للتشكك فى مصداقيتها
مرتفع	--	٠,٦٧	٢,٤٨	ن=٤٣٢				جملة من سنلوا		

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التى تقيس مستوى مصداقية صحافة الموبايل كمصدر للأخبار (فيما يتعلق بمصداقية المصدر)، التى جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابى ٢,٤٨، بينما تراوحت تقدير إستجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع ومتوسط، وجاء فى مقدمة هذه العبارات المصادر المتمثلة فى الصحفيين الهواة الإحترافيين المستقلين يتسمون بالشفافية والدقة بما يدعم المصداقية للمحتوى المقدم حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢,٦٠، وجاءت المصادر التابعة لمواقع ومؤسسات رسمية إعلامية تكون المصدر ثقة ومصداقية بالنسبة لى فى الترتيب الثانى حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢,٥٨، وجاءت المصادر التابعة لصحف وتطبيقات إلكترونية التى لديها قدر أعلى

من التفاعلية بما يدعم وحق الرد والتصحيح والنقاش مع الجمهور ويوثق صدق المضمون المقدم في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٢، وجاءت المصادر المستقلة التي تتسم بالتناقض والتخبط في عرض المعلومات مجهولة الهوية تدعو للتشكك في مصداقيتها في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٩، وجاءت المصادر غير الرسمية المصادر التي تتمتع بالاستقلالية والحيادية في الممارسة تكون أكثر صدقا وأقل تلونا وتبعية في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٦، وجاءت المصادر الخاصة بالقنوات الفضائية التي يشترك فيها عدد كبير من المتابعين واعتمادها على معلومات موثقة بما يدعم المصداقية في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٤، وجاءت المصادر المعروفة لى و الأكثر مشاركة من قبل المتابعين على صفحاتهم الخاصة تكون أكثر مصداقية في الترتيب السابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٢، وجاءت المصادر الأكثر شهرة عالميا لمهنية وحرفية ودقة التغطية الإخبارية بها ترتفع مصداقيتها في الترتيب الثامن حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٣٧،

١٣-٢- موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى مصداقية صحافة الموبايل كمصدر للأخبار (فيما يتعلق بمصداقية القائم بالاتصال).

جدول (١٧) موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى مصداقية صحافة الموبايل كمصدر للأخبار (فيما يتعلق بمصداقية القائم بالاتصال).

درجة المصداقية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	منخفضة		متوسطة		مرتفعة		درجة المصداقية	العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٠,٦٨	٢,٤٧	١٠,٤٢	٤٥	٣١,٩٤	١٣٨	٥٧,٦٤	٢٤٩	القيم بالاتصال الذي يتمتع بشهرة وجاهورية كبيرة لدى المتابعين يكون أكثر مصداقية	
مرتفع	٠,٦٠	٢,٥٤	٥,٥٦	٢٤	٣٤,٤٩	١٤٩	٥٩,٩٥	٢٥٩	القيم بالاتصال الذي ينسب بالأمانة والدقة لدى المتابعين ر على مدار تاريخه المهني يكون أكثر مصداقية	
مرتفع	٠,٦٤	٢,٥٩	٨,٣٣	٣٦	٢٤,٥٤	١٠٦	٦٧,١٣	٢٩٠	القيم بالاتصال المنتمى لمؤسسات رسمية بالدولة يكون أكثر مصداقية	
مرتفع	٠,٦٨	٢,٤٤	١٠,٦٥	٤٦	٣٤,٩٥	١٥١	٥٤,٤٠	٢٣٥	القيم بالاتصال المنتمى لمؤسسات خاصة معلومة التوجه التي تتميز بحرفية الممارسة والدقة والموضوعية ترتفع مصداقيتها	
مرتفع	٠,٦٢	٢,٤٨	٦,٤٨	٢٨	٣٩,١٢	١٦٩	٥٤,٤٠	٢٣٥	القيم بالاتصال الذي يعتمد على مصادر المعلومات المعتبرة والتوثيق بمختلف الوثائق وبكل شفافية يحظى بمصداقية أعلى	
متوسط	٠,٦٦	٢,٣٢	١٠,٦٥	٤٦	٤٦,٣٠	٢٠٠	٤٣,٠٦	١٨٦	القيم بالاتصال مجهول الانتماء لمصدر إعلامي معروف وذا سيطر وانتشار لدى المتابعين يحد من مصداقيته	

اعتماد طلاب الإعلام التربوي على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار وإتجاهاتهم نحو مصداقيتها: دراسة ميدانية

مرتفع	٧	٠,٦٣	٢,٤٥	٧,٦٤	٣٣	٣٩,٥٨	١٧١	٥٢,٧٨	٢٢٨	ما زل القدم بالاتصال من الصحفيين المهنيين ليس لديهم القدرة على إنتاج محتوى احترافي عبر صحيفة mojo وذلك لعدم توفر الإمكانيات المادية المؤهلة لذلك في مقابل صحفيين هواة لديهم تلك القدرات بما يؤثر على حدوث المقارنات والذي يرتبط عند الكثير من الجمهور بقابليتهم لتصديق الأكثر احترافية
مرتفع	٣	٠,٦٧	٢,٥٠	١٠,١٩	٤٤	٢٩,١٧	١٢٦	٦٠,٦٥	٢٦٢	القائم بالاتصال المتمثلين في (صحافيو الموبايل) مهنة جديدة تحتاج إطار قانوني وتشريعي ينظم عمل أصحابها لتشر المحتوى الإخباري بما يقدم ضمانات حق المتابعين في المعرفة وتقنين الضوابط لنشر المعلومات ودقتها
مرتفع	٤	٠,٦٥	٢,٤٩	٨,٣٣	٣٦	٣٤,٧٢	١٥٠	٥٦,٩٤	٢٤٦	صحافة الموبايل فتحت الباب لمن هم من خارج المهنة (الصحفيين الهواة) لاقتحام المجال الصحفي دون مرجعية أو دراسة مما أثر على تندى مستوى ومصداقية المحتوى الإخباري المقدم
مرتفع	--	٠,٦٥	٢,٤٨				٤٣٢ = ن			جملة من سلولا

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى مصداقية صحافة الموبايل كمصدر للأخبار (فيما يتعلق بمصداقية القائم بالاتصال)، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٤٨، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع ومتوسط، وجاء في مقدمة هذه العبارات القائم بالاتصال المنتمى لمؤسسات رسمية بالدولة يكون أكثر مصداقية حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٩، وجاءت القائم بالاتصال الذي يتسم بالأمانة والدقة لدى المتابعين ر على مدار تاريخه المهني يكون أكثر مصداقية في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٤، وجاءت القائم بالاتصال المتمثلين في (صحافيو الموبايل) مهنة جديدة تحتاج إطار قانوني وتشريعي ينظم عمل أصحابها لنشر المحتوى الإخباري بما يقدم ضمانات حق المتابعين في المعرفة وتقنين الضوابط لنشر المعلومات ودقتها في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٠، وجاءت صحافة الموبايل فتحت الباب لمن هم من خارج المهنة (الصحفيين الهواة) لاقتحام المجال الصحفي دون مرجعية أو دراسة مما أثر على تندى مستوى ومصداقية المحتوى الإخباري المقدم في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٩، وجاءت القائم بالاتصال الذي يعتمد على مصادر المعلومات المعلنة والتوثيق بمختلف الوثائق وبكل شفافية يحظى بمصداقية أعلى في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٨، وجاءت القائم بالاتصال الذي يتمتع بشهرة وجاهورية كبيرة لدى المتابعين يكون أكثر مصداقية في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٧، وجاءت ما زل القائم بالاتصال من الصحفيين المهنيين ليس لديهم القدرة على إنتاج محتوى احترافي عبر صحيفة mojo وذلك لعدم توفر الإمكانيات المادية المؤهلة لذلك في مقابل صحفيين هواة لديهم تلك القدرات بما يؤثر على حدوث المقارنات والذي يرتبط عند الكثير من الجمهور بقابليتهم لتصديق الأكثر احترافية في الترتيب السابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٥، وجاءت القائم

بالإتصال المنتمى لمؤسسات خاصة معلومة التوجه التي تتميز بحرفية الممارسة والدقة والموضوعية ترتفع مصداقيتها في الترتيب الثامن حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٤، وجاءت القائم بالاتصال مجهول الانتماء لمصدر إعلامي معروف وذا سيط وانتشار لدى المتابعين يحد من مصداقيته في الترتيب التاسع حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢,٣٢

١٣-٣- موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى مصداقية صحافة الموبايل كمصدر للأخبار (فيما يتعلق بمصداقية الرسالة).

جدول (١٨) موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى مصداقية صحافة الموبايل كمصدر للأخبار (فيما يتعلق بمصداقية الرسالة).

درجة المصداقية	الاحراف المعاري	المتوسط الحسابي	منخفضة		متوسطة		مرتفعة		درجة المصداقية العارة	
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٤	٠,٦٨	٢,٤٩	١٠,٦٥	٤٦	٢٩,٦٢	١٢٨	٥٩,٧٢	٢٥٨	الرسالة الإعلامية الواضحة الدقيقة الموثقة بخلف الوثائق الداعمة للمصداقية
مرتفع	١	٠,٦٦	٢,٥٨	٩,٢٦	٤٠	٢٣,٨٤	١٠٣	٦٦,٩٠	٢٨٩	الاتساق في المضمون بين العنوان و مضمون الخبر نصا أو مصورا
مرتفع	٥	٠,٦٨	٢,٤٨	١٠,٦٥	٤٦	٣٠,٥٦	١٣٢	٥٨,٨٠	٢٥٤	الصورة المصاحبة للمحتوى حقيقية ولا تهدف للتخفيف الإثارة مصحوبة بلوجو واسم المصدر
مرتفع	٢	٠,٥٨	٢,٥٦	٤,١٣	٢٠	٣٥,١٩	١٥٢	٦٠,١٩	٢٦٠	المحتوى المقدم مدعم بالوسائط المتعددة من (صوت - صورة - فيديو) لزيادة تأكيد صدق المعلومات
مرتفع	٣	٠,٦٥	٢,٥٠	٨,٢٣	٣٦	٣٣,٣٣	١٤٤	٥٨,٣٣	٢٥٢	الرسالة التي تحترم أخلاقيات المجتمع وتلتزم بالمعايير المهنية تحظى بمصداقية
مرتفع	٨	٠,٦٧	٢,٣٨	١٠,٦٥	٤٦	٤٠,٥١	١٧٥	٤٨,٨٤	٢٦١	المحتوى المقدم ليس الهدف منه تصد التردد ولكن الهدف منه تحقيق الوظيفة الإعلامية
مرتفع	٦	٠,٦٤	٢,٤٥	٨,٣٣	٣٦	٣٧,٩٦	١٦٤	٥٣,٧٠	٢٣٢	وجود روابط تلميحية مختلفة لعرض مزيد من التفاصيل والأخبار وتغييرها التي لها علاقة بالمحتوى بمواقع وصلحات أخرى
متوسط	٩	٠,٧٢	٢,٣١	١٥,٢٨	٦٦	٣٨,٦٦	١٦٧	٤٦,٠٦	١٩٩	المحتوى المقدم يعرض مختلف وجهات النظر دون تحيز لآراء ويجادل الرأي الآخر
مرتفع	٧	٠,٦٣	٢,٤٣	٧,٦٤	٣٣	٤١,٤٤	١٧٩	٥٠,٩٣	٢٢٠	المضمون المقدم يستند على بيانات واحصائيات موثقة بمصادر ذات ثقة لدى المتابعين
مرتفع	٣	٠,٦٤	٢,٥٠	٨,١٠	٣٥	٣٤,٦٦	١٤٨	٥٧,٦٤	٢٤٩	الكثير من الرسائل الإعلامية المقدمة عبر صحافة الموبايل تتطرق لقضايا مزلية وغير جادة يكون في الغالب هدفها الأول تحقيق التردد على حساب الثقة والمصداقية
مرتفع	-	٠,٦٦	٢,٤٧				٤٣٢ = ن			جولة بن سلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى مصداقية صحافة الموبايل كمصدر للأخبار (فيما يتعلق بمصداقية الرسالة)، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٤٧، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع ومتوسط، وجاء في مقدمة هذه العبارات الاتساق في المضمون بين العنوان و مضمون الخبر نصا أو مصورا حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٨، وجاءت المحتوى المقدم مدعم بالوسائط المتعددة من (صوت - صورة - فيديو) لزيادة تأكيد صدق المعلومات في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٦، وجاءت الرسالة التي تحترم

