

تأثير التحول الرقمي عبر الهواتف الذكية على مكانة

وسائل الإعلام التقليدية لدى الجمهور الليبي

دراسة ميدانية

أ. حسين عمرو عمار مسعود

قسم الإعلام جامعة غريان

alhussainAmr1977@gmail.com

الملخص

تناولت الدراسة العلاقة بين انتشار تقنية الهواتف الذكية، والتحويلات التي طرأت على وسائل الإعلام التقليدية من خلال التركيز على تأثير هذه التقنية في عادات استهلاك الجمهور للمحتوى الإعلامي، وكذلك الاستراتيجيات التي اعتمدتها الوسائل التقليدية لمواجهة هذا التحدي المتزايد. وقد انطلقت الدراسة من التساؤل الرئيس ما مدى تأثير انتشار تقنية الهواتف الذكية على استراتيجيات وسائل الإعلام التقليدية وكيف يمكن لهذه الوسائل التكيف مع التحويلات الرقمية للحفاظ على فعاليتها واستمراريتها؟

وأظهرت نتائج الدراسة أن الانتشار الواسع للهواتف الذكية أحدث تحولاً جذرياً في سلوك الجمهور، حيث انتقل الأفراد من نمط الاستهلاك الجماعي المرتبط بجدولة زمنية محددة كما هو الحال في التلفزيون والإذاعة إلى نمط استهلاك فردي مرن يتيح لهم الوصول إلى المحتوى في أي وقت ومن أي مكان. كما ساهمت هذه الأجهزة الذكية في تعزيز الاعتماد على المحتوى الرقمي الفوري الذي يتميز بالسرعة والتحديث المستمر الأمر الذي جعلهم أكثر ميلاً إلى المنصات الرقمية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدي. وسجلت وسائل الإعلام التقليدية تراجعاً ملحوظاً في نسب المشاهدة والمتابعة نتيجة إضافة الفورية التي فرضتها المنصات الرقمية، ولم تعد معايير تقييم النجاح الإعلامي يقتصر على عدد المشاهدين والقراء وإنما أصبحت ترتبط بدرجة من التفاعل والمشاركة التي يخصصها المحتوى عبر الوسائط الرقمية.

الكلمات المفتاحية (تقنية الهاتف الذكي - استراتيجيات وسائل الاعلام التقليدية)

Abstract:

This study examines the relationship between the proliferation of smartphone technology and the subsequent transformations within traditional media outlets. It focuses on the impact of this technology on public media consumption habits, as well as the strategies adopted by traditional media to address this growing challenge. The research is driven by a central question: To what extent has the spread of smartphone technology influenced the strategies of

traditional media, and how can these outlets adapt to digital shifts to maintain their efficacy and sustainability?

The findings indicate that the widespread adoption of smartphones has catalyzed a fundamental shift in audience behavior. Consumption patterns have transitioned from collective, scheduled viewing—typical of television and radio—to a flexible, individualized model that allows access to content regardless of time or location. Furthermore, these smart devices have bolstered reliance on instantaneous digital content characterized by speed and continuous updates, leading audiences to favor digital platforms over traditional media. Consequently, traditional media outlets have experienced a significant decline in viewership and engagement due to the immediacy imposed by digital platforms. The criteria for evaluating media success are no longer limited to the size of the audience; rather, they have become intrinsically linked to the degree of interaction and engagement facilitated by content across digital media.

مقدمة:

تعد الهواتف الذكية اليوم من أبرز الابتكارات التي غيرت سلوك الأفراد في تلقي المعلومات والتفاعل مع وسائل الإعلام، بشكل مذهل خلال فترة زمنية قصيرة جداً ومع تزايد الاعتماد على الهواتف الذكية كمصدر رئيس للأخبار والترفيه يتضح في العديد من الدراسات والأدبيات ذات العلاقة غموض مباشر وغير مباشر حول تأثير هذه التقنية على استراتيجيات وسائل الإعلام التقليدي.

ونظراً لهامش الحرية التي توفرها هذه الهواتف الذكية وذلك من خلال فتح المجال لمستخدميها لارتباطها بالشبكة العنكبوتية (الإنترنت) مما أتاح إبراز الآراء والتعبير دون قيد أو إكراه مفروض من الجهات التي تبث المعلومة بخلاف وسائل الإعلام التقليدية المتمثلة في الإذاعتين المسموعة والمرئية والصحف والمجلات وما تعانيه من مشاكل متعلقة بالإرسال والبث والتشويش أحياناً مما جعلها تجد صعوبة في نقل الأفكار والمعلومات إلى الجمهور.

وهذا لا يعني أن هذه التغيرات المتسارعة أفقدت وسائل الإعلام التقليدي متابعيها بل لا زالت تحتفظ بمكانتها في إقناع الجمهور وتشكيل الرأي العام وبناء الوعي المجتمعي مستندة في ذلك إلى تاريخ طويل من الموضوعية والمصداقية في نقل الأخبار والمعلومات إلى الجمهور المتلقي وعليها تطوير استراتيجياتها الإعلامية بما يتلاءم مع تقنيات الهواتف الذكية التي تتسم بالسرعة والتفاعل كمصدر رئيس للمعلومات.

وتسعى الورقة البحثية إلى استكشاف العلاقة بين تقنية الهواتف الذكية واستراتيجيات الإعلام التقليدي الموجه للجمهور مما يؤثر في بيئة القراءة والمشاهدة لهذه الوسائل.

