

الوظيفة الإخبارية لصحافة الموبايل
دراسة في الاستخدامات الاشباعية المحققة لعينة من الطلبة الجامعيين
News Functionality of the Mobile Journalism
A study A study of the achieved uses and gratifications For a sample of undergraduate students

هارون منصر.

جامعة العربي التبسي، تبسة / الجزائر

مخبر الدراسات الإنسانية والأدبية

haroun.menaceur@univ-tebessa.dz

تاريخ النشر: 2022 / 06 / 30

تاريخ القبول: 2022 / 05 / 21

تاريخ الاستلام: 2022 / 04 / 07

ملخص:

إلى السطح تبرز المفاهيم المتعلقة بالتطبيقات والممارسات التقنية الداعمة للعمل الإعلامي بشكل غير مسبوق التسارع، إذ الأمر يرتبط مباشرة بما للتقانة الجديدة من خصائص تجعلها دائمة التطور بما يترك التنظير في هذا الإطار واقفا أمام تحديات كأداء في سبيل التعرف على التأثيرات المتوخاة وتلك الفعلية من عمليتي الإنتاج والاستخدام. الدراسة هذه تقف عند الوظيفة الإخبارية لشكل خاص حديث ومتجدد من أشكال الصحافة على الشبكة، صحافة الموبايل، والبحث يروم الكشف عن الاستخدامات المتصلة بالوظيفة الإخبارية لهذا الشكل الإعلامي لدى عينة من طلبة الاعلام بجامعة تبسة، وكذا الاشباعات المحققة من ذلكم الاستخدام. الكلمات المفتاحية: صحافة الموبايل، البيئة الرقمية، صحافة المواطن، الشباب الجزائري.

Abstract:

To the surface concepts related to technical applications and practices that support media work emerge in an unprecedented acceleration, as the matter is directly related to the characteristics of the new technology that make it ever-evolving, leaving theorizing in this framework standing in front of serious challenges in order to identify the desired effects and the actual impact of the production and use processes.

This study stands at the news function of a special, modern and renewed form of online journalism, mobile journalism, and the research aims to reveal the uses related to the news function of this media form among a sample of media students at the University of Tebessa, as well as the satisfactions achieved from that use.

Key words: Mobile journalism, digital environment, citizen journalism, Algerian youth.

مقدمة:

يعتبر الاستخدام المكثف لأدوات ومخرجات البيئة الرقمية تعبيرا مباشرا عن العلاقة الوظيفية بين كل من المزود والمستخدم، وهي علاقة تحدد المنطلقات النظرية كونها مرتبطة بنوع التوقعات المنتظرة، ومع طغيان البعد الاخباري في الوسائط الإعلامية غير المهنية كصحافة الموبايل بشكل خاص، غدى حريا محاولة الكشف عن الأصول المحركة لذلك الاستخدام خاصة من لدن فئة الشباب والتي ولمنطلقات نفسية ودواع اجتماعية تعتبر أكثر الفئات تعرضا للمحتويات الإعلامية عبر الوسائط الجديدة وبذا تأثرا بها.

1. تساؤلات الدراسة:

الدراسة ترمي الإجابة عن حزمة من الأسئلة بدءا بالتعرف على حجم استخدام الشباب عينة الدراسة لصحافة الموبايل، وعلى الاهتمامات الإخبارية لهؤلاء الطلبة، ودوافع استخداماتهم للخدمات الإخبارية المتاحة عبر الموبايل ومجالاتها، ومدى الإشباع المتحقق من الاستخدامات، ومدى ثقتهم في المضامين الإخبارية لصحافة الموبايل والتي يمكن اجمالها كالآتي:

- ما المصادر الإخبارية الرقمية لدى عينة الدراسة من الطلبة الجامعيين؟
- ما حجم تعرض طلبة عينة الدراسة لصحافة الموبايل؟
- ما مدى ثقة الطلبة عينة الدراسة في المضامين الإخبارية لصحافة الموبايل؟
- ما الحاجات الإخبارية التي يسعى الطلبة عينة الدراسة لتلبيتها عبر استخدام صحافة الموبايل؟
- ما دوافع استخدام الطلبة عينة الدراسة لصحافة الموبايل؟
- ما الاشباع التي تحققها صحافة الموبايل للطلبة عينة الدراسة في المجال الإخباري؟