أخلاقيات المجتمع وتلتزم بالمعايير المهنية تحظى بمصداقية، الكثير من الرسائل الإعلامية المقدمة عبر صحافة الموبايل تنطرق لقضايا هزلية وغير جادة يكون في الغالب هدفها الأول تحقيق التردد على حساب الدقة والمصداقية في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٠، وجاءت الرسالة الإعلامية الواضحة الدقيقة الموثقة بمختلف الوثائق الداعمة للمصداقية في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٩، وجاءت الصورة المصاحبة للمحتوى حقيقية ولا تهدف لتحقيق الإثارة مصحوبة بلوجو واسم المصدر في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٨، وجاءت وجود روابط تشعبية مختلفة لعرض مزيد من التفاصيل والأخبار وفيديوهات التي لها علاقة بالمحتوى بمواقع وصفحات أخرى في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٥، وجاءت المضمون المقدم يستند على بيانات وإحصائيات موثقة بمصادر ذات ثقة لدى المتابعين في الترتيب السابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٣، وجاءت المحتوى المقدم ليس الهدف منه تصدر التردد ولكن الهدف منه تحقيق الوظيفة الإعلامية في الترتيب الثامن حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٣٨، وجاءت المحتوى المقدم يعرض مختلف وجهات النظر دون تحيز لرأي وتجاهل الرأي الآخر في الترتيب التاسع حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢,١٧، ٢,٣١

١٣ ٤- موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى مصداقية صحافة الموبايل كمصدر للأخبار (فيما يتعلق بمصداقية الوسيلة).

جدول (١٩) موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى مصداقية صحافة الموبايل كمصدر للأخبار (فيما يتعلق بمصداقية الوسيلة).

درجة المصداقية	الاحراف المعاري	المتوسط الحسابي	منخفضة		متوسطة		مرتفعة		درجة المصداقية المعارة	
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٢	٠,٦٩	٢,٤٩	١١,١١	٤٨	٢٨,٤٧	١٢٣	٦٠,٤٢	٢٦١	الموقع المقدم لصحافة الموبايل ويحل لاستخدامه عن هويته من خلال ملفات تعريفية
مرتفع	١	٠,٦٤	٢,٦٠	٨,٣٣	٣٦	٢٣,٦١	١٠٢	٦٨,٠٦	٢٤٤	المواقع والتطبيقات الإخبارية التي تتميز بالوقرية في التغطيات وتقديم المتابعات المستمرة للأحداث المهمة وتجديد المعلومات على مدار الساعة
مرتفع	٥	٠,٦٩	٢,٤٠	١١,٥٧	٥٠	٣٦,٨١	١٥٩	٥١,٦٢	٢٢٣	المواقع والتطبيقات التي تنتج مستويات متعددة من التفاعلية بينها وبين المتابعين
مرتفع	٤	٠,٦٣	٢,٤٣	٧,٤١	٣٢	٤٢,١٣	١٨٢	٥٠,٤٦	٢١٨	التطبيقات تقوم بترتيب محتوياتها في مقدمتها وفقا للأكثر مشاهدة والأكثر تعلقا لتلفت نظر المتابعين للمحتوى
مرتفع	٦	٠,٦٦	٢,٣٩	٩,٧٢	٤٢	٤١,٤٤	١٧٩	٤٨,٨٤	٢١١	التطبيقات والمواقع بها أرشيف الكتروني يفتح البحث والاسترجاع للمحتوى من خلال خيارات متقدمة في البحث
مرتفع	٣	٠,٦٣	٢,٤٧	٧,٦٤	٣٣	٣٧,٧٢	١٦٣	٥٤,٦٣	٢٣٦	التطبيقات والمواقع الروابط التثمينية الخاصة بالإطلاع على مصادر المعلومات
مرتفع	٢	٠,٦٨	٢,٤٩	١٠,٤٢	٤٥	٣٠,٢٢	١٣١	٥٩,٢٦	٢٥٦	المواقع والتطبيقات التي توفر تفتيات البث المباشر من قلب الأحداث مما يزيد من مصداقيتها
مرتفع	-	٠,٦٦	٢,٤٧				٤٣٢=ن			جملة من سلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى مصداقية صحافة الموبايل كمصدر للأخبار (فيما يتعلق بمصداقية الوسيلة)، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٤٧، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع ومتوسط، وجاء في مقدمة هذه العبارات المواقع والتطبيقات الإخبارية التي تتميز بالفورية في التغطيات وتقديم المتابعات المستمرة للأحداث المهمة وتجديد المعلومات على مدار الساعة حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٦٠، وجاءت الموقع المقدم لصحافة الموبايل يعلن لمستخدميه عن هويته من خلال ملفات تعريفية، المواقع والتطبيقات التي توفر تقنيات البث المباشر من قلب الأحداث مما يزيد من مصداقيتها في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٩، وجاءت التطبيقات والمواقع الروابط التشعبية الخاصة بالإطلاع على مصادر المعلومات في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٧، وجاءت التطبيقات تقوم بترتيب محتوياتها في مقدمتها وفقا للأكثر مشاهدة والأكثر تعليقا لتلفت نظر المتابعين للمحتوى في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٣، وجاءت المواقع والتطبيقات التي تتيح مستويات متعددة من التفاعلية بينها وبين المتابعين في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٠، وجاءت التطبيقات والمواقع بها أرشيف إلكتروني يتيح البحث والاسترجاع للمحتوى من خلال خيارات متقدمة في البحث في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٣٩.

١٣-٥. موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى مصداقية صحافة الموبايل كمصدر للأخبار (فيما يتعلق بمصداقية الجمهور).

جدول (٢٠) موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى مصداقية صحافة الموبايل كمصدر للأخبار (فيما يتعلق بمصداقية الجمهور).

درجة المصداقية	الاحراف المعاري	المتوسط الحسابي	منخفضة		متوسطة		مرتفعة		درجة المصداقية العبارة	
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٥	٠,٧٠	٢,٤٧	١٢,٠٤	٥٢	٢٩,٤٠	١٢٧	٥٨,٥٦	٢٥٣	كثرة تفاعلات الجمهور بأول مستوى التمثيل في نسبة المتابعين أو الزائرين للموقع أو التطبيق الإخباري أو الصحيفة الإلكترونية تزيد من مستوى مصداقيتهم لدى الجمهور
مرتفع	٣	٠,٦٨	٢,٥١	١٠,٦٥	٤٦	٢٧,٥٥	١١٩	٦١,٨١	٢٦٧	تعليقات الجمهور الإيجابية التي تدعم مستوى وحرية التلميح بالاتصال لبعض المواقع أو التطبيقات أو صناع المحتوى من الصحفيين المحترفين المستقلين
مرتفع	١	٠,٦٧	٢,٥٥	١٠,١٩	٤٤	٢٤,٧٧	١٠٧	٦٥,٠٥	٢٨١	كثرة المشاركات للمحتوى المقدم عبر المواقع والصفحات أو التطبيقات من قبل الجمهور
مرتفع	٤	٠,٦٨	٢,٥٠	١٠,٦٥	٤٦	٢٨,٤٧	١٢٣	٦٠,٨٨	٢٦٣	قيام الجمهور بحملات داعمة عبر صفحاتهم الشخصية ومحاولة التواصل مع أبطال المحتوى المقدم
مرتفع	٧	٠,٧١	٢,٤٠	١٣,٤٣	٥٨	٣٣,١٠	١٤٣	٥٣,٤٧	٢٣١	المشاركات التخيرية للمتابعين لبعض المواقع والتطبيقات عن عدم دقة وصحة الأخبار بها يقدم المصداقية لتلك المواقع والتطبيقات دون رجه

إعتماد طلاب الإعلام التربوي على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار وإتجاهاتهم نحو مصداقيتها: دراسة ميدانية

مرجع	٦	٠,٦٦	٢,٤١	٩,٤٩	٤١	٤٠,٥١	١٧٥	٥٠,٠٠	٢١٦	كثرة ظهور صانعي المحتوى الإعلامي من الهواة غير المهنيين وتقييمهم السبق المزيف وفق قاعدة (الأسبق الأصق) للأخبار أدى لتضارب المعلومات وبذل جهد للوصول للحقيقة والشك في مصداقية المضمون الخبري بصحافة الموجز
مرجع	٢	٠,٥٩	٢,٥٢	٤,٨٦	٢١	٣٨,٤٣	١٦٦	٥٦,٧١	٢٤٥	تثير تفاعلية الجمهور مع الأخبار أحيانا بعض البلبلة والتحريف بسبب الحذف والإضافة من قبل الجمهور من الخبر الأصلي (إعادة الصياغة) قبل مشاركته بشكل غير مباشر على صفحاتهم وليس من المواقع المنقول منها بما يؤثر على مصداقية الأخبار
مرجع	٦	٠,٦٤	٢,٤١	٨,٥٦	٣٧	٤١,٩٠	١٨١	٤٩,٥٤	٢١٤	بعض الشخصيات من الجمهور ممن أصبحوا نجوما على مواقع السوشال ميديا بسبب عدد المتابعين ويمثلون لهم مصدر ثقة بما قد يضر بالمصداقية للأخبار المنقولة من صفحاتهم والمتلونة بتوجهاتهم الشخصية وليس بحقيقة الخبر المنشور بالمواقع الإخبارية.
مرجع	--	٠,٦٧	٢,٤٧				٤٣٢=ن			جملة من سنوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى مصداقية صحافة الموبايل كمصدر للأخبار (فيما يتعلق بمصداقية الجمهور)، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٤٧، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع ومتوسط، وجاء في مقدمة هذه العبارات كثرة المشاركات للمحتوى المقدم عبر المواقع والصفحات أو التطبيقات من قبل الجمهور حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٥، وجاءت تثير تفاعلية الجمهور مع الأخبار أحيانا بعض البلبلة والتحريف بسبب الحذف والإضافة من قبل الجمهور من الخبر الأصلي (إعادة الصياغة) قبل مشاركته بشكل غير مباشر على صفحاتهم وليس من المواقع المنقول منها بما يؤثر على مصداقية الأخبار في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٢، وجاءت تعليقات الجمهور الإيجابية التي تدعم مستوى وحرافية القائم بالاتصال لبعض المواقع أو التطبيقات أو صناع المحتوى من الصحفيين المحترفين المستقلين في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥١، وجاءت قيام الجمهور بحملات داعمة عبر صفحاتهم الشخصية ومحاولة التواصل مع أبطال المحتوى المقدم في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٠، وجاءت كثرة تفاعلات الجمهور بأول مستوى المتمثل في نسبة المتابعين أو الزائرين للموقع أو التطبيق الإخباري أو الصحيفة الإلكترونية تزيد من مستوى مصداقيتهم لدى الجمهور في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٧، وجاءت كثرة ظهور صانعي المحتوى الإعلامي من الهواة غير المهنيين وتقييمهم السبق المزيف وفق قاعدة (الأسبق الأصق) للأخبار أدى لتضارب المعلومات وبذل جهد للوصول للحقيقة والشك في مصداقية المضمون الخبري بصحافة الموجز، بعض الشخصيات من الجمهور ممن أصبحوا نجوما على مواقع السوشال ميديا بسبب عدد المتابعين ويمثلون لهم مصدر ثقة بما قد يضر بالمصداقية للأخبار المنقولة من صفحاتهم والمتلونة بتوجهاتهم الشخصية وليس بحقيقة الخبر المنشور بالمواقع الإخبارية في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤١، وجاءت المشاركات التحذيرية للمتابعين لبعض المواقع والتطبيقات عن عدم دقة وصحة الأخبار بها يهدم