وعليه يرى الباحث في هذا الصدد أنه من الأهمية بمكان التساؤل وقيام البحث على التساؤل التالي:
ما مدى تأثير تأثير التحول الرقمي عبر الهواتف الذكية على مكانة وسائل الإعلام التقليدية
لدى الجمهور الليبي ؟

أهمية الورقة البحثية

تتبع أهمية هذه الورقة البحثية لمعرفة العلاقة بين تقنية الهواتف الذكية واستراتيجيات وسائل الإعلام التقليدية ومن الأهمية المتزايدة للهاتف الذكي كأداة مؤثرة في تحويل كيفية استهلاك المحتوى الإعلامي وتفاعل الجمهور، وحيث يلعب الهاتف النقال دوراً حيوياً في تشكيل سلوك الأفراد إعلامياً مما يؤثر على استراتيجيات وسائل الإعلام التقليدية وبالتالي السعي من قبل المؤسسات الإعلامية إلى استكشاف سبل تحسين التفاعل مع الجمهور من خلال هذه التكنولوجيا.

يحاول الباحث بشكل متواضع من خلال بحثه حول العلاقة بين تقنية الهواتف الذكية واستراتيجيات الإعلام الرقمي تقديم رؤية واضحة حول توجيه الاستراتيجيات التقليدية لتحسين الأداء في هذا المجال الحيوي.

أهداف الورقة البحثية:

يعتقد الباحث أن الأهداف قيد البحث تكمن فيما يلي:

1. التعرف على كيفية تأثير الاعتماد على الهواتف الذكية في تغيير عادات استهلاك المحتوى الإعلامي ونسب مشاهدة وسائل الإعلام التقليدية.
2. الكشف عن الاستراتيجيات التي اعتمدها وسائل الإعلام التقليدية لمواجهة تحديات الهواتف الذكية كتعزيز المحتوى الرقمي وتطوير التطبيقات.
3. معرفة واقع استفادة وسائل الإعلام التقليدية من الهواتف الذكية لتعزيز التفاعل مع الجمهور.

تساؤلات الورقة البحثية:

1. كيف يؤثر الاعتماد على الهواتف الذكية في تغيير عادات استهلاك المحتوى الإعلامي ونسب المشاهدة؟

2. ما هي الاستراتيجيات التي اعتمدتها وسائل الإعلام التقليدي لمواجهة تحديات الهواتف الذكية مثل تعزيز المحتوى الرقمي وتطوير التطبيقات؟

3. كيف تستفيد وسائل الإعلام التقليدي من الهواتف الذكية لتعزيز التفاعل مع الجمهور؟

المنطلقات المنهجية للورقة البحثية:

يندرج موضوع هذه الورقة البحثية ضمن الدراسة الوصفية التي تسعى إلى وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف وأنماط السلوك المختلفة (عبد الحميد، 2015).

اعتمدنا في هذه الورقة البحثية على أداة الاستبيان نظراً لما تتميز به عن الأدوات البحثية الأخرى أو تعتبر من أكثر الأدوات استخداماً في العلوم الاجتماعية والإنسانية لما توفره من سهولة في جمع المعلومات الميدانية عن الظاهرة المدروسة فصد تحليل البيانات المتحصل عليها، بغية الوصول في النهاية إلى نتائج كمية دقيقة تترجم في صيغة كيفية تقدم إجابة عن الإشكالية المطروحة.

تعرف استمارة الاستبيان أنها قائمة من الأسئلة التي يحصرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية لتقديم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة (مراسلي، 2005، 220).

نوع البحث ومنهجه:

يعد البحث من البحوث الوصفية التي تهتم بوصف وتحليل وتشخيص خصائص مجموعة معينة أو موقف معين ودراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس والأحداث، حيث اهتمت هذه الدراسة بمعرفة العلاقة بين الهواتف الذكية واستراتيجيات وسائل الإعلام التقليدية.

كما اعتمد الباحث في هذا الإطار على المنهج الوصفي الذي يعتبر من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية.

اختبار الصدق والثبات:

نظراً لأهمية اختبار الصدق والثبات فقام البحث بعد تصميم الاستمارة و تضمينها مشكلة واهداف وتسألآت الدراسة وتغطية كافة المتغيرات بالدراسة حيث قام الباحث بعرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين.¹

حيث تم إدخال التعديلات التي تم اقتراحات، وتم اخضاع الاستمارة للاختبار القبلي على 17 المفردة من عينة الدراسة اي مناسبتها 10% من عينه.

مجتمع وعينة الدراسة:

قام الباحث باختيار عينة في بلدية عين زارة بالعاصمة طرابلس الذين يمتلكون هواتف ذكية واختيرت عينة قوامها 171 مفردة بطريقة العينة العشوائية البسيطة من سكان بلدية عين زارة.

مفاهيم الدراسة:

1- الهاتف الذكي: هو جهاز اتصال لاسلكي محمول يتيح للمستخدم إجراء واستقبال المكالمات ونقل البيانات مثل الرسائل (الصوت والصورة) وذلك عبر شبكة اتصالات خلوية تعتمد على محطات إرسال واستقبال موزعة جغرافياً لتوفير التغطية أثناء الحركة والتنقل.

2- الإذاعة المسموعة: الإذاعة المسموعة هي وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري تعتمد على نقل الرسائل الصوتية والبرامج الإخبارية والترفيهية إلى جمهور واسع وذلك عبر الموجات الكهرومغناطيسية أو عبر البث الرقمي بهدف الإعلام والتثقيف والتوجيه والتسلية. (السيد، 2004)

3- الصحافة: الصحافة هي جمع الأخبار ونشرها ونشر المواد المتصلة بها، في مطبوعات مثل الجرائد، المجلات، الرسائل الإخبارية، المطويات، الكتب وقواعد البيانات المستعينة بالحاسبات الإلكترونية أما الاستعمال الشائع للصحافة فينحصر في إعداد الجرائد وبعض المجلات وإن كان يمكن أن يتسع ليشمل باقي صور النشر الأخرى.

(1) د. رنا مصطفى فرج موسى.

(2) د. الأخضر البكوش.