2. أهداف الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن الحاجات والاهتمامات الإخبارية لعينة الدراسة ومدى استخدامهم لصحافة الموبايل لإشباع تلك الحاجات، وقد تفرع عن هذا الهدف الرئيس عدد من الأهداف الفرعية التي سعت الدراسة إلى التعرف عليها كما يلي:

- التعرف على حجم استخدام الإنترنت لدى الطلبة الجامعيين.
- الكشف عن الحاجات والاهتمامات الإخبارية للطلبة عينة الدراسة.
- معرفة مدى إشباع الإنترنت لحاجات الطلبة الإخبارية، ومدى ثقتهم في الأخبار، والتحليلات

لإخبارية المتاحة على صحافة الموبايل.

3. أهمية الدراسة:

تأخذ الدراسة أهميتها انطلاقا من حداثة تناول الموضوع على الأقل على المستوى الوطني مما يجعلها واحدة من الأولويات في هذا السياق فاتحا المجال البحثي أمام المتخصصين في تكنولوجيات الاعلام لتقديم رؤاهم النظرية و التطبيقات عن الاستخدامات و مجالات الإفادة من التطورات المتلاحقة في مجال صحافة المواطن و الذي يرتأى عدم تغلغله بالشكل المطلوب في البيئة الإعلامية الجزائرية و التي رغم التحديثات المتزايدة على

مستوى الوسائط المعتمدة داخلها غير أنها تبقى بعيدة عن المستويات العالمية وحتى الإقليمية في الإفادة من مخرجات صحافة المواطن الأمر الذي سيضمن تدفقا رسميا و غير رسمي للمعلومات خاصة الخبرية وبشكل أكثر ديمومة.

4. منهج الدراسة وأدواتها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المسحية التي تسعى إلى جمع المعلومات حول ظاهرة اجتماعية معينة بهدف وصف هذه الظاهرة وفهم وتحليل العوامل المساهمة في تكوينها والمؤثرة فيها (1)، وذلك من خلال استجواب عينة من أفراد مجتمع البحث عن طريق استمارة استبيان محددة المحاور.

5. مجتمع البحث وعينته:

كل طلبة الاعلام والاتصال من كافة الاطوار والاختصاصات الضمنية يشكلون عينة البحث الكلية والتي يملك الباحثان تعدادهم وتصنيفهم حسب السنوات والفروع والذين بلغوا 1124 طالبا، وعلى هذا الأساس تم اعتماد العينة الطبقية وفق الانتقاء المتناسب لاختيار عينة قوامها 100 مفردة ثم اختار الباحث عينة عمدية للطلاب الذين يستخدمون صحافة الموبايل من بين مجموع الطلاب. وترك الباحث الطلاب الذين لا يتعاملون مع صحافة الموبايل، وذلك لأن الهدف من البحث الكشف عن الحاجات، والاهتمامات الإخبارية ومدى استخدامهم لصحافة المواطن لإشباع تلك الحاجات وقد جاءت العينة وفق التفصيل الآتي:

- 30 مفردة للسنة الثانية اعلام واتصال.
- 25 مفردة للسنة الثالثة اتصال.
- 5 مفردات للسنة الثالثة اعلام.
- 15 مفردة للسنة الأولى ماستر اتصال في التنظيمات.
- 5 مفردات للسنة الأولى ماستر اعلام سمعي بصري.
- 10 مفردات للسنة الثانية ماستر اعلام ومجتمع.
- 10 مفردات للسنة الثانية ماستر اتصال في التنظيمات.