المصداقية لتلك المواقع والتطبيقات دون رجعه في الترتيب السابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٠،
 ١٤_١ - موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى التأثيرات المعرفية لصحافة الموبايل على المبحوثين.
 جدول (٢١) موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى التأثيرات المعرفية لصحافة الموبايل عليهم.

درجة التأثيرات	الاحراف المعاري	المتوسط الحسابي	منخفضة		متوسطة		مرتفعة		درجة التأثيرات	
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٨	٠,٦٨	٢,٣٨	١١,٥٧	٥٠	٣٨,٦٦	١٦٧	٤٩,٧٧	٢١٥	صحافة الموبايل المبتنى الإمام المستمر بالأخبار الجارية لإلتصافها وتعدد أشكال عرض الأخبار بها
مرتفع	٤	٠,٦٣	٢,٥٠	٧,٤١	٣٢	٣٥,٤٢	١٥٣	٥٧,١٨	٢٤٧	الإطلاع على الأخبار المتنوعة حول موضوعات واتصافات جديدة بالنسبة لي
مرتفع	٣	٠,٦٦	٢,٥٢	٩,٢٦	٤٠	٢٩,٨٦	١٢٩	٦٠,٨٨	٢٢٣	تطور صحافة الموبايل وتعدد وسائلها وأشكالها أسهم في معرفتي بالعديد من المواقع والتطبيقات المتميزة في تقديم المحتوى الفكري الرقسي بكفاءة عالية الجودة وتزئتها على موبايلي الشخصي
متوسط	٩	٠,٧٧	٢,٣٠	١٨,٧٥	٨١	٣١,١٨	١٣٩	٤٩,٠٧	٢١٢	أدرت من خلال التعرض لصناع المحتوى لقرائي المفردية والإقناعية في التعلق والتظيل والتقد للضامين الفبرية المفرضة والشائعات خاصة في وقت الأزمات
مرتفع	٦	٠,٦٤	٢,٤٤	٧,٨٧	٣٤	٣٩,٨١	١٧٢	٥٢,٣١	٢٢٦	تعلمت مهارات التعامل مع كافة أشكال وأساليب العرض للأخبار وكيفية الاستفادة القصوى من إمكانيات المحتوى الرقسي التقاطعي
مرتفع	٧	٠,٦٨	٢,٤١	١٠,٨٨	٤٧	٣٧,٥٠	١٦٢	٥١,٦٢	٢٢٣	طورت معرفتي بتقنيات وتطبيقات تعسبن جودة إنتاج المحتوى الإخباري باستخدام الموبايل الشخصي الخاص بي
مرتفع	١	٠,٦١	٢,٦٣	٦,٧١	٢٩	٢٣,١٥	١٠٠	٧٠,١٤	٣٠٣	تعرفت على أنماط وتقنيات جديدة من أساليب العرض للمضمون الإخباري كتقنية البث المباشر وكيفية التعامل معها
مرتفع	٥	٠,٧٢	٢,٤٩	١٣,٤٣	٥٨	٢٣,٨٤	١٠٣	٦٢,٧٣	٢٧١	زادت معرفتي بالعديد من الشخصيات الإعلامية والعمامة من خلال التغطيات الحية لكافة المناسبات الخاصة بهم واللقاءات معهم
مرتفع	٢	٠,٦٣	٢,٥٥	٧,٦٤	٣٣	٢٩,٦٢	١٢٨	٦٢,٧٣	٢٧١	تعرفت على العديد من المؤثرين في مجال الإعلام كمتابع لهم بتنشيط كافة الوسائط التي تسهم في الإلمام بكل جديد لهم من فيديو أو نشاط اعلامي رقمي يقومون به من خلال إشعارات التنبيه
مرتفع	-	٠,٦٧	٢,٤٧				٤٣٢=ن			جملة من ستلوا

تفسير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى التأثيرات المعرفية لصحافة الموبايل على المبحوثين، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٤٧، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات تعرفت على أنماط وتقنيات جديدة من أساليب العرض للمضمون الإخباري كتقنية البث المباشر وكيفية التعامل معها حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٦٣، وجاءت تعرفت على العديد من المؤثرين في مجال الإعلام كمتابع لهم بتنشيط كافة الوسائط التي تسهم في الإلمام بكل جديد لهم من فيديو أو نشاط اعلامي رقمي يقومون به من خلال إشعارات التنبيه في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٥، وجاءت تطور صحافة الموبايل

وتعدد وسائلها وأشكالها أسهم في معرفتي بالعديد من المواقع والتطبيقات المتميزة في تقديم المحتوى الخبري الرقمي بكفاءة عالية الجودة وتنزلها على موبايلي الشخصي في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٢، وجاءت الإطلاع على الأخبار المتنوعة حول موضوعات واهتمامات جديدة بالنسبة لي في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٠، وجاءت زادت معرفتي بالعديد من الشخصيات الإعلامية والعامية من خلال التغطيات الحية لكافة المناسبات الخاصة بهم واللقاءات معهم في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٩، وجاءت تعلمت مهارات التعامل مع كافة أشكال وأساليب العرض للأخبار وكيفية الاستفادة القصوى من إمكانات المحتوى الرقمي التفاعلي في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٤، وجاءت طورت معرفتي بتقنيات وتطبيقات تحسين جودة إنتاج المحتوى الإخباري باستخدام الموبايل الشخصي الخاص بي في الترتيب السابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤١، وجاءت صحافة الموبايل اكسبتني الإلمام المستمر بالأخبار الجارية لإتاحتها وتعدد أشكال عرض الأخبار بها في الترتيب الثامن حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٣٨، وجاءت أدركت من خلال التعرض لصناع المحتوى لقدراتي الفكرية والإقناعية في التعليق والتحليل والنقد للمضامين الخيرية المغرصة والشائعات خاصة في وقت الأزمات في الترتيب التاسع حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢,٣٠.

٢-١٤- موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى التأثيرات السلوكية لصحافة الموبايل على المبحوثين.

جدول (٢٢) موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى التأثيرات السلوكية لصحافة الموبايل عليهم.

درجة التأثيرات	الاحراف	المتوسط الحسابي	منخفضة		متوسطة		مرتفعة		درجة التأثيرات	
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٣	٠,٦٨	٢,٥٠	١٠,٤٢	٤٥	٢٨,٧٠	١٢٤	٦٠,٨٨	٢٦٣	اشراك الأخبار كحفظ وأرشفة إلكترونية شخصية للمحتوى على صفحتي الشخصية نظرا لأهمية المعلومات المولدة به
مرتفع	٥	٠,٦٩	٢,٣٤	١٢,٥٠	٥٤	٤٠,٩٧	١٧٧	٤٦,٥٣	٢٠١	أقل على المحتوى المقدم بتطبيقات صحافة الموبايل معرا عن رأي سواء بالاتفاق أو بالمعارضة بصفحتي الشخصية وأدعو المتابعين للتفاني حوله
مرتفع	٤	٠,٧٤	٢,٣٦	١٥,٧٤	٦٨	٢٢,١٨	١٣٩	٥٢,٠٨	٢٢٥	إجراء تغطيات لبعض الأحداث بالاستفادة من تطبيقات الهاتف في صنع محتوى خبري احترافي
مرتفع	٦	٠,٧٥	٢,٢٠	٢٠,١٤	٨٧	٤٠,٠٥	١٧٣	٣٩,٨١	١٧٢	أقدم فييوهات بث مباشر لتناول المحتوى المقدم عبر صحافة الموبايل بالتحليل والتوضيح للمتابعين على صفحتي الشخصية
مرتفع	٢	٠,٦١	٢,٥٥	٦,٠٢	٢٦	٣٢,٨٧	١٤٢	٦١,١١	٢٦٤	أنوه عن بعض الأخبار الكاذبة بجوهلة المصدر ومطالبة متابعيني بالثبات على صفحاتهم الشخصية
مرتفع	١	٠,٦٣	٢,٥٧	٧,٤١	٣٢	٢٧,٧٨	١٢٠	٦٤,٨١	٢٨٠	ادعم صحافيو الموبايل المهنيين بنشر تغطيتهم الحية على الأحداث الموضوعات الحيوية التي تم تجاهلها من قبل وسائل الإعلام التقليدية بصفحتي الشخصية
مرتفع	--	٠,٦٨	٢,٤٢							جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى التأثيرات السلوكية لصحافة الموبايل على المبحوثين، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٤٧، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات ادم صحافيو الموبايل المهنيين بنشر تغطياتهم الحية على الأحداث للموضوعات الحيوية التي تم تجاهلها من قبل وسائل الإعلام التقليدية بصفتي الشخصية حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٧، وجاءت أنه عن بعض الأخبار الكاذبة مجهولة المصدر ومطالبة متابعيني بالنشر على صفحاتهم الشخصية في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٥، وجاءت أشارك الأخبار كحفظ وأرشفة الكترونية شخصية للمحتوى على صفحتي الشخصية نظرا لأهمية المعلومات الموبايلده به في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٠، وجاءت إجراء تغطيات لبعض الأحداث بالاستفادة من تطبيقات الهاتف في صنع محتوى خبري إحترافي في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٣٦، وجاءت أعلق على المحتوى المقدم بتطبيقات صحافة الموبايل معبرا عن رأيي سواء بالاتفاق أو بالمعارضة يصفحتي الشخصية وأدعو المتابعين للنقاش حوله في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٣٤، وجاءت أقدم فيديوهات بث مباشر لتناول المحتوى المقدم عبر صحافة الموبايل بالتحليل والتوضيح للمتابعين على صفحتي الشخصية في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢,٢٠.

١٤_٣- موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى التأثيرات الوجدانية لصحافة الموبايل على المبحوثين.

جدول (٢٣) موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى التأثيرات الوجدانية لصحافة الموبايل عليهم.