(3) أ. محمود محمد الحضيفي.

(4) أ. محمود محمد السيد.

4- التلفزيون: التلفزيون أحد الوسائط السمعية البصرية التي تجمع بين الصوت والصورة وهو وسيلة إعلامية (حديثه) ذات خصوصية تكنولوجية متميزة شقت طريقها بسرعة. (الحسن، 2013)

الدراسات السابقة:

دراسة (بضة مروه) بعنوان "واقع استخدام صحافة الهاتف الذكي في الجزائر" دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة تيارت:

انطلقت هذه الدراسة من الإشكالية التالية: ما واقع استخدام طلبة جامعة ابن خلدون بتيارت لصحافة الهاتف الذكي؟ وللإجابة على هذه التساؤلات اعتمد الباحث على استخدام نهج المسحي لأنه الأنسب لمثل هذا النوع من الدراسات كما أيضا اعتمد على أداة الاستبانة التي تعتبر أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة مرتبة بأسلوب منطقي مناسب يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها بحيث تم اختيار عينة غير الاحتمالية القصدية حيث يختار الباحث المفردات بما يخدم أهداف البحث ويتوافق مع متطلباته.

وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: اجراء دراسات وبحوث ميدانية لصحافة الهاتف الذكي و أضافتها كمقياس التعليم لطلبة الإعلام والاتصال بالجامعات، بالإضافة إلى التخطيط الجيد بناء على الدراسات العلمية للاهتمام بصحافة الهاتف الذكي، حيث زادا الاعتماد عليها بشكل ملحوظ في مرحلة الإنتاج والنشر وبما يتضمن مهارات التعامل مع وسائل الاتصال . (وآخرون، 2022)

دراسة بشائر إبراهيم عبدا لغني عبد الفتاح 2019 (درجة استخدام طلبة الجامعات الأردنية الخاصة للهواتف الذكية في التعليم في ضوء معايير الجودة) هدفت هذه الدراسة إلى معرفة درجة استخدام طلبة الجامعات الأردنية الخاصة للهواتف الذكية في التعليم في ضوء معايير الجودة، ولتحقيق هدف الدراسة استخدمت الباحثة المنهج الوصفي المسحي، وتم تطوير أداة استبانة، وبلغ إجمالي الاستبانات المكتملة 741 استبانة من / 2114. أفراد عينة الدراسة خلال العام الدراسي 2018م.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن درجة استخدام طلبة الجامعات الأردنية الخاصة للهواتف الذكية في التعليم جاءت بدرجة مرتفعة، ودرجة توافر معايير الجودة في الجامعات الأردنية الخاصة جاءت متوسطة، وأظهرت النتائج أيضًا وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 1.14 في استخدام طلبة الجامعات الأردنية الخاصة للهواتف الذكية في التعليم تعزى لمتغير المؤهل العلمي (بكالوريوس، ماجستير)، وكانت الفروقات

لصالح طلبة الماجستير، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 1.14 في استخدام طلبة الجامعات الأردنية الخاصة لهواتفهم الذكية في التعليم تعزى لمتغير الدراسة الجنس (ذكر، أنثى)، وأوصت الدراسة بالتشجيع على استخدام الهواتف الذكية في العملية التعليمية، وتفعيل خدمة استخدام الهاتف الذكي في الإجابة عن الواجبات المصممة عبر المواقع الإلكترونية المستخدمة في الجامعة كنظام موودل بشكل أكبر . (عبدالفتاح، 2019)

دراسة بسمة حساني ومايسة بشنب، 2023، (استخدام الإعلامي لتطبيق الهاتف الذكي في الانتاج الاعلامي) تهدف هذه الدراسة التي تتناول موضوع استخدام الإعلامي لتطبيق الهاتف الذكي في الانتاج الاعلامي "دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين بمدينة ورقلة، و التعرف على استخدامات الإعلاميين الجزائريين لتطبيقات الهاتف الذكي في العمل الإعلامي، من خلال الوقوف على أسباب استخدام الإعلاميين الجزائريين للهاتف الذكي ودرجة الاستخدام، إضافة إلى التعرف على مدى ملائمة صحافة الموبايل للعمل الإعلامي من وجهة نظر الإعلاميين وغيرها من الأهداف الأخرى وذلك بالاستناد على المنهج الوصفي، وبتوظيف عدة أدوات تمثلت في استمارة الاستبيان والمقابلة لجمع المعلومات من عينة الدراسة والتي قمنا بتحليلها وتفسيرها ليصل الباحث في الأخير إلى مجموعة من النتائج نذكر أهمها فيما يلي:

1. توصلت الدراسة ان اعلاميين ولاية ورقلة يستخدمون الهواتف الذكية بشكل يومي في العمل الإعلامي.
2. أظهرت الدراسة أن دوافع استخدام الاعلاميين لتطبيقات الهاتف الذكي في العمل لإعلامي كونها وسيلة إعلامية متعددة الوظائف.
3. حققت الاشباكات الإعلامية نسبة كبيرة في الاعتماد على تطبيقات الهاتف الذكي في الإنتاج الإعلامي في ولاية ورقلة.
4. اكتساب اعلاميي ولاية ورقلة خبرات إعلامية ومهارات جديدة من خلال ظهور تقنيات الهاتف الذكي (آخرون، 2023).

