



حاجات ودوافع استخدام الصحفيين السودانيين لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي والإشباع المتحققة (دراسة ميدانية)

هويدا علي محمد معوض

قسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة عمر المختار

Doi: <https://doi.org/10.54172/06mstf08>

المستخلص: شكلت الزيادة في استخدام الهواتف الذكية جمهورًا جديدًا لوسائل الإعلام، بالإضافة إلى تأثيرها على الصحفيين كوسيلة لها مميزات في العمل الصحفي، قد دخلت بدون استئذان إلى عالم الصحافة وأحدثت ثورة لم يسبق لها مثيل، وباتت مؤسسة كاملة لصناعة الصحافة. واستنادًا إلى ما سبق تهدف هذه الدراسة لمعرفة حاجات ودوافع الصحفيين السودانيين لاستخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي وتحديد الإشباع المتحققة من استخدامها وعرض أبرز المشاكل التي واجهتهم أثناء الاستخدام.

الكلمات المفتاحية: الهواتف الذكية، حاجات ودوافع، العمل الصحفي

The needs and motivations for Sudanese journalists' use of smart phone applications in journalistic work and the satisfactions achieved (a field study)

Howaida Ali Muhammad Moawad

Department of Mass Communication, Faculty of Arts, Omar Al-Mukhtar University

Abstract: The increase in the use of smartphones has formed a new audience for the media, in addition to its impact on journalists as a means that has its advantages in journalistic work, has entered without permission into the world of journalism and brought about an unprecedented revolution, and it has become a complete institution for the press industry. Based on the above, this study aims to find out the needs and motivations of Sudanese journalists to use smart phone applications in journalistic work, determine the benefits achieved from their use, and present the most prominent problems they encountered during use.

Keywords: Smartphones, needs and motivations, journalistic work



جامعة عمر المختار
مجلة المختار للعلوم الإنسانية
العدد 40 السنة 2021



حاجات ودوافع استخدام الصحفيين السودانيين لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي والإشبيعات المتحققة (دراسة ميدانية)

هويدا علي محمد معوض
كلية الآداب - قسم الإعلام
جامعة عمر المختار - البيضاء
أستاذ مساعد
Hwayd.mwd@omu.edu.ly

الملخص

شكلت الزيادة في استخدام الهواتف الذكية جمهورًا جديدًا لوسائل الإعلام، بالإضافة إلى تأثيرها على الصحفيين كوسيلة لها مميزات في العمل الصحفي، قد دخلت بدون استئذان إلى عالم الصحافة وأحدثت ثورة لم يسبق لها مثيل، وباتت مؤسسة كاملة لصناعة الصحافة. واستنادًا إلى ما سبق تهدف هذه الدراسة لمعرفة حاجات ودوافع الصحفيين السودانيين لإستخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي وتحديد الاشبيعات المتحققة من استخدامها وعرض أبرز المشاكل التي واجهتهم أثناء الاستخدام.

الكلمات المفتاحية:

ABSTRACT

The increase in the use of smartphones has formed a new audience for the media, in addition to its impact on journalists as a means that has its advantages in journalistic work, has entered without permission into the world of journalism and brought about an unprecedented revolution, and it has become a complete institution for the press industry.

Based on the above, this study aims to find out the needs and motivations of Sudanese journalists to use smart phone applications in journalistic work, determine the benefits achieved from their use, and present the most prominent problems they encountered during use.

Key words:

المقدمة

شهدت الصحافة في العقد الأخير تحولات أساسية وإستفادة بشكل كبير من العديد من إلاتكارات المذهلة في مجال التكنولوجيا ويفرض هذا التطور على الصحافة التقليدية ضرورة التكيف مع التطورات المستمرة، وتطویر أساليب عملها لاسيما في عالم متغير وتدفق مذهب للمعلومات. ظهور الهواتف الذكية إلى جانب التكنولوجيا الرقمية وشبكات الانترنت اللاسلكية، ساهم في إحداث تغيير عميق من مهنة الصحافة، ولا

يزال. فالهواتف الذكية ليست مجرد أجهزة لإستهلال الأخبار بل أصبحت مركزًا إعلاميًا مصغّرًا للصحفيين، فدخلت بدون إستئذان إلى ميدان الصحافة، وباتت مؤسسة كاملة لصناعة الأخبار.

في السنوات الأخيرة، لعبت صحافة الهواتف الذكية دورًا مهمًا في تمكين الصحفي المحترف من التغلب على كثير من التحديات والمصاعب، وساهمت في تعزيز حرية التعبير وحقوق الحصول على المعلومات، ومكنتهم من تغطية أحداث كبيرة في وقت مناسب وبأمان أكثر خاصة في أماكن نشوب النزاعات.

ثمة مزايا أخرى للهواتف الذكية بالإضافة إلى سهولة الإستعمال والتنقل فهي تحتوي على كاميرات متطورة عالية الجودة وتطبيقات متنوعة، بالإضافة إلى أنها مربوطة بالانترنت، مما سهل التواصل والإتصال بأشكاله المختلفة.

ولم يكن الصحفيون السودانيون بعيدين عن هذا التطور الذي يحدث حولهم، فقد تطورت أدواتهم بشكل لافت لتأخذ أبعادًا عدة، من أبرزها توظيف تطبيقات الهواتف الذكية من أجل تطوير الأداء الصحفي.

لذلك تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على حاجات ودوافع الصحفيين السودانيين لإستخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي وأهم تطبيقاتها وأسباب إستخدامهم لها، الظروف التي تزيد أو تحد من إستخدامهم لهذه التطبيقات، والموضوعات التي يحرصون على متابعتها من خلال هذه التطبيقات، والإشباع المتحققة، بالإضافة إلى أبرز المشاكل والمعلومات التي واجهتهم عند استخدام هذه التطبيقات.

مشكلة الدراسة:

إستدلت الباحثة على مشكلة الدراسة من خلال عملها في الحقل الصحفي مسبقًا «2014-2007» وملاحظتها إنتشار الهواتف الذكية لدى الصحفيين، وإستخدامهم المتزايد لتطبيقاتها، مما يقتضي ضرورة التعرف على حاجات ودوافع هذا الاستخدام والإشباع المتحققة منه.

لذلك تمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على إستخدام الصحفيين السودانيين لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي وحاجات هذا الإستخدام ودوافعه والإشباع التي يسعون إلى تحقيقها، والتعرف على أهم التطبيقات، والموضوعات التي يحرصون على متابعتها بالإضافة إلى أبرز المشاكل والمعلومات التي تواجههم أثناء استخدامهم لهذه التطبيقات في العمل الصحفي.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من الآتي:

- مواكبة الموضوع للحدث، لذلك فهو جدير بالدراسة.

- إستكشاف مرئي متابعة الصحفيون السودانيون للمستجدات في مجال التكنولوجيا خاصة تطبيقات الهواتف الذكية، ومدى قدرتهم على تسخيرها لتطور العمل الصحفي.
- تسليط الضوء على معرفة تأثير تطبيقات الهواتف الذكية على الصحفيين وعملهم، في ظل اعتمادهم عليها.

أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة إلى التعرف على:
 - التعرف على حاجات ودوافع استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي.
 - التعرف على مدى استخدام وإستفادات المبحوثين من إستخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي.
 - تحديد أهم تطبيقات الهواتف الذكية التي يستخدمها المبحوثين في العمل الصحفي.
 - الوقوف على الأسباب التي تدفع المبحوثين لإستخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي.
 - الوقوف على الأسباب التي (تحد / تزيد) من إستخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي.
 - الكشف عن الإشباغات المتحققة من إستخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي.
 - التعرف على الصعوبات التي تواجه المبحوثين أثناء استخدامهم لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي.

تساؤلات الدراسة:

- تسعى الدراسة للإجابة على التساؤلات الآتية:
 - ماهي دوافع وحاجات المبحوثين من إستخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي؟
 - ما الأسباب التي تدفع المبحوثين لإستخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي؟
 - ما أهم تطبيقات الهواتف الذكية التي يستخدمها المبحوثين في العمل الصحفي؟
 - ما معدل حصول المبحوثين على المعلومات من تطبيقات الهواتف الذكية؟
 - ما هي الإشباغات المتحققة لدى المبحوثين من تعرفهم لتطبيقات الهواتف الذكية؟
 - ما هي أبرز المشاكل والمعوقات التي واجهت المبحوثين أثناء إستخدامهم لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي؟

فروض الدراسة:

وضعت الباحثة عدد من الفروض يجب اختبارها من خلال الدراسة تتمثل في الآتي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع - السن - المؤهل العلمي - مجال العمل - الخبرة) للمبحوثين في مدى إستخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى إستفادة المبحوثين من إستخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي تعزى لنوع العمل.