6. مفاهيم الدراسة الرئيسة:

1.6 صحافة المواطن:

تعرف صحافة المواطن بالصحافة التشاركية، أو العامة أو ما يطلق عليه اسم صحافة الشارع، أو الصحافة الشعبية، أو الديمقراطية، ويشير هذا المصطلح لعدد من أعضاء العامة الذين يلعبون دوراً نشطاً في عملية جمع وتحليل ونقل ونشر المعلومات والأخبار، وهي معنى آخر للصحافة على شبكات الإنترنت. وقد كان التحول الأبرز على المستوى الإعلامي لهذه الصحافة قد حدث في العقد الأخير مع بروز الظاهرة كشكل حديث من أشكال الصحافة غير المهنية، ومع تطوّر الممارسات الصحفية بدأت تبرز للسطح وتأخذ حصتها من الأبحاث والنقاشات على المستوى الإعلامي في الدول المتقدمة (2).

2.6. اعلام الموبايل:

يقصد به بشكل عام استخدام جهاز الهاتف المحمول في عمليات تسجيل الفيديو والصوت والتقاط الصور عن الأحداث بشكل قصدي مهني احترافي أو غير ذلك، مع اتاحة المضامين على الشبكة صوب جهات

إعلامية رسمية أو عبر منصات الاعلام الجديد وصحافة المواطن مع تقديم التحليلات والتفسيرات واضفاء الآراء عليها (3).

7. المدخل النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة على مدخل الاستخدامات والاشباكات وتوظيف هذا المدخل البالغ الأهمية يحقق ثلاثة أهداف رئيسية هي:

- السعي إلى التعرف على كيفية استخدام الجمهور لصحافة الموبايل، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع اختيار الوسيلة التي تشبع حاجاته.

- شرح دوافع استخدام الجمهور لصحافة المواطن، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا الاستخدام.

- أن فهم عملية الاتصال يأتي نتيجة لاستخدام الوسائل الإعلامية.

1.7 فروض نظرية الاستخدامات والاشباكات:

- الجمهور بكافة أفراداه يعتبر عنصرا فعالا ومشاركا في عملية الاتصال الجماهيري يستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة.

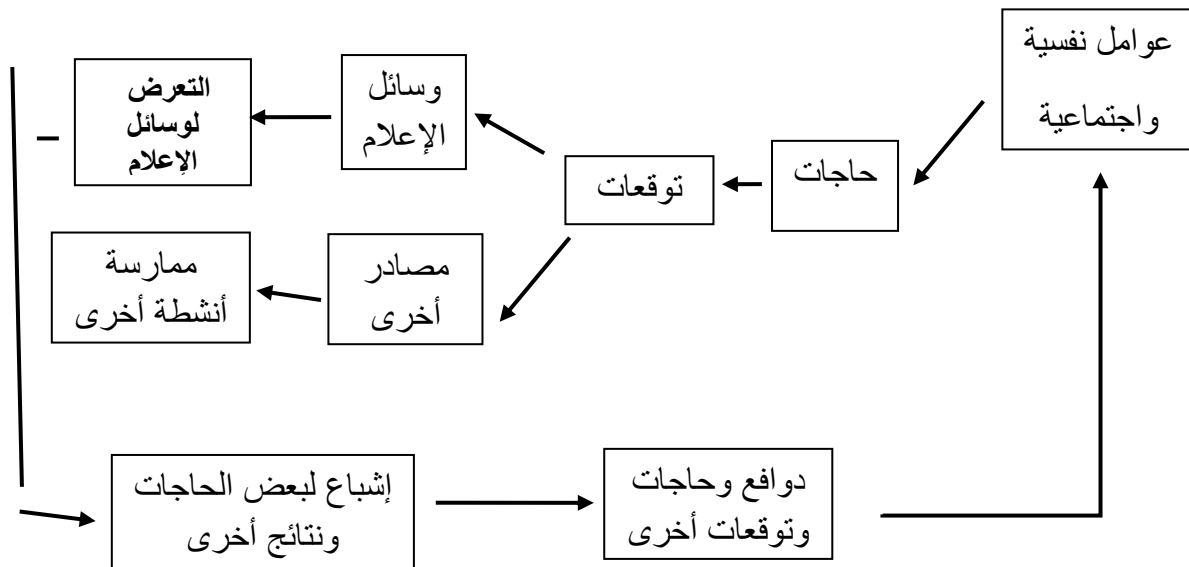
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور وفق عوامل الفروق الفردية.