دراسة فريال ناجي مصطفى العزام 2017 (درجة استخدام الهواتف الذكية في العملية التعليمية) هدفت هذه الدراسة إلى قياس درجة استخدام الهواتف الذكية في العملية التعليمية، دراسة ميدانية من وجهة نظر طلبة تكنولوجيا التعليم في الجامعات الأردنية الخاصة، ولتحقيق هدف الدراسة تم تطوير أداة استبانة تتعلق بدرجة استخدام الهواتف الذكية في العملية التعليمية تتكون من 42 فقرة تم استخدام المنهج الوصفي المسحي في

الدراسة، من خلال توزيع الاستبيانات على جميع أفراد مجتمع الدراسة من طلبة تكنولوجيا التعليم في الجامعات الاردنية الخاصة ومسحهم خلال العام الجامعي 2017 / 2016 م، وبلغ إجمالي الاستبيانات المكتملة 100 استبانة، وقد أظهرت نتائج الدراسة ما يلي:

1. أن درجة استخدام طلبة تكنولوجيا التعليم بالجامعات الاردنية الخاصة للهواتف الذكية في التعليم كانت متوسطة، وأظهرت ايضا عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ في درجة استخدام الهواتف الذكية في العملية التعليمية .

2. من وجهة نظر طلبة تكنولوجيا التعليم في الجامعات الاردنية الخاصة تعزى لمتغيرات الدراسة الثلاثة: الجنس، والجامعة، والمراحل الدراسية.

3. اوصت الدراسة عقد دورات خاصة لكل من الطلبة والمدرسين لتوظيف واستخدام كافة الادوات المتاحة فيه للعملية التعليمية (العزام، 2017).

دراسة أبو الرب و القصيري، 2014، (المشكلات السلوكية جراء استخدام الهواتف الذكية من قبل الأطفال من وجهة نظر الوالدين في ضوء بعض المتغيرات) والتي هدفت إلى تعرف المشكلات السلوكية الناتجة عن استخدام الهاتف الذكي من قبل الأطفال وذلك من وجهة نظر الوالدين في ضوء بعض المتغيرات واعتمد المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت العينة من 299 من أولياء أمور الأطفال، وطبقت استبانة أداة الدراسة بثلاثة أبعاد (الاجتماعي والنفسي والتربوي)، وبينت النتائج أن أكثر المشكلات السلوكية وجوداً هي المشكلات الاجتماعية ثم التربوية وأخيراً النفسية، وتبين أن هناك فروقاً دالة إحصائية في المشكلات السلوكية - ناتجة عن استخدام الهواتف تعزى لمتغير الجنس لصالح الذكور، وتعزى لمتغير الفئة العمرية لصالح فئة 8-12 سنة وفي متغير عدد ساعات الاستخدام لصالح الفئة من 1-3 ساعات و أكثر من 3 ساعات . (مصطفى، 2014)

دراسة هبة طرفة وآخرون، 2024 (دور استخدام الهواتف الذكية في تعزيز السلوك التعليمي لدى طلاب المرحلة الثانوية من وجهة نظرهم) سعت الدراسة إلى تقصي دور استخدام الهواتف الذكية في تعزيز السلوك التعليمي لدى طلاب المرحلة الثانوية من وجهة نظرهم، استخدمت الدراسة منهجاً وصفيًا تحليليًا، تألف مجتمع الدراسة من جميع طلاب المرحلة الثانوية في مدينة اللاذقية، وتم تحديد عينة الدراسة بواقع 737 طالباً وطالبة في المرحلة الثانوية، تم اختيارهم بطريقة عشوائية، كما تم اختيار الاستبانة كأداة للدراسة الحالية بناءً

على ملائمتها لطبيعة الدراسة وأهدافها وقدرتها على تحقيق أهداف الدراسة، وتضمنت متغيرات تصنيفية مثل النوع الاجتماعي و عدد ساعات استخدام الهاتف الذكي، إضافة إلى 20 بندا موزعة على بعدين : تأثيرات إيجابية وتأثيرات سلبية .

من خلال تطبيق الاستبانة على أفراد العينة بينت النتائج أن درجة الموافقة على البعد الأول (التأثيرات الإيجابية) كانت متوسطة، بينما درجة الموافقة على البعد الثاني (التأثيرات السلبية) كانت مرتفعة، وأظهرت النتائج وجود فروق بين متوسطات درجات إجابات طلاب المرحلة الثانوية على الاستبانة تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي، وكانت الفروق لصالح الذكور، ووجود فروق تبعاً لمتغير عدد ساعات استخدام الهاتف الذكي، وكانت الفروق لصالح من يستخدمون الهاتف الذكي 3 ساعات فأكثر . (آخرون، 2024)

التعليق على الدراسات السابقة:

تبين الدراسات السابقة تنوع و اختلاف الاهتمامات البحثية المرتبطة باستخدام الهواتف الذكية بين مجالات الإعلام والتعليم والسلوك الاجتماعي، كما تظهر اتساعاً في النماذج المنهجية المستخدمة (خاصة المنهج الوصفي المسحي والأدوات المعتمدة كالاستبيانات والمقابلات).

حيث يرى الباحث أن هناك اتفاق في معظم هذه الدراسات على أن الهواتف الذكية تحظى بدرجة استخدام مرتفعة أو متوسطة بين طلبة الجامعات والإعلاميين والتلاميذ، وأنها تؤثر إيجاباً في جوانب المهارات والإنتاج الإعلامي والتعلم عند توظيفها بشكل مناسب، وفي جانب آخر تبرز دراسات آثراً سلبية ومشكلات سلوكية مرتبطة بزيادة ساعات الاستخدام أو مجموعات عمرية معينة كما تفيد بحاجات متكررة للتخطيط المؤسسي، وإدماج الهاتف الذكي في المناهج والتدريب سواء طلبة ومدرسون وإعلاميون، بالإضافة إلى توصيات بإجراء بحوث ميدانية ومشروعات تطبيقية لقياس الجودة وفعالية الاستخدام . وقد اتضح للباحث انه يمكن ملاحظة تفاوت في النتائج التفصيلية كالفروق ذات الدلالة الإحصائية مرتبطة بالموئل أو الجنس أو ساعات الاستخدام، مما يشير إلى أن أثر الهاتف الذكي يتأثر بمتغيرات ديموغرافية ومنهجية وعملية تحتاج إلى تفصيل في كل سياق بحثي.