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدة إستخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي ومعدل حصولهم على الأخبار.

نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها:

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة، من خلال تحديد ظروفها وأبعادها، وتوصيف العلاقة بينها؛ بهدف الانتهاء إلى وصف عملي دقيق للظاهرة أو المشكلة يقوم على الحقائق المرتبطة بها(1). فقد إهتمت هذه الدراسة بوصف البيانات التي جُمعت بواسطة صحيفة الاستبيان وتحليلها وتفسيرها وإستخلاص النتائج منها حول حاجات ودوافع إستخدام الصحفيين السودانيين لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي والإشباعات المتحققة منها.

منهج الدراسة:

إعتمدت الباحثة في دراستها على منهج المسح الإعلامي الذي يُعد جهدًا علميًا منتظمًا ساعد على وصف الظاهرة من خلال جمع المعلومات والملاحظات عنها(2).

أدوات الدراسة:

أعدت صحيفة استقصاء كأداة للحصول على المعلومات المتعلقة بالدراسة وقامت بعرضها على مجموعة من المتخصصين من أساتذة الإعلام حتى تخرج بشكلها العلمي وتم توزيعها على عينة مكونة من 255 صحفيًا، استهدفت معرفة دوافع وحاجات إستخدام الصحفيين السودانيين لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الصحفيين السودانيين الذين اجتازوا امتحان مهنة الصحافة ويحترفون الصحافة كمهنة والبالغ عددهم 5797 صحفيًا وذلك بحسب آخر إحصاءات اتحاد الصحفيين السودانيين لعام 2019:

عينة الدراسة:

نظرًا لصعوبة القيام بدراسة جميع أفراد المجتمع، تم إختيار عينة عشوائية بسيطة، وهي تلك التي يتم فيها حصر جميع مفردات مجتمع البحث، وتحديد حجم العينة المطلوبة، ثم سحب وحدات المعاينة بطريقة عشوائية باستخدام جداول الأرقام العشوائية(3).

وبلغ عدد عينة الدراسة 255 مفردة، حيث تم توزيع أداة الدراسة عليهم، وتم استردادها بنسبة 100%.

مصطلحات الدراسة:

- الصحفيون السودانيون:

هم المحترفون للعمل الصحفي، في مختلف الصحف الصادرة في السودان، ولديهم عضوية اتحاد الصحفيين السودانيين.

- الهواتف الذكية:

تعرفها القحطاني على أنها مصطلح يطلق على الهواتف التي أصبحت تعمل بنظم تشغيل معينة، يمكن تشبيهها بكمبيوتر صغير، وتتوفر به تطبيقات ومزايا ومواصفات وخصائص لا تتوفر في الهواتف العادية، ويستطيع تشغيل تطبيقات الطرف الثالث الذي يوفر وظائف لا حدود لها(4).

- تطبيقات الهواتف الذكية:

هي برامج صممت خصيصًا للعمل على أنظمة التشغيل الخاصة بالهواتف الذكية، ويتم تنزيلها يدويًا من قبل المستخدم عن طريق متجر خاص موجود على هذه الهواتف، ويوجد منها ثلاثة أنواع، وهي المحاتبة والمدفوعة والمجانية التي تقوم بخدمات مدفوعة(5).

الدراسات السابقة:

تُعد الدراسات السابقة من الأسس العلمية التي يجب على الباحث التوقف عندها للاستفادة منها في دراسته، ولهذا إطلعت الباحثة على عدد منها متعلقة بموضوع الدراسة.

وقد روعي في إنتقائها إرتباطها بموضوع الدراسة، وحدثة إنجازها، وتباين المجتمعات التي أجريت فيها، وثراء ما توصلت إليه من نتائج، وفيما يلي عرضها مرتبة ترتيبًا زمنيًا من الأحدث إلى الأقدم.

1- دراسة: جمال السماك (2016)(6):

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأساليب التي تؤدي إلى تطوير الأداء المهني للإعلاميين الفلسطينيين في ظل الإنتشار الواسع لتوظيف تكنولوجيا الاتصال في العمل الإعلامي.

وجاءت الدراسة بعنوان: استخدام الإعلاميين الفلسطينيين لتكنولوجيا الاتصال الحديثة وانعكاساتها على أدائهم المهني وتمثلت عينة الدراسة في العينة العشوائية البسيطة، وبلغ قوامها 250 مفردة، وإعتمدت على الدراسة الميدانية.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة الوسائل التكنولوجية الحديثة التي يستخدمها الإعلاميون بنسبة 86.8% وتليها الهواتف الذكية .

- وكانت سرعة نقل المعلومات من أهم دوافع المبحوثين والوصول إلى كم هائل من المعلومات.

2- دراسة عبر الرقابي 2016 (7):

هدفت الدراسة إلى التعرف على إنعكاسات صحافة الهاتف المحمول على الصحافة الورقية وكيفية إستخدام الصحفيين الأردنيين صحافة الموبايل، ودوافع تعرضهم لها، والتعرف على ميزاتها وانعكاساتها من وجهة نظرهم.

واعتمدت الدراسة الميدانية على عينة قوامها 250 مفردة من الصحفيين العاملين في مجال التحرير الإخباري في عدد من المؤسسات الإعلامية في الأردن.

- إحتلت صحافة الموبايل المرتبة الأولى كأفضل وسيلة للحصول على الأخبار ومن قبل الصحفيين بنسبة 84.5%.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها :-

- دوافع الصحفيين للتعرض للإعلام الجديد (صحافة الموبايل) كانت دوافع نفعية تمثلت بدافع مهني من المرتبة الأولى بنسبة 92.3% حيث يستخدم يوميًا لمتابعة الأخبار ونشرها.

- أثر الإعلام الجديد سلبيًا على اللغة العربية، وعلى أنماط سلوك المستخدم، وعلى دخل الصحف الورقية في الأردن.

3- دراسة: الزلب، ومظهر (2012)(8):

تهدف الدراسة إلى التعرف على إستخدامات الهاتف في اليمن كوسيلة لنشر رسائل إعلامية ذات صفة جماعية في اليمن وإستقبالها وتبادلها، وتحديد أهم الخصائص والسمات السائدة لهذا الاستخدام.

وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدم فيها الباحث أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وكانت صحيفة الاستبيان أداة الدراسة، ومجتمع الدراسة

عبارة عن الإعلاميين اليمنيين المتواجدين في مدينة صنعاء وبلغ قوامها 160 مفردة.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أن 55.8 من المبحوثين زاد اشتراكهم بالخدمات الإخبارية عبر الهاتف المحمول.

- تصدرت رسائل sms عبر الهاتف المحمول قائمة مصادر المعلومات بنسبة 68.3% ، والصحف المرتبة الثانية بنسبة 61% والفضائيات بالترتيب الثالث بنسبة 57.3%.

- التعرف على الابناء العاجلة كان من أبرز دوافع استخدام المبحوثين عبر الهاتف المحمول بنسبة 97.6%.

4- دراسة شذى عبد الواحد الحميد (2010) (9):

هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع وإستخدام المجتمع السعودي للهاتف المحمول، وأنماط استخدامه وأشكاله، وحجم هذا الإستخدام،

والتعرف على خصائص الجمهور المستخدم، ومدى الإشباع المتحققة من هذا الاستخدام والعوامل المؤثرة فيه. واستخدمت الباحثة أسلوب مسح الرأي العام، وكانت أداة الدراسة صحيفة الاستقصاء، وكانت مجمع الدراسة سكان مدينة الرياض بالسعودية، وبلغ قوام عينة الدراسة 400 مفردة.

ولقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- كان في مقدمة استخدامات العينة تناول المواد السمعية والمرئية، يليها في المرتبة الثانية إرسال المقاطع الطريفة، بينما جاء إرسال المقاطع الإخبارية والرسائل الدعوية بنسب ضعيفة.
- كانت كاميرا الجوال في مقدمة الاستخدامات، يليها التذكير بالمواعيد وجدولتها، وجاءت مشاهدة القنوات التلفزيونية بنسب متدنية.
- دافع التواصل مع الأهل جاء في المقدمة، يليه معرفة أخبار الزملاء ومتابعة متطلبات الأسرة عند التواجد خارج المنزل، بينما جاءت متابعة الأخبار العامة ودوافع بناء علاقات عاطفية مع الجنس الآخر بنسب متدنية، وفي مؤخرة الدوافع أن الجوال قد يحقق إشباعاً لها.