- أعضاء الجمهور هم الذين يختارون المضامين الإعلامية التي تشبع حاجاتهم، وأن وسائل الاتصال تتنافس مع مصادر أخرى في تلبية هذه الحاجات.

- أفراد الجمهور لهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون لتلبيتها لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.

- للمعايير الثقافية الاجتماعية تأثير على استخدام والتعرض للوسائل الاتصالية.

2.7 نموذج نظرية الاستخدامات والاشباكات:



- نموذج كاتز للاستخدامات والاشباعات - (4).

3.7 أهداف نظرية الاستخدامات والاشباعات:

- معرفة كيفية استخدام وسائل الإعلام باعتبار للجمهور دوافع وحاجات من وراء استخدامه لها.
- الكشف عن حقيقة دوافع الاستخدام لوسيلة اتصال جماهيري دون أخرى.
- الفهم العميق والغوص في عمق عمليات الاتصال.
- معرفة الاشباعات والحاجات المطلوبة التي يسعى الجمهور لتلبيةها.
- معرفة دور المتغيرات الوسيطة ومدى تأثيرها على الوسائل والاشباعات.

4.7 عناصر نظرية الاستخدامات والاشباعات:

1- الجمهور النشط: لقد أدى اهتمام الباحثين بدراسة أسباب استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وسلوكهم تجاه هذه الظاهرة، إلى ظهور مفهوم الجمهور النشط أو الجمهور العنيد الذي يبحث عما يرد ويتعرض له ويتحكم في اختيار الوسيلة التي تقدم المحتوى المطلوب، إذ يرى بلملر أن المقصود بالجمهور النشط هو الدافع الأساسي للتعرض لوسائل الإعلام، إضافة إلى الانتقال بين الوسائل والرسائل الإعلامية المختلفة بحيث أن الإنسان يدرك ما يختاره ويختار ما يدركه وتؤثر العوامل الشخصية والذاتية في تحديد مدركاته تبعاً للفروق الفردية والثقافية، وفي هذا الصدد فقد حدد كل من ليفي و ويندال أن نشاط الجمهور له بعدان:

أ- التوجيه النوعي للأفراد: وهو على ثلاث مستويات (الانتقائية-الانشغال-المنفعة)

ب- البعد المؤقت: يضم الآتي: (الانتقاء قبل التعرض-الانتقاء أثناء التعرض-الانتقاء بعد التعرض) (5).

2-الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال: أكد الباحثون في هذا المجال أن الإنسان ليس حالة سلبية يتأثر بتلقائية ساذجة بكل الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها وإنما تأثره تتدخل فيه عدة متغيرات بعضها نفسي له علاقة بشخصية الفرد ودوافعه واحتياجاته النفسية وبعضها الآخر اجتماعي له علاقة بالظروف والعوامل المحيطة بالفرد داخل بيئته الاجتماعية. فالفرد إذا يختار المضمون الذي يتوافق مع تركيبته الذهنية ويتلاءم مع استعداداته النفسي وظروفه الاجتماعية لهذا يرى كاتز أنه ما لم تعرف الحاجات النفسية التي تدفع الفرد إلى استخدام هذه الوسيلة أو تلك يكون القائم بالاتصال في موقف ضعيف في إشباع الحاجات والدوافع.

3-الدوافع والحاجات من وسائل الإعلام: أشار كاتز أن الحاجات تنبع أساساً من الأفراد ويتوقع هؤلاء الأفراد أن وسائل الإعلام تقوم بتلبية حاجياتهم، ورأى بلملر أنه لا بد للباحث أن يحدد الأصول النفسية

للحاجات أولاً ثم يتعرف على الدوافع المرتبطة بتلك الحاجات. وينبغي ربط هذه الدوافع بتوقعات الجمهور من وسائل الإعلام (الحاجة هي من يولد الدافع.