مدى استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

أولاً: توفر منهجية واضحة مثل جدوى استخدام المنهج الوصفي المسحي وأداة الاستبانة يمكن اقتباسها أو تعديلها لتتلاءم مع سياق العاملين في مجال الإعلام التقليدي.

ثانياً: تعطي الدراسات السابقة مؤشرات مهمة حول نوعية الفروقات وفق الجنس، المؤهل، ساعات الاستخدام، الفئة العمرية يمكن تضمينها متغيرات تساعد الباحث في تصميم الدراسة الحالية لفحص العلاقة بين تقنية الهواتف الذكية واستراتيجيات وسائل الإعلام التقليدي.

ثالثاً: تظهر التوصيات المتكررة حول الحاجة للتدريب والتخطيط المؤسسي وأساليب التكامل الرقمي، مما يمد الدراسة الحالية بمبررات عملية لتضمين أسئلة حول الجاهزية المؤسسية، التدريب، وقياس ملائمة صحافة الهاتف للعمل الإعلامي التقليدي.

عرض وتحليل البيانات والتطبيقات الميدانية

الجدول رقم (1) يوضح مدى امتلاك أفراد العينة اشتراك على الهاتف

النسبة	التكرار	العبارة
97.1%	166	نعم
2.9%	5	لا
100%	171	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن أغلب أفراد العينة ونسبتهم 97.1% لديهم اشتراك بالإنترنت على هواتفهم، بينما نسبة ضئيلة جداً (2.9%) لا يمتلكون اشتراكاً. هذه النتيجة تدل على انتشار مرتفع لخدمة الإنترنت عبر الهواتف بين أفراد العينة، مما يعزز احتمالية وصول المشاركين إلى المحتوى الرقمي.

بناءً على هدف الدراسة الرئيسي، سيقوم الباحث باستبعاد الاستمارات والبالغ عددهم 5 التي اختار أصحابها الإجابة بـ (لا)، فهم لا يملكون اشتراكاً بالإنترنت على الهاتف من باقي جدول الاستمارة المرتبطة بالأسئلة التي تفترض وجود وصول للإنترنت أو استخدامه لهذا الهاتف.

لأن تلك الأسئلة تصبح غير ذات صلة أو ستعطي معلومات غير قابلة للمقارنة مع إجابات الحاصلين على اشتراك.

الجدول رقم (2) متغير العمر لأفراد العينة

النسبة	التكرار	العمر
5%	9	20 - 25 سنة
16%	26	26 - 30 سنة
7%	11	31 - 35 سنة
56%	93	36 - 40 سنة
16%	27	41 فأكثر
100%	166	المجموع

نستنتج من نتائج الجدول السابق أن لمتغير العمر هيمنة الفئة العمرية من 36 - 40 سنة بنسبة 56%، وجاءت في المرتبة الأولى. وفي المرتبة الثانية جاءت الفئة العمرية من 41 فأكثر في المرتبة الثانية مع تشابه مع الفئة العمرية 26 - 30 سنة في النسبة المئوية حيث بلغت 16% أيضاً وفي المرتبة الثالثة جاءت الفئة العمرية من 31 - 35 سنة بنسبة 7%، بينما في المرتبة الأخيرة وبنسبة ضئيلة جداً جاءت الفئة العمرية من 20 - 25 سنة.

الجدول رقم (3) يوضح متغير النوع أفراد العينة

النسبة	التكرار	النوع
70%	117	ذكر
30%	49	أنثى
100%	166	المجموع

تُشير نتائج الجدول السابق إلى أن فئة الذكور جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 70%، بينما بلغت نسبة الإناث 30% من إجمالي أفراد العينة وجاءت في المرتبة الثانية. وتفسر هذه النتيجة أن فئة الذكور أكثر عرضة للمحتوى الإعلامي عبر الهاتف المحمول.

الجدول رقم (4) يوضح متغير المستوى التعليمي لأفراد العينة

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
28%	47	ثانوي
13%	22	دبلوم متوسط
31%	51	بكالوريوس
28%	46	دراسات عليا
100%	166	المجموع

تكشف نتائج الجدول السابق وفقاً للحالة التعليمية أن مؤهل البكالوريوس جاء في المرتبة الأولى بنسبة 31%، تليها في المرتبة الثانية فئة الثانوي بنسبة 28% وتتقارب معها فئة الدراسات العليا في المرتبة الثالثة بنسبة 28% أيضاً.

الجدول رقم (5) يوضح متوسط ساعات استخدام الهاتف الذكي يومياً لدى أفراد العينة

النسبة	التكرار	ساعات الاستخدام
25%	41	أقل من ساعة
43%	71	1 - 3 ساعات
19%	32	4 - 6 ساعات
12%	20	7 - 9 ساعات
1%	2	10 ساعات فأكثر
100%	166	المجموع

تكشف لنا نتائج الجدول السابق عدد الساعات التي يستخدم فيها أفراد العينة الهاتف الذكي في اليوم، حيث جاءت فترة الاستخدام من 1-3 ساعات في اليوم في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 43%. وهذه النسبة تبين أن غالبية أفراد العينة يقضون أكثر الوقت في استخدام الهاتف الذكي، وذلك لتنوعه في تقديم المعلومة وهذا يعطيهم فرصة لإبداء الرأي، ثم جاء في المرتبة الثانية أقل من ساعة بنسبة 25%، بينما جاء في المرتبة الثالثة من 4-6 ساعات بنسبة 19%، ومن 7-9 ساعات جاءت النسبة منخفضة حيث بلغت 12%.