5- دراسة: فريد بن زايد (2010) (10):

هدفت الدراسة إلى الوقوف على مستويات استخدام وتملك الصحفيين الجزائريين للتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال، وتحديد طبيعة تأثير استخدام التكنولوجيا الحديثة على الممارسات اليومية للصحفيين، وبيان طبيعة هذه الممارسة والإمكانات الجديدة التي أتاحتها على المستويين العلمي والعملي، وكيفية تجاوز الصحفي المستخدم معها، فقره جديد واستخدام الباحث فيها منهج المسح، من خلال استخدام أسلوب الممارسة الإعلامية، وكانت أدوات الدراسة هي صحيفة الاستقصاء والمقابلة، والملاحظة بالمشاركة، وتكونت عينة البحث من جميع الصحفيين بولاية قسنطينة في الجزائر وبلغ قوامها 120 مفردة.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- إن مجمل الصحفيين السودانيين عينة الدراسة يمتلكون التكنولوجيا الحديثة على مستوى الصحيفة والمستوى الشخصي.
- وفرت التكنولوجيا طرقاً جديدة ومبتكرة للتواصل بين الصحفيين، وأعادة التكنولوجيا تشكيل النموذج التنظيمي والهرمي في المؤسسة الصحفية.
- تركت التكنولوجيا الحديثة أثر في شكل الصحافة المكتوبة وصناعاتها في الجزائر.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

- إستفادة الباحثة من الدراسات السابقة في الآتي:
- تحديد الإطار النظري للدراسة وصياغة تساؤلاتها وفروضها.
- الاستفادة من قائمة المصادر والمراجع المتوفرة ذات الصلة بدراسة الباحثة.
- إعداد استمارة الدراسة بما يكفل الإجابة على تساؤلاتها.

الإطار النظري للدراسة: تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظر في بناء فروضها على نظرية الاستخدامات والإشباع، حيث حاولت الباحثة من خلال استخدام هذه النظرية الكشف عن كيف ولماذا يستخدم الصحفيون السودانيون تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي وما دوافع تعرضهم لها والإشباع المتحققة.

حيث تهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بالسمات الاجتماعية والفردية وعلاقتها بالرضا والإشباع وأنماط الدوافع والحاجات الفردية والمدخل السلوكي⁽¹¹⁾ الذي استخدمته الدراسة لرصد عادات وكثافة التعرض لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي من قبل المبحوثين.

أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع:

- من أهم أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع ما يلي(12):
- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال وذلك بالنظر إلى الجمهور التنشيط الذي يستطيع أن يختار الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته ويستخدمها.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- التركيز على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.

فروض نظرية الاستخدامات والإشباع:

تظهر النظرية إيجابية الجمهور وتعتبره جمهورًا نشطًا وليس سلبيًا، فهو الذي ينتقي الوسيلة التي تناسبه وكذلك المضمون الذي يشبع رغباته وجميع احتياجاته.

وتسعى هذه النظرية إلى معرفة وتفسير أسباب استخدام أفراد الجمهور لوسائل الاتصال من بين المصادر المختلفة الأخرى في محيطهم، وما هي احتياجاتهم، كما تسعى إلى شرح دوافع التعرض والتفاعل الذي يحدث نتيجة التعرض لهذه الوسائل، وتركز هذه النظرية على مجموعة ممن إافتراضات تشكل الاستخدامات والإشباع وهي على النحو التالي(13).

- أن الجمهور إيجابي ونشط في استخداماته لوسائل الإعلام ويستخدمها لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاته.
- يمتلك أفراد الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.
- اختلاف درجة إشباع الحاجات وفقًا لاختلاف وسائل الإعلام.
- الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضامين التي تشبع احتياجاته.
- تختلف الحاجات والدوافع باختلاف الأفراد، وبالتالي نجد اختلافًا في نماذج السلوك واختيار المحتوى، ويترتب على ذلك إشباع أو عدم إشباع نتيجة عملية الاختيار.

دوافع الاستخدامات(14):

تنقسم دوافع الاستخدام إلى فئتين هما:
- **الدوافع النفعية:** وتستهدف التعرف على الذات، وإكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات، وجميع أشكال التعليم بوجه عام، التي تعكسها وسائل الإعلام.

- **الدوافع الطقوسية:** وتستهدف تمضية الوقت والإسترخاء والصداقة والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الترفيهية المختلفة.

الإشباعات المتحققة من التعرض لوسائل الإعلام (15):

- **إشباعات المحتوى:** وتمثل الإشباعات التي تتحقق من التعرض لمضمون وسائل الإعلام، فهي ترتبط بالرسالة أكثر من الوسيلة، **وتنقسم إلى نوعين هما:**

• **الإشباعات التوجيهية:** المتمثلة في إشباع الحاجات إلى زيادة المعلومات والمعارف، وتنمية المهارات الشخصية، وتأكيد الذات واكتشاف الواقع.
أما النوع الثاني فهو:

• **الإشباعات الاجتماعية:** وتتمثل في إشباع الحاجة إلى التواصل مع الآخرين والتحدث معهم، وذلك عبر الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد من الوسائل وشبكة علاقاته الاجتماعية.

- **إشباعات عملية الاتصال:** فهي تتعلق بالوسيلة أكثر من المضمون، وتنقسم إلى نوعين هما: الإشباعات شبه التوجيهية، تتعلق بإشباع الحاجة للراحة والإسترخاء والمنعة، والإشباعات شبه الاجتماعية، وتعلق بإشباع الحاجة إلى التخلص من العزلة والإحساس بالضيق والملل.

التطبيقات النظرية في الدراسة:

تعد نظرية الاستخدامات والإشباعات من أفضل النظريات التي تمكن الباحثة من دراسة دوافع وحاجات الصحفيين السودانيين لإستخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي والإشباعات المتحققة، وذلك للمبررات الآتية:

- تمكن النظرية من معرفة كيفية إستخدام الصحفيين السودانيين لتطبيقات الهواتف الذكية التي تتفق مع أساليب عملهم.

- تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار تطبيقات الهواتف الذكية.

- شرح دوافع تعرض الصحفيين السودانيين لتطبيقات الهواتف الذكية، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

- التعرف على الإشباعات المطلوبة التي يسعى الصحفيون السودانيون إلى تلبيتها من خلال استخدامهم لتطبيقات الهواتف الذكية في عملهم الصحفي.

- كشف العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض لتطبيقات الهواتف الذكية في عملهم الصحفي.

أهمية الهواتف الذكية:

يمكن تلخيص أهمية الهواتف الذكية في عدة نقاط هي (16):

- توفر الهواتف الذكية قدره على الولوج السريع إلى شبكة الانترنت.
- توفير إمكانية تنزيل تطبيقات مختلفة تسهل حياة المستخدم.
- وفرت إمكانية التواصل بسهولة وتكلفة قليلة بين مستخدمي هذه الأجهزة.
- عملت على اختصار المسافات، والاستثمار الجيد للوقت.
- تزويد الهواتف الذكية بتطبيقات مختلفة مكنتها أن تكون متعددة الاستخدامات،
- وباتت تقترب من أن تكون حواسيب صغيرة متنقلة.
- لم تقتصر استخداماتها على التواصل بل امتدت لتشمل طيفًا واسعًا من الأنشطة الاجتماعية التي يمكن أن يقوم بها الفرد.
- وفرت بيئة خصبة للاستثمار في التطبيقات التي يحتاجها المستخدم.
- استغل رجال الأعمال وأصحاب المهن الحرة الهواتف الذكية، لتطوير أعمالهم وإنجاز مهامهم بشكل أسرع، بالإضافة إلى قدرتهم على التواصل السريع من خلالها.

مميزات الهواتف الذكية:

- تميزت الهواتف الذكية بالآتي:
- جمعت جميع البرمجيات والتطبيقات في متجر خاص لكل نظام، وذلك يوفر للمستخدم آلاف التطبيقات المختلفة.
- **نظام التشغيل:** تثبيت نظام التشغيل على الهواتف الذكية، وهو عبارة عن مجموعة من الأوامر تعمل معًا لتشغيل الهاتف بجميع أجزائه من شاشة ومعالج وكاميرا وغيرها.
- **الشاشة:** تعتبر الشاشة من المكونات الأساسية التي تتحكم في سعر الهاتف، وتتميز بدقة الوضوح وكبر حجمها، وسرعة الاستجابة بحركة الأصابع (17).
- **الذاكرة:** يحتوي الهاتف الذكي على ذاكرتين داخلية وخارجية، وكلما كانت الداخلية أكبر كانت أفضل لتثبيت نظام التشغيل وتطبيقاته المختلفة.
- **الشبكة ومميزات الاتصال:** الشبكة من التقنيات التي تمكن من إجراء اتصال عالي السرعة بالنترنت، وهي كذلك من المميزات التي تمنح الهاتف صفة الذكاء، بالإضافة إلى دعم بعض التقنيات مثل تقنية اتصال المدى القريب المعروفة بـ NFC وأنظمة الملاحة المعروفة بـ GPS (18).
- **المعالج:** يعتبر المعالج عقل الهاتف الذكي، يتلقى كل المعلومات ويتصرف على أساسها، ويساعد في تشغيل الهاتف وتطبيقاته المختلفة، ويحتوي المعالج على الذاكرة والعشوائية وكلما زادت استطاع الهاتف تشغيل عدة تطبيقات في نفس الوقت بكفاءة عالية (19).
- وبالإضافة إلى المميزات السابقة فإنها تتميز بالآتي (20):
- سهولة الاستخدام.
- خفيفة الوزن وسهولة الحمل.