وفي هذا الصدد فقد ظهرت عدت تصنيفات للحاجات والدوافع أبرزها تصنيف ماسلو كما يأتي:

1-الحاجات الأساسية: مثل الحاجة إلى التواصل مع الآخرين، الحاجة إلى الاستقرار الاجتماعي، الانتماء.

2-الحاجات الثانوية: مثل الحاجات المعرفية كحب الاطلاع والمعرفة بمختلف الأحداث وغيرها كما صنف الدوافع إلى:

* دوافع فردية داخلية: وهي رغبة الفرد للقيام بشيء لذاته لتحقيق اشباكات فردية.

* دوافع اجتماعية خارجية: تنتج من خلال علاقة الفرد بمجتمعه حيث يقوم الفرد بأفعال معينة بدافع إرضاء المحيطين به أو الحصول على تقديرهم أو إثباتا لذاته، أي كما يرى دينيس ماكويل أن الحاجات والدوافع الفردية لا تظهر بمعزل عن البيئة الثقافية والاجتماعية. (6).

4-توقعات الجمهور من وسائل الاتصال: عرف مفهوم التوقع لدى بعض الباحثين انه احتمالات الرضا التي ينسبها الجمهور لسلوكيات متنوعة، بينما عرفها كاتز أنها مطالب الجمهور من وسائل الإعلام أو الاشباكات التي يبحث عنها الجمهور، وعموما تفترض دراسات مدخل الاستخدامات والاشباكات أن لدى أفراد الجمهور العديد من التوقعات التي تبرز من خلال قدرتهم على إدراك البدائل المختلفة والاختيارات المتنوعة بين مختلف الوسائل والمصادر الإعلامية والانتقاء من بين الكم الهائل لمحتوى رسائلها. لهذا فقد أثبتت تلك الدراسات أن توقعات الأفراد من وسائل الإعلام تختلف من مجتمع أو بيئة اجتماعية لأخرى أي تبعا للقيم والسمات الثقافية السائدة.

5- اشباكات وسائل الإعلام: وفق مدخل الاستخدامات والاشباكات يختار الجمهور من بين الوسائل الإعلامية ومن مضامينها ما يشبع حاجاته ويلبي رغباته بهدف الحصول على نتيجة يطلق عليها الاشباكات، ومنذ سبعينات القرن الماضي نادي الباحثون في هذا المدخل إلى ضرورة التمييز بين الاشباكات التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض لوسائل الإعلام والاشباكات التي تتحقق بالفعل، لهذا فقد اختلفت عدة دراسات في ذات السياق حول تحديد صورة واضحة لحجم ونوع الاشباكات التي يحصل عليها الجمهور من وسائل الإعلام، وتم تقسيم الاشباكات إلى نوعين رئيسيين هما:

أ-الاشباكات المطلوبة: أي الاشباكات التي يرمي الجمهور إلى الحصول عليها وتحقيقها من خلال الاستخدام المستمر والمتواصل لوسائل الاتصال الجماهيري وليس بالضرورة هنا أن كل ما يسعى الجمهور إليه من اشباكات يتحقق.

ب-الاشباكات المحققة: أي الاشباكات التي يكتفيها الجمهور ويحصل عليها من خلال استخدام وسائل الإعلام والتعرض لمحوها، أو بصورة أخرى هي تلك المنفعة أو الفائدة التي ينطوي عليها مضمون الرسائل الإعلامية وتحقيق اشباكات حقيقية لحاجات الجمهور. (7).