الجدول رقم (6) يوضح اعتقاد أفراد العينة بأن القنوات التلفزيونية والإذاعية التقليدية طورت تطبيقات أو منصات رقمية فعالة لمواكبة مستخدمي الهواتف الذكية

النسبة	التكرار	العبرة
61%	101	أوافق بشدة
10%	16	أوافق
13%	22	محايد
11%	19	لا أوافق
5%	8	لا أوافق بشدة
100%	166	المجموع

تُشير بيانات الجدول السابق حول اعتماد القنوات التلفزيونية والإذاعية التقليدية طورتها تطبيقات أو منصات رقمية فعالة لمواكبة مستخدمي الهواتف الذكية إذ جاء في المرتبة الأولى بنسبة 61% أوافق بشدة بينما جاء في المرتبة الثانية محايد بنسبة 13%، وفي المرتبة الثالثة والرابعة جاءت النسبة متقاربة جداً لعبارة أوافق بنسبة 10% ولا أوافق 11%، وانخفضت نسبة لا أوافق بشدة بنسبة 5% وبالتالي جاءت في المرتبة الأخيرة.

ويفسر الباحث نتيجة أوافق بشدة على اعتقاد غالبية أفراد العينة بأن القنوات التلفزيونية والإذاعية طورتها وسائل المنصات الرقمية لأنها فعالة في مواكبة مستخدمي الهاتف الرقمي لتمييزها بميزة التفاعلية في التعليق وحرية اختيار الأخبار.

الجدول رقم (7) يوضح مدى متابعة الأخبار والمحتوى الإعلامي بشكل أساسي لدى أفراد العينة عبر تطبيقات الهواتف الذكية ومنصات التواصل الاجتماعي بدلاً من القنوات التلفزيونية والإذاعية التقليدية.

النسبة	التكرار	العبرة
44%	73	أوافق بشدة
31%	52	أوافق
13%	21	محايد
8%	13	لا أوافق
4%	7	لا أوافق بشدة
100%	166	المجموع

نستنتج من نتائج الجدول السابق أن متابعة الأخبار والمحتوى الإعلامي بشكل أساسي من أفراد العينة عبر تطبيقات الهواتف الذكية ومنصات التواصل الاجتماعي جاء في المرتبة الأولى أوافق بشدة بنسبة 44% بينما جاء في المرتبة الثانية أوافق بنسبة 31% وفي المرتبة الثالثة جاء محايد بنسبة 13% وتقاربت النسب بين لا أوافق ولا أوافق بشدة حيث بلغت 8% و 4% من إجمالي أفراد العينة.

وتفسر هذه النتيجة من وجهة نظر الباحث أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على متابعة الأخبار والمحتوى الإعلامي عبر الهاتف الذكي ومنصات التواصل الاجتماعي بديل وسائل الإعلام التقليدية المتمثلة في الصحف والمجلات والراديو والتلفاز.

الجدول رقم (8) يوضح أفضل استهلاك للمحتوى القصير لدى أفراد العينة كمقاطع الفيديو القصيرة ومنشورات مختصرة على الهاتف الذكي أكثر من البرامج الطويلة التي تعرض على الوسائط التقليدية.

النسبة	التكرار	العبارة
17%	29	أوافق بشدة
49%	81	أوافق
19%	31	محايد
15%	25	لا أوافق
/	/	لا أوافق بشدة
100%	166	المجموع

تكشف نتائج الجدول السابق أن أفضل استهلاك للمحتوى القصير كمقاطع الفيديو والمنشورات المختصرة على الهاتف الذكي لأنها مختصرة وقصيرة وأفضل من البرامج الطويلة التي تعرض على وسائل الإعلام التقليدي فغالبية أفراد العينة أجابوا بـ أوافق بنسبة 49% وجاءت في المرتبة الأولى بينما جاء في المرتبة الثانية محايد بنسبة 19% وجاء في المرتبة الثالثة أوافق بشدة بنسبة 17% ولا أوافق جاء في المرتبة الرابعة بنسبة 15%.

وتفسر هذه النتيجة من وجهة نظر الباحث أن غالبية أفراد العينة يفضلون متابعة الهواتف الذكية نظراً لما تتميز به من تقنية عالية فهم يميلون على الاختصار والمحتوى الإعلامي في وقته مع إمكانية التفاعل مع المحتوى.

الجدول رقم (9) يوضح اعتقاد أفراد العينة بأن القنوات التلفزيونية والإذاعية التقليدية طوّرت لها تطبيقات أو منصات رقمية فعالة لمواكبة مستخدمي الهواتف الذكية.

النسبة	التكرار	العبرة
61%	101	أوافق بشدة
10%	16	أوافق
13%	22	محايد
11%	19	لا أوافق
5%	8	لا أوافق بشدة
100%	166	المجموع

يتّضح من الجدول السابق أن القنوات التلفزيونية والإذاعية التقليدية طوّرت لها تطبيقات أو منصات رقمية فعالة لمواكبة مستخدمي الهواتف الذكية حيث جاء في المرتبة الأولى أوافق بشدة بنسبة 61% من إجمالي أفراد العينة بينما جاء في المرتبة الثانية محايد بنسبة 13% وجاء في المرتبة الثالثة لا أوافق بنسبة 11% وفي المرتبة الرابعة أوافق بنسبة 10% ولا أوافق بشدة جاء في الآخرة بنسبة 5%.