- تقليل التكلفة والجهد وتوفير الوقت.
- تحوي تطبيقات حديثة وتفاعلية.
- العمل المرن.
- تعمل كمنظم شخصي.
- تحتوي على معلومات في متناول اليد.

تطبيقات الهواتف الذكية:

هنالك مئات من التطبيقات المتاحة والمتوفرة للتحميل، والعديد منها مفيد لصحافة الهاتف المحمول، التي تحول الهواتف الذكية إلى غرفة أخبار، ومن هذه التطبيقات ما يأتي (21):

1) تطبيقات التقاط الصورة وتحريرها:

ويحتوي على عدة تطبيقات أهمها:

- تطبيق كاميرا - Camera:

يساعد هذا التطبيق على إلتقاط صور ذات جودة عالية تتمثل في تكبير الصورة حتى 6 مرات مع معالجتها رقميًا والالتقاط التسلسلي والسريع للصور كما يدون معلومات الصورة (التاريخ، الأبعاد، الحجم، الموقع عند التصوير، المسافة البؤرية).

- تطبيق أدوبي فوتوشوب إكسبريس Adobe Photoshop Express:

يضم أدوات التحرير الأساسية، وهو سهل الاستخدام، ويلائم مختلف الملفات، ويعمل على تحرير الصورة تلقائيًا.

2- تطبيقات تصوير الفيديو:

ويحتوي على عدة تطبيقات أهمها:

- تطبيق فيلميك برو Filmic pro:

من خواصه تقريب Zoom بسرعات مختلفة، كما يضم خيار التحكم بالصوت، ومعدل متغير لعرض الإطارات يصل إلى 240 إطار في الثانية، كما يتيح التحكم اليدوي بخصائص تجميع حساسية الضوء ودرجة الألوان وحرارتها، كما يتيح تداخل وتركيب اللقطات داخل الفيديو والتحكم بمقاساتها.

- تطبيق سينما إف في 5 - (Cinema fv 5):

هو تطبيق للتصوير الاحترافي صمم خصيصًا للهواتف الذكية.

3- تطبيقات تحرير الفيديو:

تحتوي على عدة تطبيقات أهمها:

- تطبيق أي موفي Imovie:

يقدم بتحرير الفيديو والتقارير الإخبارية، ومن خواصه تحرير الفيديو بدقة متناهية وإضافة شريط العناوين في الثلث الأدنى من الشاشة وتسجيل صوت الفيديو وأدوات التحكم بالصوت، وكذلك إضافة عناوين متحركة

وموسيقى تصويرية للفيديو، كما يعزز الفيديو بالحركة البطيئة وتقسيم الشاشة وإمكانية المشاركة السريعة لفيديو مصدر أو مقطع منه.

4- تطبيقات تسجيل الصوت وتحريره:

تحتوي على عدة تطبيقات أهمها:

- تطبيق تسجيل الصوت Voice Recorder Pro:

تطبيق احترافي يتيح تسجيل الصوت والتقاط الأصوات في الميدان ويمكنه تسجيل الصوت لمدة غير محدودة، كما يمكنه استرداد الصوت من التطبيقات الأخرى ومراقبة الصوت أثناء التسجيل وإمكانية إضافة ملاحظات وصور وإشارات إلى التسجيل، كما يتيح هذا التطبيق إرسال مقاطع صوتية إلى أجهزة أخرى وتحويل مقاطع الصوت إلى ملف فيديو وتصديره إلى البومات الصور أو رفعه كمقاطع فيديو.

- تطبيق مسجل بي سي إم PCM-Recorder:

يستخدم الميكروفون الداخلي في الهاتف الذكي ويسجل الصوت بجودة عالية ويحفظ التسجيلات في بطاقة الذاكرة الداخلية كما يسجل لمدة زمنية غير محدودة.

5- تطبيقات البث المباشر:

يحتوي على عدة تطبيقات أهمها:

- تطبيق بيريسكوب Periscope:

يقدم بالبث الحي عبر الانترنت مع خاصية تحديد الموقع الجغرافي، كما يقوم بالحفظ التلقائي للبث الحي مع إمكانية تشغيله خلال الساعات الـ 24 التالية، وله إمكانية تحرير عنوان البث قبل التصوير وجعل البث عامًا أو خاصًا، كما يمكنه تقديم إحصاءات حول عدد المشاهدين وعدد فقرات الإعجاب والتعليقات.

- تطبيق بامبوزر Bambuser:

هو أيضًا تطبيق للبث المباشر يسمح بجدولة البث لديه خاصة تحديد إطار الصورة والموقع الجغرافي للبث والدرشة الحية خلال البث المباشر.

نتائج الدراسة الميدانية

أولاً: النتائج العامة:

المحور الأول: السمات العامة للمبحوثين:

جدول رقم (1): يبين توزيع مفردات العينة حسب نوع المبحوثين		
النوع	ك	%
ذكور	160	92.7
إناث	95	37.2
المجموع	255	100%

تشير بيانات الجدول السابق رقم (1)، نوع مفردات مجتمع الدراسة، حيث جاءت النسبة الأعلى للذكور بنسبة قدرها 92.7% بينما جاءت نسبة الإناث 37.2% ويرجع ذلك لتفضيل الذكور مهنة الصحافة أكثر من الإناث.

جدول رقم (2): يبين توزيع مفردات العينة حسب السن

السن	ك	%
من 20 إلى 30	85	33.3
من 30 إلى 40	110	43.2
40 فأكثر	60	23.5
المجموع	255	100%

تشير بيانات الجدول السابق رقم (2) حسب عمر المبحوثين، ففي الترتيب الأول حازت الفئة العمرية من 30 - 40 سنة نسبة 43.2%، بينما جاءت الفئة العمرية من 20 = 30 سنة في الترتيب الثاني بنسبة 33.3%، أما فئة أكثر من 40 سنة جاءت في الترتيب الأخير بنسبة 23.5%.

جدول رقم (3): يبين توزيع مفردات العينة بحسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	ك	%
ثانوي	20	7.8
دبلوم	45	17.6
بكالوريوس	110	43.2
دراسات عليا	80	31.4
المجموع	255	100%

تُظهر نتائج الجدول السابق رقم (3) أن غالبية مفردات العينة كانت من حملة البكالوريوس بنسبة 43.2%، وتليها فئة الدراسات العليا بنسبة 31.4%، وجاء حملة الدبلوم في المرتبة الثالثة بنسبة 17.6%، واحتل المؤهل الثانوي أقل نسبة 7.8%.

جدول رقم (4): يبين توزيع مفردات العينة بحسب مجال عمل المبحوثين

مجال العمل	ك	%
مراسل محلي	39	15.3
مراسل لوسيلة إعلام دولية	44	17.3
محرر	120	47.1
مصور فيديو	20	7.8
مصور فوتوغرافي	32	12.5
المجموع	255	100%

تُظهر نتائج الجدول السابق رقم (4) أن غالبية مفردات العينة كانت من المحررين بنسبة 47.1% وذلك يرجع إلى أن التحرير هو أساس العمل الصحفي في كل مجالاته، يليها فئة المراسلين لوسيلة اعلام دولة بنسبة 17.3%، ويأتي المراسلين المحليين في المرتبة الثالثة بنسبة 15.3%، ثم التصوير الفوتوغرافي بنسبة 12.5%، واحتل تصوير الفيديو المرتبة الأخير بنسبة 7.8%.

جدول رقم (5): يبين توزيع مفردات العينة حسب سنوات الخبرة في المجال الصحفي

سنوات الخبرة	ك	%
أقل من 5 سنوات	23	9
من 5 سنوات إلى 10 سنوات	87	34.1
10 سنوات فأكثر	145	56.9
المجموع	255	100%

تشير بيانات الجدول رقم (5) إلى أن سنوات الخبرة لعينة الدراسة كالاتي (10 سنوات فأكثر) احتلت المرتبة الأولى بنسبة 56.9%، ثم (من 5

سنوات إلى 10 سنوات) احتلوا المرتبة الثانية بنسبة 34.1%، ثم (أقل من 5 سنوات) احتل المرتبة الأخيرة بنسبة 9%.