8. توطئة إلى اعلام الموبايل:

التقعيد التالي يضع الدراسة في إطار نظري متعلق بالوسيلة الإعلامية الجديدة قيد البحث، وهو الإطار الذي لا غنى عنه عند القيام بنحت أسئلة الاستبيان إذ به يستدل. وفي هذا الجانب سنعرج فقط إلى مكونات أربع يتفق المتخصصون في مجال تكنولوجيا الاعلام على أهميتها البالغة أحيان الرغبة في اجراء بحوث تطبيقية عن صحافة المواطن وهي كالتالي:

1.8. وسيلة اتصال واعلام:

في مرحلة الجيل الثالث والرابع للهاتف المحمول شهد المحمول تطوراً أوسع أتاح له القيام بمزيد من الأدوار والوظائف، فأصبح يقوم بدور اتصالي واعلامي بل ودور اجتماعي ايضاً فمن خلال الإمكانيات التي توافرت له تعددت وظائفه من مجرد وظيفة اتصالية، فمع اتساع إمكانياته تعددت أغراضه الإعلامية فأصبح بإمكان المستخدم تصفح الانترنت ليس المواقع الاعلامية فحسب بل أصبح بإمكانه تصفح المدونات بل والدخول على مدونته الخاصة والتعديل فيها، وبالتالي أصبح يؤدي مهاماً أوسع داخل وظيفته الاتصالية والإعلامية.

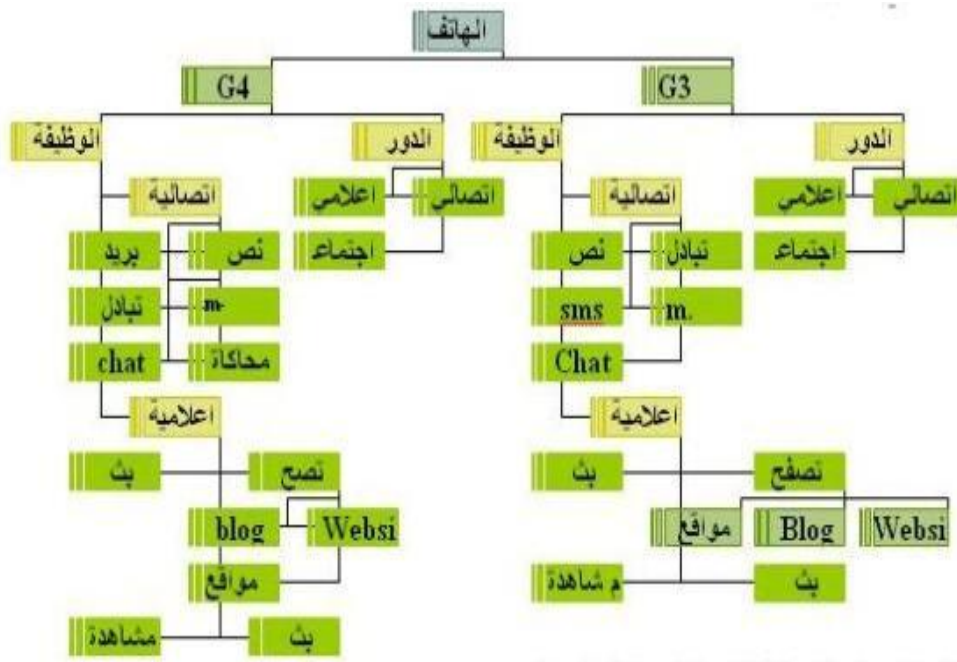
2.8. البعد الاجتماعي:

وإلى جانب تطور الدور الإعلامي الذي أصبح يقوم به الهاتف المحمول ، أصبح يؤدي علي نحو مماثل دوراً اجتماعياً، فإلى جانب تمكين المستخدم من إجراء المكالمات وإرسال الرسائل والدخول في دردشة مع غيره، و مع وجود المكالمات المرئية، وتمكين المستخدم من الدخول علي العديد من المواقع الاجتماعية كموقع فيس بوك علي سبيل المثال لا الحصر، تتوافر الادوات و الإمكانيات التي تحقق التواصل بين الأفراد، تزداد درجة التفاعل بين المستخدمين دون تقيد بحدود الزمان أو المكان ومزیداً من التواصل دون اتصال فحسب ، فلم تعد مسألة التواصل بين الأفراد تتقيد إلى حد ما بضرورة وجود الاتصال المواجهي face to face فالمكالمات المرئية سهلت الأمر ، او يحتاج التواصل إلى ضرورة تواجد الأفراد في نفس المكان ، فالأجيال 3 و4 من الهاتف المحمول سهلت الأمر و أزال الحواجز ومع إمكانية الدخول إلى المواقع الاجتماعية دعم ذلك التواصل و الترابط.