درجة التأثيرات	مرتفعة		متوسطة		منخفضة		المتوسط الحسابي	الاحراف المعياري	درجة التأثيرات
	ك	%	ك	%	ك	%			
٣٣٨	٧٨,٢٤	٦٢	١٤,٣٥	٣٢	٧,٤١	٢,٧١	٠,٦٠	٢	مرتفع
٢٣٠	٥٣,٢٤	١٤٦	٣٣,٨٠	٥٦	١٢,٩٦	٢,٤٠	٠,٧١	٥	مرتفع
٢٧٤	٦٣,٤٣	١١١	٢٥,٦٩	٤٧	١٠,٨٨	٢,٥٣	٠,٦٨	٤	مرتفع
٣٠٥	٧٠,٦٠	٦٥	١٥,٠٥	٦٢	١٤,٣٥	٢,٥٦	٠,٧٣	٣	مرتفع
٣٥٣	٨١,٧١	٣٨	٨,٨٠	٤١	٩,٤٩	٢,٧٢	٠,٦٣	١	مرتفع
جملته بن سلوا				٤٣٢=ن		٢,٥٨	٠,٦٧	-	مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى التأثيرات الوجدانية لصحافة الموبايل على المبحوثين، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٥٨، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات

المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات الشعور بالارتياح النفسى فى التعامل مع كاميرا الموبايل عنها فى مواجهة كاميرات التلفزيون فى اللقاءات الجماهيرية للتعليق على الأحداث المهمة واستطلاعات الرأى العام حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢,٧٢، وجاءت أتعاطف مع المضمون الإخبارى الإنسانى بالقصص الخبرية التى تتناولها صحافة الموبايل فى الترتيب الثانى حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢,٧١، وجاءت التشكك فى سرعة المشاركة لأى محتوى إخبارى صادر من صحافيو الموبايل ومن مصادر غير معروفة لدى فى الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢,٥٦، وجاءت أشعر بالقلق من المعلومات المتضاربة المقدمة بصحافة الموبايل لما تحمله من تأثير سلبي يبيث اليأس والخوف بوقت الأزمات فى الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢,٥٣، وجاءت يزداد استيائى من المضمون الإخبارى المقدم بصحافة الموبايل إما لتفاهته واختلافه مع قيم المجتمع وأخلاقياته فى الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢,٤٠.

ثانيا: نتائج التحقق من صحة الفروض:

يحتوي هذا الجزء علي خلاصة ما توصلت إليه الدراسة الراهنة من نتائج تطبيق الاستبيان، وسوف تتناول الباحثة في هذا الجزء نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة والإجابة عن بعض تساؤلاتها البحثية، ثم تقدم ملخصاً عن هذه النتائج، والتي في ضوئها يمكن طرح عدد من المقترحات والتوصيات. وفي ضوء أهداف الدراسة وفروضها سوف يتم عرض نتائج التحقق من صحة الفروض فيما يلي:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعا لاختلاف مستويات الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار.

جدول رقم (٢٤) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعا لاختلاف مستويات الثقة بصدق وموضوعية

صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
		٥,٦٤١	٢	١٠٠,٢٨١	بين المجموعات
دالة***	٩,٧٣٢	٠,٥٢٨	٤٢٩	٢٢٦,٦٠٥	داخل المجموعات
			٢٣١	٢٢٦,٨٨٧	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الثقة المختلفة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار، وذلك علي مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار، حيث بلغت قيمة ف ٩,٧٣٢ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعا لاختلاف مستويات الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار. أى أن درجة الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار تختلف لدى المبحوثين

باختلاف درجة الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار. وهو ما يتفق مع ما جاءت به نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث تؤكد هذه النظرية على أن الجمهور يعتمد على الوسيلة الأكثر مصداقية للحصول على الأخبار والمعلومات عن الأحداث وما يرتبط بالإهتمامات الحياتية اليومية إلى المدى الأبعد حيث الاعتماد على وسائل الإعلام لنعلم عن الأحداث والظواهر والمستجدات التي ليس لهم خبرة مباشرة بها، نظراً لأن النظام الاجتماعي قد أصبح أكثر مدنية وصناعية^(٩٨)، فإن الأفراد قد أصبحوا أكثر ميلاً للاعتماد على وسائل الاتصال الأكثر مصداقية في تحقيق أهدافهم بدلاً من أنظمة الدعم التقليدية مثل العائلة والأصدقاء والجيران^(٩٩).

جدول (٢٥) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعا لاختلاف مستويات الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للأخبار

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢,٧١
متوسط	***٠,٢٨٤١	-		٢,٤٢
منخفض	***٠,٤٦٢٤	*٠,١٧٨٣	-	٢,٢٥

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الباحثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين الباحثين متوسطي مستوى الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار، والباحثين منخفضي مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠,١٧٨٣ لصالح الباحثين متوسطي مستوى الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على المعلومات، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين الباحثين مرتفعي مستوى الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار، والباحثين منخفضي مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠,٤٦٢٤ لصالح الباحثين مرتفعي مستوى الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين الباحثين مرتفعي مستوى الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار، والباحثين متوسطي مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠,٢٨٤١ لصالح الباحثين مرتفعي مستوى الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لاختلاف درجة سهولة استخدام صحافة الموبايل كمصدر للأخبار والتفاعل معها.

جدول رقم (٢٦) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لاختلاف درجة سهولة استخدام صحافة الموبايل كمصدر للأخبار والتفاعل معها

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	١٠,٠٢٦	٢	٥,٠١٣	٩,٤٨٠	دالة***
داخل المجموعات	٢٢٦,٨٦٠	٤٢٩	٠,٥٢٩		
المجموع	٢٣٦,٨٨٧	٢٣١			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات سهولة الاستخدام المختلفة لصحافة الموبايل كمصدر للأخبار والتفاعل معها، وذلك علي مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار، حيث بلغت قيمة ف ٩,٤٨٠ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لاختلاف درجة سهولة استخدام صحافة الموبايل كمصدر للأخبار والتفاعل معها. أي أن درجة الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار تختلف لدى المبحوثين باختلاف درجة سهولة استخدام صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار والتفاعل معها. ويتفق هذا مع افتراضات نظرية ثراء الوسيلة، حيث تنص نظرية ثراء وسائل الإعلام على أن جميع قنوات الاتصال تملك خصائص معينة تجعلهم أقل أو أكثر ثراءً، وأحد أهم أهداف اختيار وسيلة اتصال هو تقليل غموض الرسالة وسهولة استخدام الوسيلة. إذا كانت الرسالة غامضة، فإنها تكون غير واضحة وبالتالي أكثر صعوبة على مستقبل الرسالة لفك شفرتها. فكما كانت الرسالة غامضة، كلما زادت الحاجة إلى الإشارات والمعطيات اللازمة لفهمها. وتضع نظرية ثراء وسائل الإعلام وسائل الاتصال على مقياس متواصل يمثل ثراء الوسيلة وقدرتها على توصيل رسالة معقدة بكفاءة وسهولة^(١٠٠).

جدول (٢٧) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لاختلاف درجة سهولة استخدام صحافة الموبايل كمصدر للأخبار والتفاعل معها

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢,٧٧
متوسط	٠,٢٧٤٤	-		٢,٤٩
منخفض	***٠,٥١٩٢	***٠,٢٤٤٨	-	٢,٢٥

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين

المبحوثين متوسطى مستوى سهولة استخدام صحافة الموبايل كمصدر للأخبار والتفاعل معها، والمبحوثين منخفضى مستوى السهولة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠,٢٤٤٨، لصالح المبحوثين متوسطى مستوى سهولة استخدام صحافة الموبايل كمصدر للأخبار والتفاعل معها، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعى مستوى سهولة استخدام صحافة الموبايل كمصدر للأخبار والتفاعل معها، والمبحوثين منخفضى مستوى السهولة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠,٥١٩٢، لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى سهولة استخدام صحافة الموبايل كمصدر للأخبار والتفاعل معها، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، بينما اتضح أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعى مستوى سهولة استخدام صحافة الموبايل كمصدر للأخبار والتفاعل معها، والمبحوثين متوسطى مستوى السهولة، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠,٢٧٤٤، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لاختلاف درجة ثراء صحافة الموبايل بالمعلومات ووسائل التفاعلية.

جدول رقم (٢٨) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لاختلاف درجة ثراء صحافة الموبايل بالمعلومات ووسائل التفاعلية

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	١١,٩٩٠	٢	٥,٩٩٥	١١,٤٣٦	دالة***
داخل المجموعات	٢٢٤,٨٩٦	٤٢٩	٠,٥٢٤		
المجموع	٢٣٦,٨٨٧	٢٣١			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات إدراك درجة ثراء صحافة الموبايل بالمعلومات ووسائل التفاعلية، وذلك علي مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على المعلومات، حيث بلغت قيمة ف ١١,٤٣٦ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لاختلاف درجة ثراء صحافة الموبايل بالمعلومات ووسائل التفاعلية. أى أن درجة الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات تختلف لدى المبحوثين باختلاف مستوى إدراك المبحوثين لدرجة ثراء صحافة الموبايل بالمعلومات ووسائل التفاعلية. وهو ما يتفق مع ما جاءت به نظرية ثراء الوسيلة، وتصف نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً للنظرية فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدى

تكون أكثر ثراء، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً، فثراء المعلومات يقوم بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة إتصالية معينة. وتفترض هذه النظرية فرضين أساسيين هما^(١٠١).

جدول (٢٩) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس كثافة الإعتدال على صحافة الموبايل تبعاً لإختلاف درجة ثراء صحافة الموبايل بالمعلومات ووسائل التفاعلية

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢,٥٠
متوسط	٠,٠٦٤٧	-		٢,٤٣
منخفض	***٠,٤٧٦٠	***٠,٤١١٣	-	٢,٠٣

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الباحثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين الباحثين متوسطى مستوى إدراك درجة ثراء صحافة الموبايل بالمعلومات ووسائل التفاعلية، والباحثين منخفضى مستوى إدراك درجة ثراء صحافة الموبايل بالمعلومات ووسائل التفاعلية بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠,٤١١٣ لصالح الباحثين متوسطى مستوى إدراك درجة ثراء صحافة الموبايل بالمعلومات ووسائل التفاعلية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين الباحثين مرتفعى مستوى إدراك درجة ثراء صحافة الموبايل بالمعلومات ووسائل التفاعلية، والباحثين منخفضى مستوى إدراك درجة ثراء صحافة الموبايل بالمعلومات ووسائل التفاعلية، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠,٤٧٦٠ لصالح الباحثين مرتفعى مستوى إدراك درجة ثراء صحافة الموبايل بالمعلومات ووسائل التفاعلية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، بينما اتضح أن هناك اختلافاً بين الباحثين متوسطى مستوى إدراك درجة ثراء صحافة الموبايل بالمعلومات ووسائل التفاعلية، والباحثين مرتفعى مستوى إدراك درجة ثراء صحافة الموبايل بالمعلومات ووسائل التفاعلية، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠,٠٦٤٧، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس كثافة الإعتدال على صحافة الموبايل تبعاً لإختلاف درجة استخدام الباحثين لوسائل التفاعلية عبر صحافة الموبايل.