المحور الثاني: استخدام تطبيقات الهواتف الذكية: أولاً: امتلاك الهواتف الذكية:-

جدول رقم (6): يبين مدى امتلاك عينة الدراسة للهواتف الذكية

هل تمتلك هاتفاً ذكياً	ك	%
نعم	250	98.0
لا	5	2
المجموع	255	100%

تُظهر البيانات الواردة في الجدول رقم (6) مدى امتلاك عينة الدراسة للهواتف الذكية، حيث جاءت النسبة الأكبر لصالح من يملكونها بنسبة 98.0%، والذين لا يملكونها بنسبة 2% وهذا يدل على مواكبة وامتلاك معظم الصحفيين السودانيون للتقنية الحديثة، ووعيمهم بمزايا الهواتف الذكية.

جدول رقم (7): يبين دوافع امتلاك عينة الدراسة للهواتف الذكية

دوافع امتلاك هاتف ذكي	ك	%
سرعة التشغيل	90	36
مواكبة التكنولوجيا	236	94.4
استخدامه كمصدر للمعلومات	225	90
استخدامه في التصوير والتسجيل	230	92
استخدامه في العمل الإعلامي	247	98.8
سهولة حمله في كل مكان	155	62
أخرى	18	7.2
عدد المبحوثين	250	

تظهر نتائج الجدول السابق رقم (7) أن عينة الدراسة يمتلكون هاتفاً ذكياً بدافع استخدامه في العمل الصحفي بنسبة 98.8%، ويليها في المرتبة الثانية مواكبة التكنولوجيا بنسبة 94.4%، وجاء استخدامه في التصوير والتسجيل بنسبة 92%، واستخدامه كمصدر للمعلومات بنسبة 90%، وجاءت سهولة حمله بنسبة 62%، ثم سرعة تشغيله بنسبة 36%، وأضاف بعض أفراد العينة دوافع أخرى بنسبة 7.2% تتمثل في التصفح، متابعة منصات التواصل الاجتماعي، وتدل هذه النتائج على صحة فرضية نظرية الاستخدامات والاشباع في أن استعمال الوسائل يرتبط بمدى تحقيقه لأهداف الجمهور.

ثانياً: استخدامات تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي جدول رقم (8): يبين مدى استخدام عينة الدراسة لتطبيقات الهاتف الذكي في العمل الصحفي

هل تستخدم تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي	ك	%
نعم	244	97.6
لا	6	2.4
المجموع	255	100%

تبين نتائج الجدول رقم (8) مدى استخدام عينة الدراسة لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي أن نسبة 97.6% يستخدمونها في

العمل الصحفي، بينما شكلت نسبة ضعيفة 2.4% لا يستخدمونها في العمل الصحفي. وهذا يؤكد أهمية هذه التطبيقات في العمل الصحفي.

جدول رقم (9): يبين الأسباب التي تدفع عينة الدراسة لاستخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي

أسباب استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي	ك	%
سهولة الاستخدام	212	86.9
سهولة تبادل ونقل المعلومات عبرها	225	92.2
أسرع في نشر المعلومات	219	89.8
تتيح مجالاً أوسع لحرية الرأي والتعبير	172	70.5
قليلة التكلفة	199	81.6
أخرى	5	2.1
عدد المبحوثين	244	

تبين نتائج الجدول السابق رقم (9) الأسباب التي دفعت عينة الدراسة لاستخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي، حيث جاءت سهولة تبادل ونقل المعلومات في المرتبة الأولى بنسبة 92.2%، ثم تليها سرعة نشر المعلومات بنسبة 89.8%، وجاءت سهولة الاستخدام في المرتبة الثالثة بنسبة 86.9%، وقلّة التكلفة احتلت المرتبة الرابعة بنسبة 81.6%، وأخيراً احتلت نسبة 70.5% لإتاحة مجال أوسع لحرية الرأي والتعبير.

وتعزو الباحثة نتائج الجدول المتقاربة إلى أهمية جميع الأسباب التي دفعت المبحوثين لاستخدام هذه التطبيقات في عملهم الصحفي.

جدول رقم (10): يبين أهم تطبيقات الهواتف الذكية التي تستخدمها عينة الدراسة في العمل الصحفي

أهم تطبيقات الهواتف الذكية المستخدمة في العمل الصحفي	ك	%
تطبيقات التقاط الصور وتحريرها	242	99.1
تطبيقات تصوير الفيديو وتحريره	238	97.5
تطبيقات تسجيل الصوت وتحريره	244	100
تطبيقات البث المباشر	241	98.7
تطبيقات تحرير النصوص	235	96.3
عدد المبحوثين	244	

تظهر بيانات الجدول السابق رقم (10) لأهم تطبيقات الهواتف الذكية المستخدمة في العمل الصحفي من قبل المبحوثين، تصدرت تطبيقات تسجيل الصوت وتحريره المرتبة الأولى بنسبة 100%، وتلتها تطبيقات التقاط الصور وتحريرها في المرتبة الثانية بنسبة 99.1%، ثم في المرتبة الثالثة تطبيقات البث المباشر بنسبة 98.7%، واحتلت تطبيقات تصوير الفيديو وتحريره المرتبة الرابعة بنسبة 97.5%، وأخيراً تطبيقات تحرير النصوص بنسبة 96.3%.

جدول رقم (11): يبين عدد أعوام استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي

منذ متى تستخدم تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي	ك	%
أقل من عام	2	0.8
من عام إلى أقل من عامين	14	5.7
من عامين إلى أقل من أربعة أعوام	20	8.2
من أربعة أعوام إلى أقل من ستة أعوام	93	38.1
سنة أعوام فأكثر	115	47.2
المجموع	244	100%

تشير بيانات الجدول رقم (11) أن ما نسبته 47.2% من عينة الدراسة يستخدمون تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي منذ ستة أعوام فأكثر، بينما 38.1% يستخدمونها من أربعة أعوام إلى أقل من ستة أعوام، ويأتي في المرتبة الثالثة من عامين إلى أقل من أربعة أعوام بنسبة 8.2%، ويأتي في المرتبة الرابعة من عام إلى أقل من عامين بنسبة 5.7%، وأخيراً أقل من عام بنسبة 0.8%.

وتظهر هذه النتائج إلى أن الصحفيين السودانيين مواكبين للتطور التكنولوجي ويتابعون تطبيقات الهواتف الذكية منذ انتشارها في المنطقة العربية.

جدول رقم (12): يبين درجة استخدام عينة الدراسة لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي كمصدر للمعلومات

الدرجة	منخفضة جداً	منخفضة	متوسطة	عالية	عالية جداً	المجموع	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
ك	3	8	74	109	50	244		
%	1.2	3.3	30.3	44.7	20.5	100%	3.7	74

تشير نتائج الجدول السابق رقم (12) إلى أن درجة استخدام تطبيقات الهواتف الذكية كمصدر للمعلومات بشكل عام عالية بنسبة 44.7%، وجاء في المرتبة الثانية متوسطة بنسبة 30.3%، واحتلت المرتبة الثالثة عالية جداً بنسبة 20.5%، بينما منخفضة احتلت المرتبة الرابعة بنسبة 3.3%، والمرتبة الأخيرة منخفضة جداً بنسبة 1.2%.

وتعزو الباحثة حرص الصحفيين بالمواضيع السياسية بنسبة 100% إلى التطورات السياسية المتسارعة في السودان خاصة وفي العالم بصورة عامة.

جدول رقم (13): يبين نتائج تُظهر أسباب استخدام عينة الدراسة لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي

أسباب استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
--	----------------	-----------	-------	-------	------------	-----------------	--------------

84.8	4.24	90	131	18	3	2	ك	سهولة التواصل مع المصادر
		36.9	53.7	7.4	1.2	0.8	%	
90.0	4.50	137	98	6	1	2	ك	سرعة وصول الأخبار
		56.1	40.2	2.5	0.4	0.8	%	
69.8	3.49	160	76	5	2	1	ك	سهولة متابعة الأخبار
		65.6	31.1	2.1	0.8	0.4	%	
90.4	4.52	156	67	15	4	2	ك	قليلة التكلفة
		63.9	27.5	6.1	1.6	0.8	%	
86.2	4.31	108	112	20	2	2	ك	زيادة مصادر ك الإعلامية
		44.3	45.9	8.2	0.8	0.8	%	
244								عدد المبحوثين

تُظهر نتائج الجدول أعلاه رقم (13) أسباب استخدام عينة الدراسة لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي، وجاءت في مقدمتها قلة التكلفة بوزن نسبي 90.4، ثم سرعة وصول الأخبار بوزن نسبي 90، وفي المرتبة الثالثة زيادة المصادر الإعلامية بوزن نسبي 86.2، وتلتها سهولة متابعة الأخبار بوزن نسبي 69.8، وجاءت سهولة التواصل مع المصادر في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي 84.8.

