Dirasat: Human and Social Sciences, Volume 53, No. 4, 2026, 9068

Deanship of Scientific Research

Jordanian Media Institutions Communicators' Attitudes towards the Use of Smartphones in Media Content Production: A Survey Study

Ali Nejadat [1], ***Walaa Alotabi***[2]

[1]Dept. of Journalism and Digital Media, Faculty of Communication, University of Petra, Jordan

[2]Dept. of Educational Media, Ministry of Education, Jordan

Received: 18/9/2024
Revised: 22/10/2024
Accepted: 7/11/2024
Published online: 1/11/2025

* *Corresponding author:*
ali.nejadat@uop.edu.jo

Citation: Alotabi, A., & Alotabi, W. (2026). Jordanian Media Institutions Communicators' Attitudes towards the Use of Smartphones in Media Content Production: A Survey Study. Dirasat: Human and Social Sciences, 53(4), 9068.
https://doi.org/10.35516/Hum.2026.9068

© 2026 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

Abstract

Objectives: This study aimed to assess the attitudes of communication managers in Jordanian media institutions regarding the use of smartphones in media content production.

Methods: A descriptive research design was employed, utilizing a survey method with a sample of 300 communication managers from various Jordanian media institutions.

Results: The findings indicate a strong tendency to use smartphones for producing media content, with an average score of 4.52 and a standard deviation of 0.44. The most frequently produced content types using smartphones include video recordings of current events, significant scenes, and breaking news, with utilization rates reaching 87.2%. The overall anticipated impact of smartphone usage by communication managers on media production performance was also high, averaging 4.40 with a standard deviation of 0.52. The expected impact on effort level was similarly high, with an average score of 4.52 and a standard deviation of 0.48.

Conclusions: The study concludes that communication managers should receive specialized training to stay current with smartphone media technology. Training programs should focus on enhancing their skills in producing content related to documentaries, investigations, and virtual reality (VR) storytelling.

Keywords: Communication managers; attitudes; media institutions; smartphones; media content.

اتجاهات القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلاميّة الأردنيّة نحو استخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي: دراسة مسحيّة

علي عقله عبدالرحمن نجادات، ولاء العطابي

[1] قسم الصحافة والإعلام الرقمي- كلية الإعلام، جامعة البترا-الأردن

[2] وزارة التربية والتعليم/ قسم الإعلام التربوي

ملخّص

الأهداف: هدفت الدراسة التعرف إلى اتجاهات القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلاميّة الأردنيّة نحو استخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي.

المنهجية: تصنّف الدراسة ضِمن البُحوث الوصفِيّة التي اعتمدت على منهج المَسح، من خلال الاستبانة كونها أداة لجمع البيانات، والتي وزّعت على عينة مُتاحة قوامها (300) مفردة من مجتمع الدراسة، والمُتمثل في القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلاميّة الأردنيّة.

النتائج: توصلت الدراسة إلى أنَّ اتجاهات القائم بالاتصال نحو استخدام الهواتف الذكيّة الكلي في إنتاج المحتوى الإعلامي جاءت مرتفعة، وبمتوسط حسابي بلغ (4.52) وانحراف معياري (0.44)، كما أنَّ درجة استخدام القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الأردنيّة للهواتف الذكيّة بلغت (4.36)، بانحراف معياري (0.72)، وهي درجة استخدام مُرتفعة. وكشفت أنَّ أكثر أنواع المحتوى الإعلامي الذي ينتجه القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية باستخدام الهواتف الذكيّة هو (تسجيل مقاطع فيديو للوقائع الجارية والمشاهد المهمة، والشهادات الحيّة) وكذلك (الأخبار العاجلة) بمستوى مرتفع، وبمتوسط حسابي بلغ (4.36)، وبنسبة استخدام (87.20%) لكل منهما، أما فيما يتعلق بمستوى تأثير عامل الأداء المتوقع على استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي فقد جاء مرتفعًا، وبمتوسط حسابي بلغ (4.40)، وانحراف معياري (0.52)، بينما كانت نتائج مستوى تأثير عامل الجهد المتوقع على استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي مُرتفعة، وبمتوسط حسابي بلغ (4.52)، وانحراف معياري (0.48).