جدول رقم (٣٠) تحليل التباين أحادى الإتجاه بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس كثافة الإعتدال على صحافة الموبايل تبعاً لإختلاف درجة استخدام الباحثين لوسائل التفاعلية عبر صحافة الموبايل

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	١٢,٣٩٧	٢	٦,١٩٨	١١,٨٤٥	دالة***
داخل المجموعات	٢٢٤,٤٩٠	٤٢٩	٠,٥٢٣		
المجموع	٢٣٦,٨٨٧	٢٣١			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين الذين يمثلون مستويات استخدام وسائل التفاعلية المختلفة المتاحة عبر صحافة الموبايل، وذلك علي مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار، حيث بلغت قيمة ف ١١,٨٤٥ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لاختلاف درجة استخدام الباحثين لوسائل التفاعلية عبر صحافة الموبايل. أي أن درجة الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار تختلف لدى الباحثين باختلاف مستوى استخدام الباحثين لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل. وتتفق هذه النتيجة مع افتراضات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث تفترض قيام الأفراد بالاعتماد على وسيلة الاتصال لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة والتفاعل معها، وكلما لعبت الوسيلة دوراً هاماً في حياة الشخص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية وبذلك تنشأ العلاقة بين درجة الاعتماد ومستوى تأثير الوسيلة ومركزيتها لدى الأشخاص. (١٠٢)

جدول (٣١) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لاختلاف درجة استخدام الباحثين لوسائل التفاعلية عبر صحافة الموبايل

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢,٦٠
متوسط	**٠,٢٩٢٠	-		٢,٣٣
منخفض	***٠,٣٦٨٧	٠,١٧٦٧	-	٢,٢٤

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الباحثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين الباحثين متوسطي مستوى استخدام وسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل، والمبجوثين مرتفعي مستوى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠,٢٩٢٠ لصالح الباحثين مرتفعي مستوى استخدام وسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين الباحثين مرتفعي مستوى استخدام وسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل، والمبجوثين منخفضي مستوى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠,٣٦٨٧ لصالح الباحثين مرتفعي مستوى استخدام وسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، بينما اتضح أنه ليس هناك اختلافاً بين الباحثين متوسطي مستوى استخدام وسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل، والمبجوثين منخفضي مستوى استخدام وسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠,١٧٦٧، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دالة إحصائياً بين كثافة اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار ومستويات مصداقية صحافة الموبايل لديهم. جدول رقم (٣٢) معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس كثافة اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار ومستويات مصداقية صحافة الموبايل لديهم

كثافة اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات		المتغير	
العدد	قيمة بيرسون	الدالة	المتغير
٤٣٢	٠,٥٧٢	٠,٠٠١	مصداقية المصدر
٤٣٢	٠,٥٩٤	٠,٠٠١	مصداقية القائم بالاتصال
٤٣٢	٠,٦٦٨	٠,٠٠١	مصداقية الرسالة
٤٣٢	٠,٥٤٨	٠,٠٠١	مصداقية الوسيلة
٤٣٢	٠,٦٣٧	٠,٠٠١	مصداقية الجمهور

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين كثافة اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار، ومستويات مصداقية صحافة الموبايل لديهم (مصداقية المصدر- مصداقية القائم بالاتصال- مصداقية الرسالة- مصداقية الوسيلة- مصداقية الجمهور)، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٥٧٢، ٠,٥٩٤، ٠,٦٦٨، ٠,٥٤٨، ٠,٦٣٧ على الترتيب، وجميعها قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دالة إحصائياً بين كثافة اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار ومستويات مصداقية صحافة الموبايل لديهم، أى أنه كلما زادت درجة اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار تزداد بالتالى درجة مستويات مصداقية صحافة الموبايل لديهم (مصداقية المصدر- مصداقية القائم بالاتصال- مصداقية الرسالة- مصداقية الوسيلة- مصداقية الجمهور)، وكلما قلت درجة اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار تقل بالتالى درجة مستويات مصداقية صحافة الموبايل لديهم. وهذا ما يتفق مع افتراضه كل من Deflelur & Rokeach بأنه كلما برزت الحاجة للمعلومات، وزادت قوة الدافع للبحث عنها لسد هذه الحاجة كلما زادت قوة الإعتدال على الوسيط الإتصالي وبالتالي زادت فرص هذا الوسيط للتأثير على الإطار المعرفي والوجداني والسلوكي لأفراد الجمهور، كما أكدا على أنه كلما استطاعت أحد القنوات الاتصالية توفير قدر أكبر من مصداقية المعلومات للفرد كلما اعتمد هذا الفرد على تلك القناة الإتصالية بشكل أكبر^(١٠٣).

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دالة إحصائياً بين كثافة اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار ومستوى تأثيرات صحافة الموبايل عليهم. جدول رقم (٣٣) معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس كثافة اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار ومستوى تأثيرات صحافة الموبايل عليهم

كثافة اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار			المتغير	
العدد	قيمة بيرسون	الدالة	المتغير	المتغير
٤٣٢	٠,٦٦٤	٠,٠٠١	تأثيرات معرفية	مستويات
٤٣٢	٠,٦٩٥	٠,٠٠١	تأثيرات وجدانية	تأثيرات
٤٣٢	٠,٥٨٧	٠,٠٠١	تأثيرات سلوكية	الاعتماد على صحافة الموبايل

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين كثافة اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار، ومستويات تأثيرات صحافة الموبايل عليهم (تأثيرات معرفية- تأثيرات وجدانية- تأثيرات سلوكية)، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٦٦٤، ٠,٦٩٥، ٠,٥٨٧ على الترتيب، وجميعها قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دالة إحصائياً بين كثافة اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار ومستوى تأثيرات صحافة الموبايل عليهم، أي أنه كلما زادت درجة اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار تزداد بالتالي درجة تأثيرات الاعتماد على صحافة الموبايل (تأثيرات معرفية- تأثيرات وجدانية- تأثيرات سلوكية)، وكلما قلت درجة اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار تقل بالتالي درجة تأثيرات الاعتماد على صحافة الموبايل عليهم (تأثيرات معرفية- تأثيرات وجدانية- تأثيرات سلوكية). وهو ما يتفق مع ما جاءت به نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث بينت أنه تعتمد وسائل الإعلام على الجمهور لتحقيق ثلاث حاجات أو تأثيرات هي التأثير المعرفي، والتأثير الوجداني، والتأثير السلوكي، وحتى يعتمد الجمهور على وسائل الإعلام لأبد لوسائل الإعلام من تحقيق حاجات فردية عامة مثل التسلية^(١٠٤).

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دالة إحصائياً بين مستوى استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار ومستوى تأثيرات صحافة الموبايل عليهم.

جدول رقم (٣٤) معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس مستوى استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار ومستوى تأثيرات صحافة الموبايل عليهم

مستوى استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار			المتغير	
العدد	قيمة بيرسون	الدالة	المتغير	المتغير
٤٣٢	٠,٤٩٨	٠,٠٠١	تأثيرات معرفية	مستويات
٤٣٢	٠,٥٣٢	٠,٠٠١	تأثيرات وجدانية	تأثيرات
٤٣٢	٠,٥٣٧	٠,٠٠١	تأثيرات سلوكية	الاعتماد على صحافة الموبايل

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستويات استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار، ومستويات تأثيرات صحافة الموبايل عليهم (تأثيرات معرفية- تأثيرات وجدانية- تأثيرات سلوكية)، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٤٩٨، ٠,٥٣٢، ٠,٥٣٧ على الترتيب، وجميعها قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دالة إحصائياً بين مستوى استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار ومستوى تأثيرات صحافة الموبايل عليهم، أى أنه كلما زادت درجة استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار تزداد بالتالي درجة تأثيرات الاعتماد على صحافة الموبايل عليهم (تأثيرات معرفية- تأثيرات وجدانية- تأثيرات سلوكية)، وكلما قلت درجة استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار تقل بالتالي درجة تأثيرات الاعتماد على صحافة الموبايل عليهم (تأثيرات معرفية- تأثيرات وجدانية- تأثيرات سلوكية). وهو ما يتفق مع افتراضات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والتي تشير إلى أنه لا يمكن رصد التأثير من الإعلام إلى الفرد وحده، أو من الإعلام إلى المجتمع وحده، لأن النظام الاجتماعي له تأثيراته على الأفراد والمجتمعات الفرعية والإعلام كمجتمع، ونقل المعلومات المكثف يتعامل مع الجمهور ببناءاته الاجتماعية، والتأثير المتوقع للإعلام على الجمهور سيكون تأثيراً مرتداً لتغير المجتمع ووسائل الإعلام نفسها (١٠٥).

الفرض الثامن: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع - الإقامة - المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

ويقسم هذا الفرض إلى ثلاثة فروض فرعية هي:

أ- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار وفقاً لاختلاف النوع (ذكور- إناث).

جدول (٣٥) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار وفقاً للنوع

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	١٨٢	٢,٢٥	٠,٨٢٠	٣,٤٨٨	٤٣٠	دالة عند ٠,٠٠١
إناث	٢٥٠	٢,٥٠	٠,٦٦٠			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار، حيث بلغت قيمة "ت" ٣,٤٨٨ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، وبالتالي فقد يثبت صحة هذا الفرض. والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار وفقاً لاختلاف النوع لصالح الإناث.

ب- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار وفقاً للإقامة (ريف- حضر).
جدول (٣٦) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار وفقاً للإقامة

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ريف	٢٠٥	٢,٤٨	٠,٦٧٦	٢,٤٥٨	٤٣٠	دالة عند ٠,٠٥
حضر	٢٢٧	٢,٣٠	٠,٧٨٨			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثي الريف ومتوسطات درجات مبحوثي الحضر على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار، حيث بلغت قيمة "ت" ٢,٤٥٨ وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، وبالتالي فقد ثبت صحة هذا الفرض. والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار وفقاً للإقامة لصالح مبحوثي المناطق الريفية.

ج- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار وفقاً لإختلاف المستوى الإقتصادي الإجتماعي.
جدول رقم (٣٧) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار تبعاً لإختلاف المستوى الإقتصادي الإجتماعي

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	١,٩٢٩	٢	٠,٩٦٥	١,٧٦١	غير دالة
داخل المجموعات	٢٣٤,٩٥٧	٤٢٩	٠,٥٤٨		
المجموع	٢٣٦,٨٨٧	٤٣١			

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات الإقتصادية الإجتماعية المختلفة، وذلك على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار، حيث بلغت قيمة ف ١,٧٦١ وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار وفقاً لإختلاف المستوى الإقتصادي الإجتماعي.

الفرض التاسع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستويات مصداقية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع - الإقامة - المستوى الاقتصادي الاجتماعي).
ويقسم هذا الفرض إلى ثلاثة فروض فرعية هي:

أ- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستويات مصداقية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار وفقاً لاختلاف النوع (ذكور- إناث).