المحور الثالث - دوافع الاستخدام والإشباع المتحققة: جدول رقم (14): يبين مدى استخدام عينة الدراسة لاستخدام تطبيقات الهواتف الذكية للحصول على الأخبار، ودرجة تلبية احتياجاتهم الإعلامية، ودرجة ثقتهم في المعلومات التي يحصلون عليها من خلالها.

العبارة	منخفضة جداً	منخفضة	متوسطة	عالية	عالية جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
درجة استخدامك لتطبيقات الهواتف الذكية للحصول على الأخبار	0	0	64	100	80	4.06	81.2
درجة تلبية تطبيقات الهواتف الذكية لاحتياجاتك الإعلامية	0	0	94	110	40	3.77	75.4
درجة ثقتك في المعلومات التي تتلقاها من خلال تطبيقات الهاتف الذكي	0	0	105	95	44	3.75	75.0
244							
عدد المبحوثين							

تشير نتائج الجدول السابق رقم (14) لدرجة استخدام عينة الدراسة لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي ودرجة تلبية احتياجاتهم الإعلامية، ودرجة ثقتهم في المعلومات التي يحصلون عليها من خلالها. وجاءت درجة الاستخدام للحصول على الأخبار في المرتبة الأولى بوزن نسبي 81.2، ثم تلتها تلبية الاحتياجات الإعلامية بوزن نسبي 75.4، ثم احتلت درجة الثقة في المعلومات التي يتلقونها من خلال هذه التطبيقات المرتبة الأخيرة بوزن نسبي 75.

جدول (15): يبين دوافع استخدام عينة الدراسة لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي.

الدوافع التي تجعلك تستخدم تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي	أوافق	محايد	معارض	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
الدوافع النفعية	134	110	0	2.5	83.3
إكتساب معارف وخبرات في مجال العمل	ك				

		0.0	45.1	54.9	%	
83.3	2.5	0	116	128	ك	تعزيز وتنمية مهاراتي في العمل
		0.0	47.5	52.5	%	
100	3	0	0	244	ك	تلقي وإرسال الأخبار الجديدة
		0.0	0.0	100%	%	
93.3	2.8	0	48	196	ك	تشجيع لدي حب الاستطلاع
		0.0	19.7	80.3	%	
73.3	2.2	0	190	54	ك	إبداء الرأي في بعض القضايا
		0.0	77.9	22.1	%	
90	2.7	0	57	187	ك	ساعدتني على تطور قدراتي
		0.0	23.3	76.6	%	
						الدوافع الطقوسية
63.3	1.9	66	125	53	ك	الردشة مع الأصدقاء
		27.0	51.2	21.7	%	
93.3	2.8	15	10	219	ك	أستفيد منها في أوقات فراغي
		6.1	4.1	89.8	%	
33.3	1	240	4	0	ك	مجرد عادة تعودت عليها
		98.4	1.6	0.0	%	
33.3	1	238	6	0	ك	للتسلية والترفيه
		97.5	2.5	0.0	%	
33.3	1	244	0	0	ك	الهروب من الروتين اليومي
		100%	0.0	0.0	%	
		244				عدد المبحوثين

تبين نتائج الجدول أعلاه رقم (15) دوافع عينة الدراسة لإستخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي، وجاء تلقي وإرسال الأخبار الجديدة بوزن نسبي 100، وتلتها في المرتبة الثانية تشجيع لدي حب الاستطلاع بوزن نسبي 93.3 وكذلك أستفيد منها في أوقات فراغي، ثم ساعدتني على تطور قدراتي بوزن نسبي 90، وجاء اكتساب معارف وخبرات في العمل وتعزيز وتنمية مهاراتي في العمل بوزن نسبي 83.3، ثم إبداء الرأي في بعض القضايا بوزن نسبي 73.3، ثم الدردشة مع الأصدقاء بوزن نسبي 63.3، وأخيراً اشتركت كل من مجرد عادة تعودت عليها وللتسلية والترفيه والهروب من الروتين اليومي بوزن نسبي 33.3.

جدول رقم (16) يبين الإشباع المتحقق لعينة الدراسة من إستخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي.

الإشباع المتحقق من إستخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي					درجة الموافقة	
إشباع المحتوى					أوافق	معارض
					متوسط الحسابي	الوزن النسبي
معرفة ما يجري في الساحة المحلية والإقليمية والدولية					ك	
					266	96.6
					92.6	
عززت آرائني من خلال مناقشتي مع الآخرين					ك	
					130	83.3
					53.3	

83.3	2.5	0	118	126	ك	زيادة التفاعل مع الزملاء
		0.0	48.4	51.6	%	
80	2.4	10	105	129	ك	المساعدة في تكوين رأي تجاه كافة القضايا
		4.1	43	52.9	%	
80	2.4	0	141	103	ك	معرفة وجهات النظر حول ما يحدث
		0.0	57.8	42.2	%	
76.6	2.3	12	133	99	ك	الحصول على المعلومات من خلال الحوار مع الآخرين
		4.9	54.5	40.6	%	
100	3	0	0	244	ك	إزدياد معرفتي بالتقنيات الحديثة
		0.0	0.0	100%	%	
						اشباعات العملية الاتصالية
100	3	0	0	244	ك	جعلتني أعيد الإتصال بالأصدقاء
		0.0	0.0	100%	%	
46.6	1.4	185	15	44	ك	الهروب من الملل والروتين
		75.8	6.1	18	%	
93.3	2.8	0	46	198	ك	التواصل مع الأهل والأقارب
		0.0	18.9	81.1	%	
100	3	0	0	244	ك	استفدت منها في أوقات فراغي
		0.0	0.0	100%	%	
53.3	1.6	75	110	59	ك	اشبعت لدي حب التسلية
		30.7	45.1	24.2	%	
		244				عدد المبحوثين

بينت نتائج الجدول أعلاه الإشباعات المتحققة لعينة الدراسة من استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي، جاءت كل من ازدياد معرفتي بالتقنيات الحديثة، جعلتني أعيد الاتصال بالأصدقاء، استفيد منها في أوقات فراغي بوزن نسبي 100، ثم تلتها معرفة ما يجري في الساحة المحلية والإقليمية والدولية بوزن نسبي 96.6، وجاء التواصل مع الأهل والأقارب بوزن نسبي 93.3، واشتركت كل من عززت آرائني من خلال مناقشتي مع الآخرين وزيادة التفاعل مع الزملاء بوزن نسبي 83.3، كما اشتركت المساعدة في تكوين رأي تجاه كافة القضايا ومعرفة وجهات النظر حول ما يحدث بوزن نسبي 80، وتلتها الحصول على المعلومات من خلال الحوار مع الآخرين بوزن نسبي 76.6، وجاءت على التوالي أشبعت لدي حب التسلية بوزن نسبي 53.3، والهروب من الملل والروتين بوزن نسبي 46.6.

جدول رقم (17): يبين أبرز المشاكل التي تواجه عينة الدراسة أثناء استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي.

أبرز المعوقات والمشاكل	ك	%
الاجهاد الذهني والنفسي نتيجة لكثافة الأخبار المنقولة عبرها	213	87.2
ضعف حماية بعض التطبيقات	99	40.5
تؤدي للكسل والخمول	82	33.6
استغلالها في العمل الدعائي	78	31.9
انتشار أخبار غير دقيقة	33	13.5
سرعة نفاذ البطارية	240	98.3
عدم وجود وقت لتصفح جميع ما ينشر عليها	239	97.9
إرهاق النظر نتيجة لطول فترة التحديق بيها	226	92.6
عدم الالمام الكافي باستخدام التطبيقات	10	4.0

75.8 185
27.4 67

244

تراجع السبق الصحفي نتيجة كثافة الأخبار المتاحة عبرها
تضييع الوقت والانشغال بها
عدد المبحوثين

تظهر نتائج الجدول السابق رقم (17) إلى أبرز المشاكل التي تواجه عينة الدراسة أثناء استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي، وقد جاءت في مقدمتها سرعة نفاذ البطارية بنسبة 98.3%، ثم تلتها في المرتبة الثانية عدم وجود وقت لتصفح جميع ما ينشر عليها بنسبة 97.9%، وجاء إرهاق النظر لطول فترة التحديق بها بنسبة 92.6%، ثم الاجهاد الذهني والنفسي نتيجة لكثافة الأخبار المنقولة عبرها بنسبة 87.2%.