الخلاصة: خلصت الدراسة إلى ضرورة تدريب القائم بالاتصال وتأهيله لمواكبة تكنولوجيا إعلام الهواتف الذكيّة، وتنفيذ برامج تدريبيّة لصقل وتنميّة مهاراته وقدراته في إنتاج المحتوى الإعلامي، المُتعلق بالأفلام الوثائقيّة، والتحقيقات الاسْتِقصائيّة، وقصص من الواقع الافتراضي (VR).

الكلمات الدَالّة: اتجاهات، القائم بالاتصال، المؤسسات الإعلاميّة، الهواتف الذكيّة، المحتوى الإعلامي.

مقدمة

يشهد القرن الحادي والعشرين تطورات شملت مناحي الحياة الإنسانيّة المُختلفة جميعها، لا سيما في المجال التكنولوجي الذي يتسارع، ويستمر التطور بشكل دائم. ومع ظهور شبكة الإنترنت، تَشكل واقع إعلامي جديد، بظهور ما يعرف الآن بالإعلام الرقمي أو ما اصطلح على تسميته بـ"الإعلام التفاعلي أو التشاركي"، هذا الواقع تشكلت من خلاله طرائق وأساليب جديدة ومنوعة للتعامل مع وسائل الإعلام وطرائق استخدامها وإنتاجها، وتطبيق مضامينها، إضافة إلى انتشار عمليات جديدة للإنتاج والتوزيع من خلال ما يعرف بـ"الهواتف الذكية"، التي مكنت مستخدميها، وبالأخص الإعلامي أن يكون مُنتجًا للمحتوى ومُوزعًا له على نطاق واسع.

ولم يقتصر التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم في مجال الهواتف الذكيّة على الاستخدمات الشخصية، وإنما امتد الأمر ليشمل تحولاً جذريًّا في اتساع استخدامها لتصبح وسيلة مُتعددة الأغراض، لاحتوائها على تطبيقات مُتنوعة، وفي كافة النواحي الإعلاميّة والتعليمية والتدريبيّة والتفاعليّة. ومع انتشار هذا الكم الهائل من الهواتف الذكيّة جنبًا إلى جنب مع خدمة الإنترنت، لم يعد يخلو بيت من هذه الأجهزة التي تخطت حدود الزمان والمكان للحصول على المعلومة، وأصبحت الشركات تتنافس فيما بينها في إضافة مُميزات وخدمات تتفوق فيها على بعضها.

إنَّ تطور كاميرات الهواتف الذكية يومًا بعد آخر، جعل منها مُستقبلاً للتصوير السينمائي، وذلك بعد استخدام الهاتف الذكي في تصوير فيلم الجنون، حيث سبقت الصحافة السينما بسنوات في اكتشاف الإمكانات الواسعة للهاتف الذكي، من خلال قدرتها في إعداد مواد صحفيّة قابلة للنشر، فيما عرف بصحافة الهاتف (الموجو) وذلك في التسعينيات من القرن الماضي، حيث بدأت وكالات الأنباء في نقل المادة الصحفيّة وتحريرها بالهاتف، سواء أكانت صورة أو نصًا أو فيديو، (صحيفة الشرق الأوسط، 2019).

ووفقًا لتقرير "ديجتال بورتال" يستخدم ما مجموعه 5.44 مليار شخص الهواتف الذكيّة في أوائل عام 2023، أي ما يُعادل 68% من إجمالي سكان العالم. وزاد مستخدمو الهواتف الذكيّة بنسبة تزيد عن 3% خلال العام الماضي، مع 168 مليون مستخدم جديد خلال سنة 2022م. ويوجد 5.16 مليار مستخدم للإنترنت في العالم حتى يومنا هذا، مما يعني أن 64.4% من إجمالي سكان العالم متصلون بالإنترنت، وزاد عدد مستخدميه بنسبة 1.9%. وبحسب التقرير فإن نسبة عدد مستخدمي الإنترنت في الأردن بلغ 9 مليون ما يمثل 88% من السكان، وبالمقابل بلغ عدد مستخدمي الهواتف الذكيّة 8 مليون من إجمالي عدد السكان البالغ عددهم 11 مليون نسمة، (2023، الموقع الإلكتروني لصحيفة الغد).

ولقد أثرت التطورات التكنولوجيّة على طبيعة عمل القائم بالاتصال في الإعلام الرقمي من حيث مهامه وأسلوبه في عرض المَادَة، وإعدادها وإنتاجها وبثها ومُتابعتها المُستمرة، وإنّ التطور التكنولوجي فرض على القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلاميّة إعداد محتوى عالي الجودة بما يُحقق أعلى فاعليّة. ويعدّ القائم بالإتصال العنصر المحوري في العمليّة الإتصاليّة، حيث يظهر تأثيره في قوة الرسالة الإعلاميّة ومدى تأثيرها على المُتلقي وعلى كفاءة المُحرر في توصيل أفكاره للقارئ وإقناعه بها.