جدول (٣٨) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستويات مصداقية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار وفقاً للنوع

مستويات المصداقية	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
مصداقية المصدر	ذكور	١٨٢	٢,٥٧	٠,٦٨	٠,٢٨٩	٤٣٠	غير دالة
	إناث	٢٥٠	٢,٥٨	٠,٦١			
مصداقية القائم بالاتصال	ذكور	١٨٢	٢,٤٩	٠,٧٣	٠,٤٣٩	٤٣٠	غير دالة
	إناث	٢٥٠	٢,٤٦	٠,٦٣			
مصداقية الرسالة	ذكور	١٨٢	٢,٢٧	٠,٧٩	٥,٨٣٦	٤٣٠	دالة عند ٠,٠٠١
	إناث	٢٥٠	٢,٦٥	٠,٥٤			
مصداقية الوسيلة	ذكور	١٨٢	٢,٤١	٠,٧٦	٢,٠٩٥	٤٣٠	دالة عند ٠,٠٥
	إناث	٢٥٠	٢,٥٥	٠,٦٣			
مصداقية الجمهور	ذكور	١٨٢	٢,٢٦	٠,٧٩	٥,٢٥٨	٤٣٠	دالة عند ٠,٠٠١
	إناث	٢٥٠	٢,٦١	٠,٥٩			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس (مصداقية الرسالة- مصداقية الوسيلة- مصداقية الجمهور)، حيث بلغت قيمة "ت" ٥,٨٣٦، ٢,٠٩٥، ٥,٢٥٨ على الترتيب، وجميعها قيم دالة إحصائية عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، ٠,٠٥، ٠,٠٠١ على التوالي، وبالتالي فقد يثبت صحة هذا الفرض. والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس (مصداقية الرسالة- مصداقية الوسيلة- مصداقية الجمهور) وفقاً لاختلاف النوع لصالح الإناث. بينما تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس (مصداقية المصدر- مصداقية القائم بالاتصال)، حيث بلغت قيمة "ت" ٠,٤٣٩، ٠,٢٨٩، ٠,٤٣٩ على الترتيب، وهي قيم غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة = ٠,٠٥.

ب- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستويات مصداقية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار وفقاً للإقامة (ريف- حضر).
جدول (٣٩) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستويات مصداقية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار وفقاً للإقامة

مستويات المصداقية	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
مصداقية المصدر	ريف	٢٠٥	٢,٦٦	٠,٥٨	٢,٦٩٨	٤٣٠	دالة عند ٠,٠١
	حضر	٢٢٧	٢,٥٠	٠,٦٨			
مصداقية القائم بالاتصال	ريف	٢٠٥	٢,٥٥	٠,٦٧	٢,٣١٦	٤٣٠	دالة عند ٠,٠٥
	حضر	٢٢٧	٢,٤٠	٠,٦٧			
مصداقية الرسالة	ريف	٢٠٥	٢,٤٢	٠,٦٨	١,٩٣٠	٤٣٠	غير دالة
	حضر	٢٢٧	٢,٥٥	٠,٦٨			
مصداقية الوسيلة	ريف	٢٠٥	٢,٤٥	٠,٦٧	١,٢٧٢	٤٣٠	غير دالة
	حضر	٢٢٧	٢,٥٣	٠,٧١			
مصداقية الجمهور	ريف	٢٠٥	٢,٥٨	٠,٧٠	٣,٥٣٨	٤٣٠	دالة عند ٠,٠٠١
	حضر	٢٢٧	٢,٣٤	٠,٦٨			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثي الريف ومتوسطات درجات مبحوثي الحضر على مقياس (مصداقية المصدر - مصداقية القائم بالاتصال - مصداقية الجمهور)، حيث بلغت قيمة "ت" ٢,٦٩٨، ٢,٣١٦، ٣,٥٣٨ على الترتيب، وجميعها قيم دالة إحصائية عند مستوى دلالة = ٠,٠١، ٠,٠٥، ٠,٠٠١ على التوالي، وبالتالي فقد يثبت صحة هذا الفرض. والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس (مصداقية الرسالة - مصداقية الوسيلة - مصداقية الجمهور) وفقاً لاختلاف مكان الإقامة لصالح مبحوثي الريف. بينما تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثي الريف ومتوسطات درجات مبحوثي الحضر على مقياس (مصداقية الرسالة - مصداقية الوسيلة)، حيث بلغت قيمة "ت" ١,٩٣٠، ١,٢٧٢ على الترتيب، وهي قيم غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة = ٠,٠٥.

ج- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستويات مصداقية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار وفقاً لاختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

جدول رقم (٤٠) تحليل التباين أحادي الإتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستويات مصداقية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار تبعاً لإختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي

مستويات المصداقية	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
مصداقية المصدر	بين المجموعات	٣,٦٨	٢	١,٨٤	٤,٥٤١	دالة*
	داخل المجموعات	١٧٣,٨٠	٤٢٩	٠,٤١		
	المجموع	١٧٧,٤٨	٤٣١			
مصداقية القائم بالاتصال	بين المجموعات	٠,٥٤	٢	٠,٢٧	٠,٥٩٠	غير دالة
	داخل المجموعات	١٩٧,١٢	٤٢٩	٠,٤٦		
	المجموع	١٩٧,٦٧	٤٣١			
مصداقية الرسالة	بين المجموعات	٥,٨٥	٢	٢,٩٣	٦,٤٦٩	دالة**
	داخل المجموعات	١٩٤,١١	٤٢٩	٠,٤٥		
	المجموع	١٩٩,٩٦	٤٣١			
مصداقية الوسيلة	بين المجموعات	٨,٤٢	٢	٤,٢١	٩,٢٤١	دالة**
	داخل المجموعات	١٩٥,٥٥	٤٢٩	٠,٤٦		
	المجموع	٢٠٣,٩٨	٤٣١			
مصداقية الجمهور	بين المجموعات	٨,٧٤	٢	٤,٣٧	٩,٢٤٥	دالة**
	داخل المجموعات	٢٠٢,٧٤	٤٢٩	٠,٤٧		
	المجموع	٢١١,٤٨	٤٣١			

تشير بيانات الجدول السابق إلي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات الاقتصادية الاجتماعية المختلفة، وذلك علي مقياس (مصداقية المصدر- مصداقية الرسالة- مصداقية الوسيلة- مصداقية الجمهور)، حيث بلغت قيمة ف ٤٥٤١، ٦,٤٦٩، ٩,٢٤١، ٩,٢٤٥ على الترتيب، وجميعها قيم دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، ٠,٠١، ٠,٠٠١، ٠,٠٠١ على التوالي، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس (مصداقية المصدر- مصداقية الرسالة- مصداقية الوسيلة- مصداقية الجمهور) وفقاً لاختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي. بينما تبين عدم وجود فروق على مقياس مصداقية القائم بالاتصال، حيث بلغت قيمة ف ٠,٥٩٠ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥.

النتائج العامة للدراسة:

- تشير النتائج إرتفاع معدلات الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حيث بلغت نسبة اللذين يعتمدون على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٥٤,٦٣%، وبلغت نسبة من يعتمدون بدرجة متوسطة ٢٩,٨٦%، بينما بلغت نسبة من يعتمدون بدرجة منخفضة من ١٥,٥١%.
- وجاءت أهم المواقع التي يعتمد عليها المبحوثين بإستخدام صحافة الموبايل للحصول على الأخبار والمعلومات في الترتيب الأول تطبيقات مواقع التواصل الإجتماعي تلتها تطبيقات الصحف الورقية والبوابات الإلكترونية التابعة لها، ثم تطبيقات الصحف الإلكترونية بالمرتبة الثالثة.
- وعن أهم أسباب اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار جاء في الترتيب الأول سهولة الإستخدام جعلتها مصدرا سريعا و فوريا للأخبار في مختلف القضايا والمجالات بنسبة ٧١,٠٦%، إمكانية التصفح للعديد من المواقع بما يجعل هناك مفاضلة في الإختيار للموقع أو التطبيق الأكثر دقة ومصداقية ٦٤,٨١%، في حين جاءت بالمرتبة الثالثة قلة التكاليف ومجانية التعرض عبر التطبيقات والصفحات الإلكترونية جعلتها الأنسب ماديا ٤٩,٧%.
- ومن أكثر الأخبار التي يفضل المبحوثين متابعتها على صحافة الموبايل جاء في الترتيب الأول الأخبار السياسية الخاصة بالشأن الداخلي للدولة تلتها الأخبار السياسية العالمية ثم أخبار المشاهير في مختلف المجالات.
- وجاء موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى ثراء الوسيلة بإستخدام وسائل التفاعلية المفضلة لديهم عبر صحافة الموبايل بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٤٦.
- وجاء موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى إستخدام وسائل التفاعلية المتاحة لديهم عبر صحافة الموبايل بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٤٧.
- كما تشير النتائج أن نسبة من يتقون بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٤٣,٥٢%، وبلغت نسبة من يتقون بدرجة متوسطة ٤٢,١٣%، بينما بلغت نسبة من يتقون بدرجة منخفضة ١٤,٣٥%.
- ومن أهم أسباب ثقة المبحوثين بالمضمون الإخباري المقدم عبر صحافة الموبايل جاء في الترتيب الأول مصادر الأخبار معلومة بالنسبة لي لذا أثق في محتواها بنسبة ٦٧,١٣% وجاءت بالمرتبتين الثانية والثالثة تتمتع بقدر كبير من الحرية والجرأة في عرض كافة وجهات النظر عن وسائل الإعلام التقليدية ثم التغطية باللبث المباشر ساهمت في النقل القوري الواقعي من قلب الأحداث بنسب ٥٩,٩٥% , ٥٣,٠١% على التوالي.
- وجاء موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لصحافة الموبايل على المبحوثين بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٤٧.
- كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الإعتماد على صحافة الموبايل تبعا لإختلاف مستويات الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار.

- وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لإختلاف درجة سهولة إستخدام صحافة الموبايل كمصدر للأخبار والتفاعل معها.
- كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لإختلاف درجة ثراء صحافة الموبايل بالمعلومات ووسائل التفاعلية.
- وأشارت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لإختلاف درجة استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية عبر صحافة الموبايل.
- وأسفرت الدراسة عن وجود علاقة ارتباطيه موجبة ذات دلالة إحصائية بين كثافة اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار ومستويات مصداقية صحافة الموبايل لديهم.
- كما أسفرت عن وجود علاقة ارتباطيه موجبة ذات دلالة إحصائية بين كثافة اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار ومستوى تأثيرات صحافة الموبايل عليهم.
- وتبين وجود علاقة ارتباطيه موجبة دالة إحصائياً بين مستوى استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات ومستوى تأثيرات صحافة الموبايل عليهم.
- وتشير الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار و المعلومات تبعاً للنوع والإقامة، بينما لا توجد فروق وفقاً لإختلاف المستوى الإقتصادي الإجتماعي).
- **التوصيات والمقترحات:**
- ضرورة الإهتمام بتنمية الوعي الرقمي بإستخدام صحافة الموبايل بين الشباب وأفراد المجتمع بشكل عام خاصة في ظل كثرة المعلومات المضللة والشائعات.
- ضرورة تدريب الإعلاميين على مهارات ممارسة صحافة المحمول والإستفادة من تطبيقاتها بما ينهض بمهنة الصحافة والإعلام وفقاً بمستحدثات التطور للتعاصر الأدائي وتقديم ما يلي توقعات التلقى التفاعلي لدى الجمهور.
- الإستفادة من تطبيقات البث المباشر بالمحمول في التغطيات الإعلامية ونقل الأحداث من موقع حدوثها على الفور، وتوجيه ممارسي صحافة المحمول بضرورة الالتزام بأخلاقيات المهنة.
- التزام الإعلاميين بالدقة والموضوعية في نقل الأخبار عبر منصات وتطبيقات الهواتف المحمولة وخاصة وقت الأزمات.
- ضرورة الإستفادة من تجربة المؤسسات الصحفية العربية والأجنبية في إستخدام تطبيقات التواصل الإجتماعي من خلال الهواتف الذكية في العمل الصحفي.
- وضع تشريعات وقوانين تحدد آليات النشر خلال تطبيقات صحافة الهاتف المحمول حرصاً على سلامة أفراد المجتمع من الوقوع تحت طائلة التأثيرات السلبية التي تتركها نشر الأخبار الزائفة في نفوس المتعرضين لها، ومن ثم يؤثر على مستوى مصداقية الوسيلة.