3.8. التجاوز والثبات:

كل ذلك خلف معنى سوسيولوجي جديد للهاتف المحمول، المعنى السوسيولوجي في واقع التليفون المحمول اليوم، هو تفويض الناس بالمشاركة في الاتصالات والتفاعلات بدون قيود الشرطين الأساسيين، وهما التجاوز الفيزيقي، والثبات والاستقرار المكاني.

نموذج (أ) يوضح تطور خصائص الهاتف المحمول (8)



فالهاتف المحمول أصبح لا يقف عند مجرد آلة تستخدم للاتصالات الضرورية فحسب، بل وسيلة يمكنها أن تؤدي نفس الأدوار التي تقوم بها الوسائل الإعلامية الأخرى التي صارت تقليدية في ظل التقدم الذي لحق بالإنترنت والهاتف المحمول، فالهاتف المحمول إذن أصبح يؤدي وظيفة: اتصال-إعلام - إخبار - ترفيه - إعلان. فاستيعاب الهاتف المحمول لإمكانيات الانترنت والإذاعة والتلفزيون والصحافة والتليفون الثابت يجعلنا نقول إن الهاتف المحمول

يمكنه أن يصنف كوسيلة إعلامية (في بداية عهدها) تحاول أن تتنافس مع الوسائل الإعلامية الأخرى وتؤدي نفس أدوارها بما توافر لديها من إمكانيات. ويظل الجزم بأن الهاتف المحمول "وسيلة إعلامية" قيد استعداد المستخدم للتعامل معها واعترافه بها كوسيلة إعلامية تقف إلى جانب الوسائل الأخرى، وقيد توفيرها لكل إمكانيات الوسائل الأخرى، فالتحدي أمام الهاتف المحمول جد صعب والمنافسة مستعرة والتقدم التكنولوجي لا يجعل أي شيء امراً مستحيلاً. (9).

9. نتائج الدراسة على ضوء تساؤلاتها:

نظرا لعدم كفاية عدد أوراق البحث فإن البيانات سيتم عرضها بشكل كلي بعيدا عن التفصيل الجدولي:

- شكلت الفئة العمرية بين 18 و 25 سنة الفئة الأكثر تعاملًا مع صحافة المواطن بواقع 94 بالمئة من إجمالي عينة البحث.

- شكل طلبة مرحلة الماجستير أكثر الفئات استخداماً لصحافة المواطن بواقع 67.5 بالمئة من اجمالي عينة الدراسة.
 - أغلب إجابات المبحوثين المتعلقة بـأماكن استخدام صحافة الموبايل جاءت وفق ترتيب يبدأ من حالات السفر وأماكن الانتظار وصولاً الى المنزل، بينما كانت أيام العطل الأسبوعية الأكثر ازدحاماً بالمضامين المستقاة من صحافة المواطن.
 - جاءت أغلب إجابات المبحوثين المتعلقة بأوقات الاستخدام لصحافة المواطن بين أول المساء والصباح الباكر.
 - أنت مواقع التواصل الاجتماعي على قائمة المواقع الالكترونية التي تستخدمها عينة الدراسة وذلك بما نسبته 87 بالمئة من اجمالي عينة البحث، مرد ذلك حسب اجاباتهم وذلك لما تتيحها الأخيرة من مزايا كبيرة خاصة على صعيدي التفاعلية والتشاركية.
 - يتفاوت تعرض مفردات عينة البحث لصحافة الموبايل وفق متغير المستوى التعليمي إذ ينخفض إلى أقل من ساعة واحدة يومياً بالمئة بالنسبة لطلبة السنة الثانية ويصل إلى 4 ساعات بالنسبة لطلبة الماجستير دون اعتبار لاختلاف تخصصاتهم.
 - تصل نسبة ثقة مفردات عينة الدراسة إلى مشر " ثقة كبيرة " عند 90 بالمئة منهم وذلك حسبهم راجع بالدرجة الأولى الى تأكدهم من كون هذا النوع من التوثيق الإعلامي إنما هو حي وموضوعي وغير مرتبط بتوجهات مؤسسات بعينها، فهو صوت الناس العاديين.
 - الحاجات الإخبارية التي يسعى الطلبة عينة الدراسة لتبليتها عبر استخدام صحافة الموبايل تشمل الأخبار في المرتبة الأولى وتغطية الأحداث ثانياً وتحليلاتها والتعليقات حولها والآراء المتعلقة بها في المرتبة الثالثة.
 - دوافع استخدام الطلبة عينة الدراسة لصحافة الموبايل أين جاءت الدوافع نفعية في تركيز على اكتساب المعرفة أولاً والخبرات ثانياً والتعليم ثالثاً وأخيراً، أما الدوافع الطقوسية فقد تمحورت إجابات المبحوثين على أولاً الاسترخاء وثانياً الصداقة والألفة، والهروب من المشكلات جاءت أخيراً.
- الاشباكات التي تحققها صحافة الموبايل للطلبة عينة الدراسة في المجال الإخباري تأتي بالدرجة الأولى.