إنَّ القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلاميّة لا بد أن يُتقن إعداد المحتوى الإعلامي بشكل أو بآخر، فالتطور الإعلامي فرض عليه إنتاج محتوى عالي الجودة بما يُحقق الغاية والهدف، وذلك باستخدام الهواتف الذكيّة لإنتاج محتوى إعلامي يتلاءم مع التطورات ومواكبة كل ما هو جديد. ومن هُنا جاءت هذه الدراسة لتلقي الضوء على اتجاهات القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلاميّة الأردنيّة نحو استخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي.

إشكاليّة الدراسة

شهد الإعلام الأردنيّ - مثله مثل الإعلام في باقي دول العالم - في العقد الأول من القرن الحالي ثورة تقنيّة حديثة وتحولات تكنولوجية وابتكارات جديدة تدعوه إلى ضرورة التكيف مع هذه التغيرات المستمرة، وتطوير أساليب عملها، فظهور الهواتف الذكيّة إلى جانب التكنولوجيا الرقميّة وشبكات الإنترنت، ساهم في إحداث تغيير عميق في مهنة الإعلام ولا يزال، وفرض هذا التطور على القائم بالاتصال إنتاج وإعداد محتوى إعلامي عالي الجودة ، وبما يُحقق التأثير المطلوب، وخاصة بعد ظهور الهواتف الذكيّة التي سمحت من خلال تطبيقاتها وإعداداتها إثراء محتوى الإعلام ورفده بأشكال صحفيّة جديدة، وأصبحت الهواتف الذكيّة في السنوات الأخيرة تؤدي دورًا مُهمًا في تمكين الصحفيين من التغلب على بعض التحديات في إنتاج المحتوى. وعليه تكمن إشكاليّة الدراسة في التعرف إلى اتجاهات القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلاميّة الأردنيّة نحو استخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي.

أهمية الدراسة

تأتي أهميّة هذه الدراسة من حداثة الموضوع الذي تتناوله، وسوف تُساهم في إلقاء الضوء على اتجاهات القائم بالاتصال نحو استخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي، ومدى تقبله لهذه الوسيلة واستخدامه لها والمزايا التي سيحصدها باستخدام هذه التقنيّة، كما ستُساهم هذه الدراسة في إثراء المكتبات العربية بالمعرفة في مجال الإعلام الرقمي وإنتاج المحتوى باستخدام الهواتف الذكيّة.

أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيس لهذه الدراسة في التعرف إلى " اتجاهات القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلاميّة الأردنيّة نحو استخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي"، وتتفرع منه مجموعة الأهداف الفرعيّة الآتية، والتي تهدف التعرف إلى:

1. درجة استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي.
2. المحتوى الإعلامي الذي ينتجه القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلاميّة باستخدام الهواتف الذكيّة.
3. تأثير الأداء المتوقع على استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي.
4. تأثير الجهد المتوقع على استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي.
5. تأثير التسهيلات المُتاحة على استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي.
6. التحديات التي تواجه القائم بالاتصال باستخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي.

تساؤلات الدراسة

يتمثل السؤال الرئيس لهذه الدراسة في معرفة اتجاهات القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلاميّة الأردنيّة نحو استخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي، ويتفرع عن السؤال الرئيس مجموعة الأسئلة الفرعيّة الآتية:

1. ما درجة استخدام القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلاميّة الأردنيّة للهواتف الذكيّة؟
2. ما المحتوى الإعلامي الذي ينتجه القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلاميّة باستخدام الهواتف الذكيّة؟
3. ما تأثير عامل الأداء المتوقع على استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي؟
4. ما تأثير عامل الجهد المتوقع على استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي؟
5. ما تأثير عامل التسهيلات المُتاحة على استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي؟
6. ما التحديات التي تواجه استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي؟

التعريفات الإجرائيّة لمفاهيم الدراسة

- **يُعرف الاتجاه بأنه** استعداد وقابليّة القائم بالاتصال لاستخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي والاستجابة السريعة من قبل القائم بالاتصال للتحولات التكنولوجيّة في صناعة الصحافة والإعلام الرقمي.