المراجع:

- (1) Boek; 1ère édition; Bruxelles. -CORDELIER, Benoit, BREDUILLIARD, Pauline, "Performativité des chartes d'utilisation des réseaux socio-numériques en entreprise. Une pragmatique par l'engagement et la contrainte", Les Enjeux de l'Information et de la Communication, vol. 13, p. 123, 2012
- (2) Amandine Degand, Benoît Grevisse, dirs, **Journalisme en ligne. Pratiques et recherches**, Bruxelles, De Boeck, coll. Info & Com, 2012, 384 pages
- (3) Salaverria, Ramón (2019). "Digital journalism; 25 years of research. Review article". El profesional de 28, n. 1, e280101
- (4) Nicolas Pélissier et Mamadou Dionna Diallo; le journalisme à l'épreuve. **des dispositifs socio-numériques information et communication**, revue Française des sciences de l'information et de la communication en bugnal, 6.2015
- (5) عادل رواتي صحافة إلكترونية وإعلام رقمي، مقال متاح على موقع <http://adelrouti.net/blg/digital-journalism> : تاريخ: ٢٠١٨،١٢،٠٣ على
- (6) ندوة في ستوكهولم متاحة على موقع: <https://alkompis.se//fbclid=t.w.ar.avlox5dztg3wosrz>
- (7) Brown, H., Guskin, E., Mitchell, A. (2012) **The Role of Social Media in the Arab Uprisings**, Pew Research Center, URL: <http://www.journalism.org/2012/11/28/role-social-media-arab-uprisings/> (accessed 26.5.2017)
- (8) عبير الرحباني، الإعلام الرقمي - الإلكتروني ، ط ١، القاهرة: دار أسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٢ ، ص ١٠١
- (9) سناء يوسف شاهين، مرجع سابق ص: ٩٣
- (10) فتحى عامى ، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك ، ط ١ ، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع ، ٢٠١١ ، ص ٢١٩ .
- (11) هشام زقوت ، مرجع سابق ، ص ٥٥
- (12) Vryzas, Nikolaos; Sidiropoulos, Efstathios; Vrasis, Lazaros; Avraam, Evangelia; Dimoulas, Charalampos. Strategy & Development Review. Sep2019 Special issue, Vol. 9, p23
- (13) حسنين شفيق ، صحافة وإعلام الهاتف المحمول: مستقبل الإعلام على شريحة. ط ١ ، القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع ، ٢٠١٤ ، ص ٩٩
- (14) Ziani, A., elareshi, Gunter, B. (2015). The use of mobile phone and the internet in GCC regions: university students, obtaining local news perspectives, donnish. **Journal of media and communication in studies**. P.5
- (15) Oppegaard, B., & Rabby, M. K. (2016). Proximity: **Revealing new mobile meanings of a traditional news concept**. Digital Journalism, 4(5). 621-638
- (16) Marrouch, Rima (2016). **How mobile phone are changing journalism practice** in on 12-11 the 21st century, available at <https://google.oftd3f> 2020

- (١٧) بشرى داود السنجرى , صحافة الموبايل خواصها الشكلية وإمكانياتها التقنية , العين: دار الكتاب الجامعي , ٢٠١٩ , ص ١٥٢
- (١٨) ساند رضوان، مرجع سابق، ص ١٠٢.
- (19) Vryzas, Nikolaos; & others, op. cit., p22-43.
- (٢٠) عبد الأمير الفيصل, الصحافة الالكترونية مقارنة أولية، مؤتمر صحافة الانترنت في الوطن العربي الواقع والتحديات، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، ٢٢ نوفمبر، الإمارات العربية المتحدة. , ٢٠٠٥ , ص ١٣
- (٢١) محمود علم الدين , أساسيات الصحافة في القرن الواحد والعشرون، القاهرة: دار الإيمان للطباعة , ٢٠٠٨ م، ص ١٠٩.
- (٢٢) حسنى محمد نصر، الانترنت والإعلام (الصحافة الالكترونية)، ط١، الكويت: دار الفلاح للنشر والتوزيع , ٢٠٠٣ م، ص ٢٧.
- (٢٣) محمود علم الدين , ليلي عبد المجيد , فن التحرير الصحفى للجرائد والمجلات، القاهرة: السحاب للنشر والتوزيع , ٢٠٠٤ م، ص ٢١٦.
- (٢٤) السيد بخيت, الانترنت كوسيلة اتصال جديد، الإمارات: دار الكتاب الجامعي, ٢٠١٢ م، ص ٢٨.
- (٢٥) مروة عبدالله السيد بتقنيات استخدام الهواتف الذكية فى الإنتاج البرامجى المرئى دراسة استكشافية، مجلة البحوث الإعلامية , كلية الإعلام , جامعة الأزهر , العدد التاسع والخمسون , أكتوبر ٢٠٢١, ص ٧٠٩.
- (٢٦) هويدا مصطفى: مصداقية وسائل الإعلام كما تراها النخبة في مصر، دراسة حالة للتغطية الإعلامية للحرب على العراق، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٢١، أكتوبر-ديسمبر، ٢٠٠٣، ص ٧٠:٢.
- (27) Schweiger, M., Odag and Groeben, N. (2004): Der Dritte Golfkrieg: Zur Glaubhaftigkeit der medialen Berichte. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: **Qualitative Social Research**, ISSN.1438-5827, 2004.
- (٢٨) عزة عبد العزيز: مصداقية الإعلام العربي، ط١، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦، ص ٣٤.
- (٢٩) هبة حسين عبد الوهاب: مستويات مصداقية القنوات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفوة، مرجع سابق، ص ٩٣.
- (٣٠) هويدا مصطفى: مصداقية وسائل الإعلام كما تراها النخبة في مصر، دراسة حالة للتغطية الإعلامية للحرب على العراق، مرجع سابق، ص ٣.
- (31) Johnson, T.J. and Kaye, B.K.: Cruising is believing? Comparing the Internet and Traditional Sources, **Mass Communication Quarterly**, No.75, 1998, pp.325:340.
- (32) Johnson, T.J. and Kaye, B.K.: **Ibid** , P. 332.

- (33) VanBogart, Shauna M: Establishing credibility online through impression management, **Doctoral dissertation**, Gonzaga University, United States, 2014. Retrieved from, <https://search.proquest.com/docview/1501649062?accountid=178282>.
- (34) Johnson, T. J., & Kaye, B. K.: Reasons to believe: Influence of credibility on motivations for using social networks. **Computers in Human Behavior**, No.50, 2015, PP.544:555.
- (35) Kaye, B. K., & Johnson, T. J.: Strengthening the Core Examining Interactivity, Credibility, and Reliance as Measures of Social Media Use. **Electronic News**, Vol.61, Issue. C, 2016, PP.136:145.
- (36) Alotaibi, Naif Mutlaq.: Online news: a study of 'credibility' in the context of the saudi news media, **Doctoral dissertation**, University of Sussex (United Kingdom), United States, 2017.
- (37) Yoshiko, Nozato: Credibility of online Newspapers, **Communication and Development Studies, Center for International Studies**, Ohio University, 2012.
- (38) http://www.spra-sy.com/website/?more=3688&category_id=124
- (٣٩) أمل السيد أحمد متولى: اتجاهات النخبة نحو أنماط المعالجة الصحفية للأزمات الاقتصادية فى الصفحات المتخصصة بالصحف اليومية بالتطبيق على أزمة الدولار فى مصر عام ٢٠١٦، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٦٤، مايو ٢٠١٨، ص ١: ٣٧.**
- (40) Rosenstiel, Tom. (2012). The Future of Mobile News. Washington: Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism
- (٤١) هشام سمير زقوت, استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعى من خلال الهواتف الذكية, رسالة ماجستير غير منشورة , الجامعة الإسلامية غزة , كلية الآداب , ٢٠١٦
- (٤٢) سائد سعيد, اعتماد الشباب الفلسطينى على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات, رسالة ماجستير غير منشورة , الجامعة الإسلامية غزة , كلية الآداب , ٢٠١٦
- (٤٣) شريف درويش, الأحداث الجارية كما تقدمها التطبيقات الإعلامية لصحافة الهواتف الذكية, مجلة دراسات الطفولة, كلية الدراسات العليا للطفولة, جامعة عين شمس, المجلد العشرون, العدد الخامس والسبعون, يونيو ٢٠١٧
- (44) Panu Karhunen , (2017) CLOSER TO THE STORY? ACCESSIBILITY AND MOBILE JOURNALISM , University of Oxford , JOURNALISM Reuters Institute , Reuters Institute Fellow's Paper
- (45) Salah Mohammed salih , (2017), Mobile Journalism Using smartphone in journalistic work , PHD, UPPSALA UNIVERSITET , Department of Informatics and Media.
- (46) Gregory Perreault , Kellie Stanfield , (2019), Mobile journalism As Lifestyle journalism ? Journalism Practice, 13(3), 331 348 ,
- (٤٧) بسناء يوسف شاهين , صحافة المحمول وانعكاساتها على الممارسة الإعلامية , رسالة دكتوراه غير منشورة , جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا , كلية علوم الاتصال , ٢٠١٨

- (٤٨) إبراهيم حسن، استخدام الصحفيين المصريين لتطبيقات الهاتف المحمول وأثره على أدائهم الصحفى، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، العدد الثالث عشر، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١٨ .
- (٤٩) عبد الهادى أحمد، استخدام الشباب الجامعى المصرى للتطبيقات الإعلامية لصحافة الهواتف الذكية والإشباع المتحققة منها، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد الثالث عشر، مارس ٢٠١٨ .
- (٥٠) محمد إبراهيم، تبنى الشباب المصرى للتطبيقات الإخبارية للصحف الإلكترونية عبر الهواتف الذكية، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، جامعة كفر الشيخ، كلية الآداب، المجلد الثانى، العدد الرابع عشر، ٢٠٢٠ .
- (٥١) نادية محمد، "دور تكنولوجيا الاتصال في تطوير الخدمة الصحفية المقدمة عبر الهاتف المحمول وانعكاساتها على الشباب المصرى"، **رسالة دكتوراة غير منشورة**، جامعة الزقازيق، كلية التربية النوعية، ٢٠٢٠ .
- (٥٢) بسنت مراد، تفاعل الجمهور المصرى حول أزمة فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهاتف الذكي، **المجلة العربية لبحوث الرأي العام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد التاسع عشر، العدد الأول، سبتمبر، ٢٠٢٠ .
- (٥٣) خمائل زيدان وآخرون، دوافع الشباب الجامعى العراقى لتطبيقات الهاتف المحمول والإشباع المتحققة منها، **مجلة بحوث الشرق الأوسط**، جامعة عين شمس، مركز بحوث الشرق الأوسط، المجلد الخامس والخمسون، العدد الثانى، مايو، ٢٠٢٠ .
- (٥٤) أيمن محمد، دور صحافة الهاتف المحمول في توعية الجمهور السعودى بتطورات أزمة جائحة كورونا، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، المجلد السادس، العدد الرابع والخمسون، يوليو ٢٠٢٠ .
- (٥٥) سمىة بن زكة، استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في تغطية أحداث الحراك الشعبى بعد ٢٢ فيفري، ٢٠١٩، **مجلة العلوم الإنسانية**، جامعة العربى بن مهدي، أم البواقي، المجلد السابع، العدد الثالث، ديسمبر، ٢٠٢٠ .
- (٥٦) طارق الصعدي ، اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ودورها فى التوعية الصحية بجائحة كورونا فى مصر ، **مجلة البحوث الإعلامية** ، كلية الإعلام ، جامعة الأزهر ، العدد الرابع والخمسون ، يوليو ٢٠٢٠ .
- (57) Joao Canavilhas. (. 2021) Epistemology of mobile journalism. A review. *Professional de la informacion* , v.30.
- (٥٨) هانى نادى عبد المقصود ، التماس الأطباء وهيئة التمريض للمعلومات حول جائحة فيروس كورونا المستجد عبر صحافة الموبايل وعلاقته بالتوافق المهنى لديهم ، **مجلة البحوث الإعلامية** ، كلية الإعلام ، جامعة الأزهر ، العدد السادس والخمسون ، يناير ٢٠٢١ .