اختبار فروض الدراسة الميدانية الفرضية الأولى:

توجد فروق ذات دلالة احصائية في درجة استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي حسب المتغيرات الديمقراطية لديهم (النوع - السن - المؤهل - الخبرة).

وللتحقق من تلك الفرضية تحققت الباحثة من أربعة فرضيات وهي:
1- توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($a \leq 0.05$) في استخدام عينة الدراسة لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي حسب متغير النوع.

الجدول (أ): بين الفروق في مستوى استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف الذكية من العمل الصحفي تعزى لمتغير النوع.

النوع	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الاختبار	الدالة الاحصائية	الدالة
ذكر	160	2.22	0.534	0.355	0.112	غير دال
أنثى	95	2.85	0.410			
عدد المبحوثين	255		0.255			

تبين نتائج الجدول أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين درجة استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي واختلاف النوع حيث كانت قيمة الدالة الاحصائية 0.112 وهي أكبر من 0.05.

2- توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($a \leq 0.05$) في استخدام عينة الدراسة لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي حسب متغير السن.

الجدول (ب): بين الفروق في مستوى استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي تعزى لمتغير السن.

السن	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الاختبار	الدالة الاحصائية	الدالة
من 20-30	85	2.53	0.452	1.556	0.056	غير دال
من 30-40	110	2.43	0.445			

40 فأكثر	60	2.20	0.527
عدد المبحوثين			255

يتضح من نتائج الجدول أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين درجة استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي تعزى للسن حيث كانت قيمة الدالة الاحصائية 0.056 وهي أكبر من 0.05. 3- توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($a \geq 0.05$) في استخدام عينة الدراسة لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي تعزى لمتغير المؤهل.

الجدول (ج): بين الفروق في مستوى استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي تعزى لمتغير المؤهل.

المؤهل العلمي	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الاختبار	الدالة الاحصائية	الدالة
ثانوي	20	3.05	0.601			
دبلوم	45	2.89	1.036			
بكالوريوس	110	2.92	0.763	0.717	0.380	غير دال
دراسات عليا	80	2.64	0.806			
عدد المبحوثين	255					

تظهر نتائج الجدول أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين درجة استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي والمؤهل العلمي حيث كانت قيمة الدالة الاحصائية 0.380 وهي أكبر من 0.05. 4- توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($a \leq 0.05$) في استخدام عينة الدراسة لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي حسب المتغير الخبرة.

الجدول (د): بين الفروق في مستوى استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي تعزى لمتغير الخبرة.

سنوات الخبرة	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الاختبار	الدالة الاحصائية	الدالة
أقل من 5 سنوات	33	3.18	0.561			
من 5- 10 سنوات	87	2.54	0.734	1.344	0.106	غير دال
10 سنوات فأكثر	145	2.67	0.711			
عدد المبحوثين	255					

تبين نتائج الجدول أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي تعزى للخبرة حيث كانت قيمة الدالة الإحصائية 0.106 وهي أكبر من 0.05.

الفرضية الثانية:

توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($a \leq 0.05$) في مستوى إستفادة عينة الدراسة من إستخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي تعزى لنوع العمل.

الجدول (هـ): يبين الفروق في مستوى استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف الذكية من العمل الصحفي تعزى لنوع العمل.

نوع العمل	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة إختبار	الدالة الإحصائية	الدالة
مراسل محلي	39	46.29	5.36	7.42	0.213	غير دال
مراسل لوسيلة إعلام دولية	44	50.24	4.21			
محرر	120	44.12	4.33			
مصور فيديو	20	43.12	4.62			
مصور فوتوغرافي	32	44.33	255			
عدد المبحوثين						

تشير نتائج الجدول أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين مستوى استفادة المبحوثين لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي تعزى لنوع العمل حيث كانت قيمة الدالة الاحصائية 0.213 وهي أكبر من 0.05.

الفرضية الثالثة:

توجد علاقة ارتباطية عند مستوى دلالة ($a \leq 0.05$) بين مدة إستخدام عينة الدراسة لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي ومعدل حصولهم على الأخبار.

الجدول (و): يبين العلاقة الارتباطية بين مدة استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي ومعدل حصولهم على الأخبار.

الدالة إحصائية	X2	المجموع		ثلاثة ساعات فأكثر		من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات		أقل من ساعة		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.002	32.015	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	منخفضة جدًا
		0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	منخفضة
		100	64	51.5	33	42.1	27	6.2	4	متوسطة
		100	100	70	70	22	22	8	8	عالية
		100	80	67.5	54	28	23	3.7	3	عالية جدًا
244										عدد المبحوثين

أظهرت نتائج الجدول أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدة استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي ومعدل حصولهم على الأخبار حيث كانت قيمة مربع كاي (32.015) وقيمة الدالة الاحصائية 0.002 وهي أقل من 0.05.

النتائج العامة للدراسة:-

خلصت الدراسة بالعديد من النتائج، وهنا تستعرض الباحثة إلى أهم هذه النتائج

1- 98.0% من المبحوثين يمتلكون هواتف ذكية، و 96% منهم يعززون هذا الامتلاك لإستخدامه في العمل الصحفي، 94.4% لمواكبة التكنولوجيا الحديثة، بينما جاء إستخدامه في التصوير والتسجيل بنسبة 92%، وإستخدامه كمصدر للمعلومات بنسبة 90%، وتلتها سهولة حمله بنسبة 62%، وبلغت سرعة التشغيل نسبة 36%، حيث كانت نسبة الذين لا يمتلكونه ضعيفة وهي 2%. وتلاحظ الباحثة أن أسباب الامتلاك للهواتف الذكية جاءت متقاربة بين المبحوثين وهذا يدل على أهمية الهاتف المحمول والاستفادة منه.

2- أظهرت النتائج أن عينة الدراسة يستخدمون تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي بنسبة 97.6%، 92.2% منهم يعززون هذا الإستخدام لسهولة تبادل ونقل المعلومات عبرها، ونسبة 89.8% يعززون هذا الإستخدام لسرعة ونشر المعلومات، بينما تأتي سهولة الإستخدام في المرتبة الثالثة بنسبة 86.9%، وجاءت قلة التكلفة بنسبة 81.6%، ثم تتيح مجالاً أوسع لحرية الرأي والتعبير بنسبة 70.5%. وجاءت نسبة ضئيلة من عينة الدراسة لا يستخدمون تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي وهي 2.4% ويرجعون ذلك لاعتمادهم على وسائل أخرى بنسبة 66.6%، ثم لم تشبع احتياجاتهم من المعلومات بنسبة 33.3%.

3- أشارت نتائج الدراسة أن عينة الدراسة تستخدم تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي، حيث جاءت تطبيقات تسجيل الصوت وتحريره في مقدمة التطبيقات بنسبة 100%، ثم تلتها في الأهمية تطبيقات التقاط الصور وتحريرها بنسبة 99.1%، ثم تطبيقات البث المباشر بنسبة 98.7%، وتلتها تطبيقات تصوير الفيديو وتحريره بنسبة 97.5%، وأخيراً تطبيقات تحرير النصوص بنسبة 96.3%. وترى الباحثة هذا التقارب في أهمية إستخدام تطبيقات الهواتف الذكية بالنسبة لعينة الدراسة ينبع من أهميتها جميعها في العمل الصحفي وتداخل مهام هذه التطبيقات حيث لا تنفصل كلياً عن بعضها البعض.

4- بينت النتائج أن عينة الدراسة يستخدمون تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي لستة أعوام فأكثر بنسبة 55.2% وهي نسبة مرتفعة تدل على مواكبة الصحفيين السودانيين لتقنية الهواتف الذكية منذ ظهورها في العالم العربي، ثم تلتها في المرتبة الثانية من أربعة أعوام إلى أقل من ستة أعوام بنسبة 30.1%، وجاء على التوالي من عامين إلى أقل من أربعة أعوام بنسبة 8.2%، من عام إلى أقل من عامين بنسبة 5.7%، وأخيراً أقل من عام بنسبة 0.8%.

5- إن 44.7% من عينة الدراسة يستخدمون تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي كمصدر للمعلومات بنسبة عالية، 30.3% بنسبة متوسطة،

20.5% بنسبة عالية جداً، ثم على التوالي 3.3% بنسبة منخفضة، 1.2% بنسبة منخفضة جداً.