10. خاتمة:

دعمت الدراسة بما توصلت اليه من نتائج الاتجاهات البحثية القائمة على فهم كون اعلام الموبايل حاوياً لكل خصائص الوسائل الاتصالية التقليدية مع السيادة الواضحة للجوانب البصرية وإخضاع العملية الإعلامية للتفتيت والحد من التسلسل والتبسيط أو الوضوح البصري، وكذا فإن هذا النوع دمج الاستغراق أو اندماج المستخدم مع الوسيلة الى أقصى درجاتها على أسس الحميمية والالتصاق بالمستخدم بشكل بالغ.

وتفتح الدراسة هذه الباب أمام المتخصصين في تكنولوجيا اتصال الحديثة حتى يجلبوا جوانب أخرى من التأثيرات المباشرة وغير المباشرة لهذا النوع الإعلامي المائز.

I التهميش والاقتباس:

- (1) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص 158.
- (2) Sonny Alvarado, "Citizen journalism", www.britannica.com, Retrieved 29-2-2021. Edited.
- (3) أحمد محمد صالح " نحو نظرية اجتماعية للهاتف المحمول " الجزء الثاني، اتحاد كتاب الانترنت العرب. دار المشاع المبدع، دمشق، 2020، ص 52.
- (4) McQuail, Denis and Windahl . Sevrn , Communication Models for Study Mass Communication , (London : Longman,1993) , p.143.
- (5) محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص ص 219-220.
- (6) محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص ص 216-217.
- (7) Katz.d , the functional approach to the study of attitudes, P.O.Q 24 163-204.
- (8) Sonny Albarado, "Citizen journalism", www.britannica.com, Retrieved 29-2-2021. Edited.
- (9) Demir Hodzic (23-5-2013),"Citizen journalism and its importance" , iletisim.ieu.edu.tr, Retrieved 29-2-2021. Edited.

II قائمة المصادر والمراجع:

- (1) أحمد محمد صالح " نحو نظرية اجتماعية للهاتف المحمول " الجزء الثاني، اتحاد كتاب الانترنت العرب. دار المشاع المبدع، دمشق، 2020.
- (2) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
- (3) محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 1997.
- (4) Demir Hodzic (23-5-2013),"Citizen journalism and its importance" , iletisim.ieu.edu.tr, Retrieved 29-2-2021. Edited.
- (5) Katz.d , the functional approach to the study of attitudes, P.O.Q 24 163-204.
- (6) Sonny Albarado, "Citizen journalism", www.britannica.com, Retrieved 29-2-2021. Edited.
- (7) McQuail, Denis and Windahl . Sevrn , Communication Models for Study Mass Communication , (London : Longman,1993) , p.143.