- (٥٩) راشد صلاح الدين , دور صحافة الموبايل فى تشكيل اتجاهات الجمهور المصرى نحو الأحداث الجارية , **مجلة البحوث الإعلامية** , كلية الإعلام , جامعة الأزهر , العدد السادس والخمسون , يناير ٢٠٢١ .
- (60)English, Alexandra.: Tweeting with Authority: Online Credibility on Twitter, **Doctoral dissertation**, University of Kansas, United States , 2013..
- (61)Flanagin, A.& Metzger, C. (2013), Credibility and digital media, Cambridge, MIT Press.
- (62)VanBogart, Shauna M.: Establishing credibility online through impression management, **Doctoral dissertation**, Gonzaga University, United States, 2014.
- (63)Stephens, Challen.: Credibility concerns for online newspapers: Do reporter comments influence perceptions of credibility?, **Doctoral dissertation**, University of Missouri - Columbia, United States , 2014.
- (٦٤) سماح عبدالرازق الشهاوى: مصداقية الصحف الإلكترونية المصرية وعلاقتها باستخدام الشباب لها: دراسة ميدانية على الشباب المصري, **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**, كلية الإعلام, جامعة الأهرام الكندية, العدد ٤, مارس ٢٠١٤, ص ٢٤٥:٢٢٨.
- (٦٥) إسراء منصور عبدالشافى: استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار وعلاقته بمصداقيتها لديهم, **مجلة البحوث فى مجالات التربية النوعية- كلية التربية النوعية**, جامعة المنيا, العدد ٢, ديسمبر ٢٠١٥, ص ١٥٤, ١٧٣.
- (66)Choi, Wonchan.: A new framework of web credibility assessment and an exploratory study of older adults' information behavior on the web, **Doctoral dissertation**, The Florida State University, United States , 2015.
- (67) Johnson, T. J., & Kaye, B. K.: Reasons to believe: Influence of credibility on motivations for using social networks. **Computers in Human Behavior**, No.50, 2015, PP.544:555.
- (٦٨) محمد محمد عبده بكير, مصداقية المضامين الخبرية بالمواقع الالكترونية والقنوات الفضائية كما يراها الجمهور فى المجتمع السعودى, **مجلة العلوم الاجتماعية**, جامعة أم القرى, أكتوبر ٢٠١٦.
- (69) Kaye, B. K., & Johnson, T. J: Strengthening the Core Examining Interactivity, Credibility, and Reliance as Measures of Social Media Use. **Electronic News**, Vol.61, Issue C, 2016, PP.136:145.
- (٧٠) سالى ماهر نصار: اتجاهات النخبة الإعلامية نحو مصداقية الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي, رسالة دكتوراه غير منشورة, كلية الآداب, جامعة عين شمس, ٢٠١٧.
- (٧١) عبدالعزيز خلف خليل الجبورى: مصداقية الأخبار فى مواقع التواصل الاجتماعي "يوتيوب - فيس بوك - تويتر" - دراسة مسحية على الجمهور الإماراتى, **المؤتمر الإعلامى الدولى، الإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكرى**, كلية الصحافة والإعلام، جامعة الزرقاء، الأردن، ٢٠١٧، ص ٤٩٣:٥١٧.

(٧٢) محمد عبدالعزيز سيد طه: مصداقية إعلام المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية كما يدركها الشباب المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٧.

(٧٣) محمد عبدالبديع السيد: تأثير التعرض للإنترنت على مستويات مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية لدى الشباب في جامعتي بنها والحدود الشمالية بمصر والسعودية- دراسة ميدانية مقارنة، مرجع سابق، ص ٤٧٧:٤٦٥.

(74) Oh, Pyeongseon: Motivations for Usage of National Political News in Social Networking Sites and Digital News Sites of the United States and South Korea, **Doctoral dissertation**, Michigan State University, United States - Michigan, 2018.

(٧٥) هشام رشدي خيرالله: مصداقية تناول الإعلامى لقضايا الفساد الإدارى عبر مواقع الصحف الإلكترونية الإلكترونية وعلاقته بتشكيل اتجاه الجمهور المصرى نحو أداء الحكومة، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو ٢٠١٨.**

(٧٦) ولاء محمد محروس، معايير مصداقية المواقع الإلكترونية كما يراها الشباب الجامعى وعلاقتها باعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات، **مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد الحادى والخمسون، يناير ٢٠١٩.**

(77) Lin, C.; Brostrom, A.; Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H. (2020). Investigating Psychological Effects Of Visual Media In Fear Of COVID-19 According To Source Credibility: Psychological Distress And Insomnia, **Internet Interventions**; 14 (7).

(٧٨) سلامى أسعيدانى، عبدالله العسيري، مصداقية المضمون الخبرى لمواقع التواصل الاجتماعى لدى الإعلاميين الجزائريين دراسة فى إطار النموذج البنائى للمصداقية، **المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيرى، الجامعة الخليجية، يناير ٢٠٢٠.**

(٧٩) جيهان سيد يحيى، التأثيرات النفسية والسلوكية لمحتوى الإعلام المرئى المقدم عن كورونا وعلاقته بمصداقية المصدر، **مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد السادس والخمسون، يناير ٢٠٢١.**

(80) Alan M. Rubin & Steven Windahl, The Uses and Dependency Model of Mass Communication, **critical studies in mass communication**, Vol 3, Issue2, p164-184

(٨١) جمال عبدالعظيم أحمد: العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجماهيرية كمصدر للمعلومات والمستوى المعرفى للشباب البحرينى بالانتخابات البرلمانية لعام ٢٠٠٦، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٢٦، يناير - مارس ٢٠٠٦، ص ١٥٥.**

(٨٢) جمال عبدالعظيم أحمد: **المرجع السابق، ص ١٥٥.**

(83) William E. Loges & Sandra. J. Ball Rokeach: Dependency Rebellions and Newspaper Readership, **Journalism Quarterly**, Vol.70, No.3, 1993, PP.602: 612.

- (٨٤) رضا عكاشة: تأثيرات وسائل الإعلام من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة، ط١، القاهرة، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦، ص٢٠٩.
- (85) Melvin I. Defleur and Sandra J. Ball Rokeach: **Theories of mass communication**, 4th ed, New York & London: Longman, 1982.
- (٨٦) م. دى فلور، س. بال روكاخ، ترجمة محمد ناجى الجوهري: نظريات الإعلام ، ط١، الأردن، دار الأمل للنشر والتوزيع، ٢٠٠١، ص٣٤٨.
- (٨٧) محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ١٩٩٨، ص٢٨٠.
- (٨٨) رضا عكاشة: تأثيرات وسائل الإعلام من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة، مرجع سابق، ص٢١٠.
- (89) Daft, R.L.; Lengel, R.H. (1984). "Information richness: a new approach to managerial behavior and organizational design". Research in organizational behavior (Homewood, IL: JAI Press) 6: 191–233.
- (90) Carlson, John. R.; Robert W. Zmud (April 1999). "Channel Expansion Theory and the Experiential Nature of Media Richness Perceptions". The Academy of Management Journal 42 (2): 153–170.
- (٩١) أولجا جوديس بيلي، بيلي كاميرتس، نيكوكاربننتير، "فهم الإعلام البديل"، ترجمة: علا أحمد إصلاح، القاهرة، مجموعة النيل العربية، ٢٠٠٩م، ص٧١.
- (92) Markus, M.L. (1994). Electronic Mail as the Medium of Managerial Choice. Organization Science, 5(4). 502-527.
- (93) Rice, Ronald E. (November 1992). "Task Analyzability, Use of New Media, and Effectiveness: A Multi-Site Exploration of Media". Organization Science 3 (4): 475–500.
- (94) Dennis, Alan R.; Joseph Valacich, Cheri Speier, Michael G. Morris (1998). "Beyond Media Richness: An Empirical Test of Media Synchronicity Theory". 31st Annual Hawaii International Conference on System Sciences: 48–57.
- (٩٥) السيد محمد خيرى: الإحصاء النفسي والتربوي، الرياض، مطبعة جامعة الرياض، ١٩٧٥، ص٤٣.
- (٩٦) فؤاد أبو حطب، سيد عثمان: التقويم النفسي، القاهرة، الأنجلو المصرية، ١٩٧٣، ص٧٧٠.
- (٩٧) السيد محمد خيرى: الإحصاء النفسي والتربوي، الرياض، مطبعة جامعة الرياض، ١٩٧٥، ص٤١.
- (٩٨) جمال عبدالعظيم أحمد: العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجماهيرية كمصدر للمعلومات والمستوى المعرفى للشباب البحريني بالانتخابات البرلمانية لعام ٢٠٠٦، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٢٦، يناير - مارس ٢٠٠٦، ص١٥٥.
- (٩٩) جمال عبدالعظيم أحمد: المرجع السابق، ص١٥٥.

- (100) Carlson, John. R.; Robert W. Zmud (April 1999). "Channel Expansion Theory and the Experiential Nature of Media Richness Perceptions". *he Academy of Management Journal* 42 (2): 153–170.
- (١٠١) أولجا جوديس بيلي، بيلي كاميرتس، نيكوكارينتير، "فهم الإعلام البديل"، ترجمة: علا أحمد إصلاح، القاهرة، مجموعة النيل العربية، ٢٠٠٩م، ص ٧١.
- (١٠٢) م. دى فلور، س. بال روكاخ، ترجمة محمد ناجى الجوهري: *نظريات الإعلام*، ط١، الأردن، دار الأمل للنشر والتوزيع، ٢٠٠١، ص ٣٤٨.
- (103) Alan M. Rubin & Steven Windahl, *The Uses and Dependency Model of Mass Communication, critical studies in mass communication*, Vol 3, Issue 2, p164-184
- (104) Melvin I. Defleur and Sandra J. Ball Rokeach: **Theories of mass communication**, 4th ed, New York & London: Longman, 1982.
- (١٠٥) رضا عكاشة: *تأثيرات وسائل الإعلام من الاتصال الذاتى إلى الوسائط الرقمية المتعددة*، ط١، القاهرة، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦، ص ٢٠٩.