6- أوضحت نتائج الدراسة أن أسباب استخدام عينة الدراسة لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي جاءت في مقدمتها قلة التكلفة بوزن نسبي 90.4، وتلتها سرعة وصول الأخبار بوزن نسبي 90، ثم زيادة المصادر الإعلامية في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 86.2، ثم تلتها سهولة متابعة الأخبار بوزن نسبي 69.8، وجاءت سهولة التواصل مع المصادر في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي 84.8.

7- تبين من نتائج الدراسة أن مدى استخدام عينة الدراسة لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي للحصول على الأخبار جاءت في المقدمة بوزن نسبي 81.2، بينما جاءت درجة تلبيتها لإحتياجاتهم الإعلامية في المرتبة الثانية بوزن نسبي 75.4، واحتلت درجة ثقتهم في المعلومات التي تلقاها من خلال هذه التطبيقات بوزن نسبي 75.0.

8- أشارت نتائج الدراسة أن دوافع عينة الدراسة لاستخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي جاء تلقي وإرسال الأخبار الجديدة بوزن نسبي 100، وتلتها في المرتبة الثانية تشجيع لدي حب الاستطلاع وأستفيد منها في أوقات فراغي بوزن نسبي 93.3، وتلتها ساعدتني على تطور قدراتي بوزن نسبي 90، وجاء اكتساب معارف وخبرات في مجال العمل وتعزيز وتنمية مهاراتي في العمل بوزن نسبي 83.3، ثم إبداء الرأي في بعض القضايا بوزن نسبي 73.3، ثم الدردشة مع الأصدقاء بوزن نسبي 63.3، وأخيراً اشتركت كل من مجرد عادة تعودت عليها وللتسلية والترفيه والهروب من الروتين اليومي بوزن نسبي 33.3.

9- أظهرت نتائج الدراسة أن الإشباع المتحققة لعينة الدراسة من استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي، جاءت بوزن نسبي 100 لكل من ازدياد معرفتي بالتقنيات الحديثة وجعلتني أعيد الاتصال بالأصدقاء واستفيد منها في أوقات فراغي، ثم تلتها معرفة ما يجري في الساحة المحلية والإقليمية والدولية بوزن نسبي 96.6، وجاء التواصل مع الأهل والأقارب بوزن نسبي 93.3، واشتركت كل من عززت آرائي من خلال مناقشتي مع الآخرين وزيادة التفاعل مع الزملاء بوزن نسبي 83.3، كما اشتركت المساعدة في تكوين رأي تجاه كافة القضايا ومعرفة وجهات النظر حول ما يحدث بوزن نسبي 80، وتلتها الحصول على المعلومات من خلال الحوار مع الآخرين بوزن نسبي 76.6، وجاءت على التوالي اشبعت لدي حب التسلية بوزن نسبي 53.3، الهروب من الملل والروتين بوزن نسبي 46.6.

10- إن أبرز المشاكل التي واجهت عينة الدراسة أثناء استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي سرعة نفاذ البطارية بنسبة 98.3%، ثم عدم وجود وقت لتصفح جميع ما ينشر بنسبة 97.9%، وجاء إرهاق النظر بنسبة 92.6%، ثم الاجهاد الذهني والنفسي بنسبة 87.2%، وجاءت في

المرتبة الخامسة تراجع السبق الصحفي نتيجة لكثافة الأخبار بنسبة 75.8%، ثم ضعف حماية بعض التطبيقات بنسبة 40.5%، وجاء على التوالي تؤدي للكسل والخمول بنسبة 33.6%، استغلالها في العمل الدعائي بنسبة 31.9%، مضیعة للوقت والانشغال بها بنسبة 27.4%، انتشار أخبار غير دقيقة بنسبة 13.5%، وأخيراً جاء عدم الالمام الكافي بإستخدام التطبيقات بنسبة 4.0%.

نتائج اختبار الفروض:

- 1- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين درجة إستخدام الصحفيين السودانيين لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي و المتغيرات الديموغرافية حيث كانت قيمة الدالة الاحصائية أكبر من 0.05.
- 2- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى إستفادة الصحفيين السودانيين لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي، ونوع عملهم حيث كانت قيمة الدالة الإحصائية 0.213 وهي أكبر من 0.05.
- 3- توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدة إستخدام الصحفيين السودانيين لتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي، ومعدل حصولهم على الأخبار حيث كانت قيمة مربع كاي ، 01532 وقيمة الدلالة الاحصائية 2 000، وهي أقل من 0.05.

توصيات الدراسة:

- تمكنت الباحثة بالخروج ببعض التوصيات تمثلت في الآتي:
- عقد دورات تدريبية للعاملين في المجال الصحفي للتدريب على جميع تطبيقات الهواتف الذكية وكيفية الاستفادة منها.
 - تصحيح المعلومات الغير صحيحة التي تنشر من قبل تطبيقات الهواتف الذكية.
 - الالتزام بالدقة والصدق والموضوعية في نقل المعلومات من تطبيقات الهواتف الذكية.
 - الاستفادة من المؤسسات الصحفية الكبرى في إستخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي.

مراجع الدراسة

- 1- عبد الحميد، محمد (2000)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية . (د. ط.). القاهرة: عالم الكتاب، ص153.
- 2- سمير، حسين. (2006م). بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، ط3، القاهرة: عالم الكتاب، ص127.
- 3- المرجع السابق، ص298.
- 4- القحطاني، هيف، (2012-10 مايو). الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية، تم استرجاعه في (1- يناير - 2021م).
الموقع ([https:// goo-gl/ uz5Q3e](https://goo-gl/uz5Q3e))
- 5- موقع الجزيرة، (2014م، 18 مايو). الهاتف الذكي. عصر ما بعد الحاسوب الشخصي، ثم استرجاعه في (1- يناير 2021م) الموقع:
([https:// googl/ 3Apgwt](https://googl/3Apgwt))
- 6- السماك، جمال، (2016م) استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين لتكنولوجيا الاتصال الحديثة وانعكاساتها على أدائهم المهني: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة) ، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة.
- 7- الرحباني، عبير. (2016). استخدامات الإعلام الجديد وانعكاساته على الصحف الورقية اليومية في الأردن. صحافة الموبايل. دراسة ميدانية (رسالة دكتوراه غير منشورة)، جامعة الزعيم الأزهرى. الخرطوم.
- 8- الذلب، مظهر. (2012). استخدامات الهاتف كوسيلة لنشر الرسائل الإعلامية في اليمن، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة صنعاء: اليمن.
- 9- الحميد، شذى، (2010م). استخدامات الهاتف الجوال كوسيلة اتصال في المجتمع السعودي والإشباع المتحققة منه: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة محمد بن سعود الإسلامية: الرياض.
- 10- بن زيد، فريد، (2010)، واقع استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة بالجزائر: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة منتوري: الجزائر.
- 11- العبد، عاطف. (2008). نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، (د. ط.)، القاهرة. دار الفكر العربي، ص175.
- 12- المرجع السابق، ص178.
- 13- Rayburn Plamgreen, Merging uses and Gratifications (P. 537- 562).
- 14- مكاوي، السيد، (2004)، الإتصال ونظرياته المعاصرة. ط9. الدار المصرية اللبنانية، ص248- 249.
- 15- المرجع السابق، ص246- 247.
- 16- أبو وجدي، أحمد. (2010). الإدمان على الهاتف النقال وعلاقته للكشف عن الذات- المجلة الأردنية، 4 (2) ص187.
- 17- الشمس، (2015، 2 مارس) مميزات وخصائص الأجهزة الذكية. تاريخ الإطلاع، (2- يناير - 2021م).
- الموقع: ([https:// goo.gl/ dkuDK5](https://goo.gl/dkuDK5))
- 18- عران، ثامر. (2015، 1 مارس) الهواتف الذكية مميزات وخصائص. تاريخ الإطلاع) (2- يناير- 2021م).
- الموقع: ([https:// goo.gl/ RbqE46](https://goo.gl/RbqE46))

- 19- ماهر، نهلة. (2015). 17 سبتمبر) كل ما تريد أن تعرفه عن البروسييسور. تاريخ الاطلاع (3- يناير- 2021م) الموقع: ([https:// goo.gl/ uysnmD](https://goo.gl/uysnmD)).
- 20- كمال، وسام، (2016)، الاعلام الالكتروني والمحمول، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص208.
- 21- عليين ملكاهي، (2019). 5 أكتوبر) تطبيقات الهواتف الذكية تاريخ الاطلاع (3- يناير- 2021 م) ([https:// goo.gl/ 6m53cz](https://goo.gl/6m53cz)).