الجدول رقم (10) يوضح اعتقاد أفراد العينة بأن وسائل الإعلام التقليدية تقدم محتوى مخصصاً للهاتف ومتوافقاً مع الشاشات الصغيرة وتفاعلياً أكثر مما كانت عليه سابقاً

النسبة	التكرار	العبرة
30.1%	50	أوافق بشدة
31.3%	52	أوافق
23.4%	39	محايد
6.0%	10	لا أوافق
9.0%	15	لا أوافق بشدة
100%	166	المجموع

توضح نتائج الجدول السابق أن اعتقاد وسائل الإعلام التقليدية تقدم محتوى مخصصاً للهاتف ومتوافقاً مع الشاشات الصغيرة وتفاعلياً أكثر مما كانت عليه سابقاً، حيث جاء في المرتبة الأولى أوافق بنسبة بلغت 31.3%، بينما جاء في المرتبة الثانية أوافق بشدة بنسبة 30.1%، وجاء في المرتبة الثالثة محايد بنسبة 23.4%، بينما تقاربت النسب بين لا أوافق بنسبة 6% ولا أوافق بشدة بنسبة 9%.

الجدول رقم (11) يوضح اعتقاد أفراد العينة بشأن استخدام تطبيقات القناة أو الراديو أو المواقع الرسمية التابعة لوسائل الإعلام التقليدية، مثل استخدام تطبيق القناة لمشاهدة عروض عند الطلب أو متابعة القصص الإخبارية بدلاً من متابعتها عبر القنوات التقليدية

النسبة	التكرار	العبارة
16.8%	28	أوافق بشدة
44.5%	74	أوافق
21.6%	36	محايد
16.8%	28	لا أوافق
0%	0	لا أوافق بشدة
100%	166	المجموع

توضح نتائج الجدول السابق بشأن استخدام تطبيقات القنوات أو الراديو أو المواقع الرسمية لوسائل الإعلام التقليدية، مثل استخدام تطبيق القناة لمشاهدة عروض عند الطلب أو متابعة القصص الإخبارية بدلاً من متابعتها عبر القنوات التقليدية، حيث جاء في المرتبة الأولى أوافق بنسبة 44.5%، بينما جاء في المرتبة الثانية محايد بنسبة 21.6%، بينما جاء في المرتبة الثالثة أن تساوت النسب بين أوافق بشدة ولا أوافق بلغت 16.8%، ولم تظهر أي إجابات في خانة لا أوافق بشدة.

وتشير النتائج المبينة في وجهة نظر الباحث بأن نصف عينة الدراسة تقريباً اعتقادهم باستخدام تطبيقات القناة أو الراديو أو المواقع الرسمية يتابعونها عبر الهاتف بدل الإعلام التقليدي.

الجدول رقم (12) يوضح انطباع أفراد عينة الدراسة بأن وسائل الإعلام التقليدية تستخدم المواقع الرقمية لزيادة التفاعل مع الجمهور كاستطلاعات رأي فورية أو تعليقات مباشرة أو مشاركة محتوى من الجمهور.

النسبة	التكرار	العبارة
38%	63	أوافق بشدة
23%	38	أوافق
13.2%	22	محايد
11.4%	19	لا أوافق

14.4%	24	لا أوافق بشدة
100%	166	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق مدى استخدام وسائل الإعلام التقليدية للهواتف الذكية كأداة للتفاعل مع الجمهور حيث جاء في المرتبة الأولى أوافق بشدة بنسبة 38%، بينما جاء في المرتبة الثانية أوافق بنسبة 23%، وجاء في المرتبة الثالثة لا أوافق بشدة بنسبة 14.4%، وفي المرتبة الرابعة محايد بنسبة 13.2%، وأخيراً لا أوافق بنسبة 11.4%.

الجدول رقم (13) يوضح انطباع أفراد عينة الدراسة حول مشاركتهم يومياً في تفاعل مباشر مع وسيلة إعلامية تقليدية عبر هواتفهم كإرسال سؤال أثناء بث مباشر أو التصويت في استفتاء عبر التطبيق أو إرسال محتوى ليتم عرضه

النسبة	التكرار	العبرة
73%	122	نعم
27%	44	لا
100%	166	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن غالبية أفراد العينة يؤكدون على مشاركتهم يومياً في تفاعل مباشر مع وسيلة إعلامية تقليدية عبر هواتفهم كإرسال سؤال أثناء بث لحظي أو التصويت في استفتاء عبر تطبيق أو إرسال محتوى يتم عرضه بنسبة 73% من إجمالي العينة وجاءت في المرتبة الأولى، بينما 27% أجابوا بـ لا.

وتفسر هذه النتيجة من وجهة نظر الباحث أن الغالبية العظمى من أفراد العينة يؤكدون على المشاركة عبر الهواتف الذكية أو وسائل الإعلام التقليدية.

الجدول رقم (14) يوضح انطباع أفراد العينة حول أن التفاعل عبر الهاتف يجعل تغطية الوسيلة الإعلامية أكثر شفافية وملاءمة لاهتماماتهم مقارنة بتجربتهم مع الوسائل التقليدية غير الرقمية

النسبة	التكرار	العبرة
54.8%	91	أوافق بشدة
35.5%	59	أوافق
6.6%	11	محايد

3.0%	5	لا أوافق
0%	0	لا أوافق بشدة
100%	166	المجموع

توضح نتائج الجدول السابق أن انطباع أفراد العينة حول التفاعل عبر الهاتف يجعل تغطية الوسيلة الإعلامية أكثر شفافية وملاءمة لاهتماماتهم مقارنة بتجربتهم مع الوسائل التقليدية غير الرقمية حيث أجابوا غالبية أفراد العينة بعبارة أوافق بشدة بنسبة بلغت 54.8% وجاءت في المرتبة الأولى بينما جاء في المرتبة الثانية أوافق بنسبة بلغت 35.5%، بينما محايد بنسبة 6.6% وجاء في المرتبة الثالثة، وانخفضت النسبة عند لا أوافق حيث بلغت 3.0% وجاء في المرتبة الرابعة، ولم يتم تسجيل أي بيانات بعبارة لا أوافق بشدة.

ويفسر الباحث هذه النتيجة إلى تأكيد التفاعل المباشر لغالبية أفراد العينة مع تطبيقات الهاتف الذكي.

نتائج الدراسة:

- 1- توصلت نتائج الدراسة إلى وجود اتجاه واضح لدى أغلبية العينة لاعتقاد أن الأجهزة المحمولة تُستغل لتعزيز تفاعل الجمهور مع المضمون التقليدي.
- 2- توصلت نتائج الدراسة إلى وجود أغلبية واضحة تميل إلى تبني واستخدام منصات وواجهات وسائل الإعلام التقليدية الرقمية لإحاطة المستهلك بالمحتوى الإخباري والترفيهي.
- 3- توصلت نتائج الدراسة إلى أن أغلب أفراد العينة حاصلون على البكالوريوس يليه الحاصلون على الثانوية ثم دراسات عليا هذه التركيبة تشير إلى مجتمع عينة متعلم بدرجة عالية يهيمن عليه الحاصلون على مؤهلات جامعية وما بعدها.
- 4- توصلت نتائج الدراسة إلى أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الهواتف الذكية يومياً لفترات قصيرة إلى متوسطة، هذه يدل على أن الاستخدام اليومي منتشر لكنه في غالبه معتدل الزمن بين أفراد العينة.
- 5- تشير نتائج الدراسة إلى أن غالبية عينة الدراسة تعتبر التفاعل عبر الهاتف وسيلة تعزز شفافية التغطية وتلائم اهتماماتهم.

6- توصلت نتائج الدراسة إلى أن هناك من يشاركون يومياً في تفاعل مباشر مع وسائل إعلام تقليدية عبر هواتفهم — مثل إرسال أسئلة أثناء البث أو التصويت — مما يدل على مستوى مشاركة يومية مرتفع عبر الهواتف الذكية بين أفراد العينة.

توصيات الدراسة:

1. توصي الدراسة بتعزيز استراتيجيات التكامل الرقمي للوسائل التقليدية من خلال توجيه جهود المؤسسات الإعلامية لتطوير تطبيقات ومواقع متوافقة مع الهواتف الذكية توفر محتوى عند الطلب وتجارب مستخدم مبسطة، مع ربط البث التقليدي بالمنصات الرقمية لزيادة الوصول والتفاعل.
2. توصي الدراسة بتوسيع أدوات التفاعل الفوري والمشاركة الجماهيرية كالتعليقات المباشرة.
3. أوصت الدراسة بتصميم محتوى موجه ومتجاوب مع اهتمامات المستخدمين عن طريق استخدام تحليلات سلوك المستخدمين لتخصيص الموضوعات والزمن المناسب للنشر على الهواتف.
4. توصي الدراسة برفع قدرات الجمهور والمؤسسات التقنية والتثقيفية لرفع مهارات الجمهور في المشاركة الآمنة والفعالة عبر التطبيقات، ولتحسين قدرات العاملين في المؤسسات الإعلامية على إنتاج محتوى رقمي تفاعلي وموثوق.
5. توصي الدراسة بمتابعة تقييم وتطوير سياسات قياس الأداء لقياس مدى تأثير التفاعل عبر الهواتف على شفافية التغطية وثقة الجمهور.

المراجع

1. أبو الرب، محمد عمر محمد؛ والقصري، إلهام مصطفى. (2014). المشكلات السلوكية جراء استخدام الهواتف الذكية من قبل الأطفال من وجهة نظر الوالدين في ضوء بعض المتغيرات (المجلد الأول). الإمارات العربية المتحدة: المجلة الدولية للأبحاث التربوية/جامعة الإمارات العربية المتحدة.
2. أحمد مرسل. (2005). مناهج البحث العلمي في علم الإعلام والاتصال (المجلد الأول). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
3. بسمة حساني وآخرون. (2023). استخدام الاعلامي لتطبيقات الهاتف الذكي في الانتاج الاعلامي (الإصدار 1، المجلد الأول). الجزائر: جامعة قاصدي مبراح ورقلة.

4. بشائر ابراهيم عبدالغني عبدالفتاح. (2019). درجة استخدام طلبة الجامعات الأردنية الخاصة للهواتف الذكية في التعليم في ضوء معايير الجودة (الإصدار الأول، المجلد الأول). الاردن: كلية العلوم التربوية.
5. بضة مروة وآخرون. (2022). واقع استخدام صحافة الهاتف الذكي في الجزائر. العراق: جامعة تيارت.
6. حسن عماد مكاي. (2003). تكنولوجيا الاتصال في عصر العولمة (المجلد الأول). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
7. فريال ناجي مصطفى العزام. (2017). درجة استخدام الهواتف الذكية في العملية التعليمية (الإصدار 1، المجلد الأول). الاردن: جامعة الشرق الاوسط.
8. فضيل دليو. (2003). مدخل إلى الاتصال الجماهيري (المجلد الأول). الجزائر: مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري.
9. محمد عبدالحميد. (2015). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (المجلد الأول). القاهرة: عالم الكتب.
10. محمد عبدالله العلوي. (2016). مواقع التواصل الاجتماعي ثقافة جديدة. الرياض: مكتبة جرير.
11. محمد عطية الشرحلي. (2013). الفوائد التربوية من استخدام الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر اللوحي في العملية التعليمية.
12. محمد عمار عبدالهادي. (2017). التعليم الالكتروني عبر شبكة الانترنت. القاهرة: الانجلو المصرية.
13. موريس أنجريس. (2005). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية (تدريبات علمية). الجزائر: دار القصبة للنشر.
14. هبة طرفة وآخرون. (2024). دور استخدام الهواتف الذكية في تعزيز السلوك التعليمي لدى طلاب المرحلة الثانوية من وجهة نظرهم (المجلد الأول). اللاذقية: مجلة جامعة الفرات.
15. مصطفى عبد العزيز السيد، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها - دار الفكر العربي، القاهرة، 2004 ص 40.