- **يُعرّف القائم بالاتصال بأنه** كل من يعمل في إعداد وإنتاج وتقديم الرسالة الإعلاميّة في المؤسسة الإعلاميّة، مهما اختلفت الدور أو الموقع، ونقصد به في هذه الدراسة الممارسون للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية، ممن لهم علاقة مُباشرة بمحتوى الرسالة الإعلاميّة شكلاً ومضمونًا.

- **يُعرّف المحتوى الإعلامي بأنه** المعلومات التي تُشكل المادة الأساسيّة للمؤسسات الإعلاميّة والصحفيّة الأردنية، سواء أكانت مادة مكتوبة أو سمعيّة أو بصريّة، وتُعبر عن فكرة أو واقعة أو حادثة يكون لها اهتمام عند الجمهور، ويأخذ هذا المحتوى مجموعة من الأشكال كالخبر والتقرير والتحقيق والمقال وغيرها، والتي تُعالج قضيّة ما أو تبدي رأياً في موضوع أو تغطية لحدث مُعين.

الدراسات السابقة

قام الباحثان بمراجعة التراث العلمي المُتعلق بموضوع الدراسة، وتمكنا من رصد الدراسات السابقة على محورين هما؛ الدراسات العربية والدراسات الأجنبية .

- الدراسات العربيّة

1. دراسة (شكارنة، وتنوح، 2023)، بعنوان: **"أثر استخدام تطبيقات الهاتف المحمول على الأداء المهني للصحفيين الفلسطينيين"** وهدفت الدراسة التعرف إلى أثر استخدام تطبيقات الهاتف المحمول على الأداء المهني للصحفيين الفلسطينيين من خلال معرفة دوافع وطبيعة وآثار هذا الاستخدام والوقوف على أهم الاستخدامات لتطبيقات الهاتف المحمول في العمل الصحفي وأبرز أنواع التطبيقات المُستخدمة، وتندرج الدراسة ضمن البحوث الكميّة، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي والاستبانة أداة لجمع البيانات، وتكون مجتمع الدراسة من الصحفيين العاملين بوسائل الإعلام في الضفة الغربية والعينة عشوائيّة بسيطة قوامها (100) مُفردة، وتوصلت الدراسة إلى: أن الهاتف المحمول ساهم في سرعة أداء المُهمة الصحفيّة ومُشاركة الإنتاج مع الجمهور، وأنّ تطبيقات التواصل الاجتماعي كانت الأكثر استخدامًا من قبل الصحفيين لأداء عملهم.

2. دراسة (بوعون، وبلوصيف، 2020)، بعنوان: **"استخدام تطبيقات صحافة الموبايل Mojo وتأثيراتها على الأداء الإعلامي في الجزائر: دراسة ميدانيّة في إذاعة سطيف الجهويّة"** وهدفت الدراسة التعرف إلى مدى استخدام تطبيقات صحافة الموبايل Mojo في العمل الإذاعي وتأثير ذلك على الأداء الإعلامي واستخدام تطبيقات الهاتف الذكي والتكنولوجيا الحديثة في العمل الإذاعي، وتندرج الدراسة ضمن البحوث الوصفيّة، واستخدمت

الملاحظة العلميّة البسيطة والمقابلة الحرة أو المفتوحة أداوات لجمع البيانات، وتكون مجتمع الدراسة من الإذاعات المحليّة في الجَزَائِر جميعها، وبعض الصحفيين والناشطين، أما العينة فهي القصديّة، حيث تم اختيار إذاعة سطيف الجهويّة والصحفي ياسين ضامن وفاروق رايس، وتوصلت الدراسة إلى أن بعض الصحفيين يقومون بمبادرات فرديّة لتحميل تطبيقات الموبايل واستخدامها بشكل فعال، أما على مستوى المؤسسة الإذاعيّة فلوحظ وجود إرادة واهتمام كبير من قبل المسؤولين والقائمين على الاتصال باستخدام تطبيقات الهاتف الذكي في البرامج الإذاعيّة إنتاجًا وإخراجًا وتقديمًا.

3. دراسة (نور، 2020)، بعنوان: **"استخدام الهاتف المحمول في إثراء محتوى الإعلام: الجزيرة أنموذجا"**، وهدفت الدراسة التعرف إلى التحولات التي أحدثها استخدام الهاتف المحمول في إنتاج المحتوى الإعلامي عربيًا، ودور إدخال الهاتف باعتباره وسيلة في إنتاج هذا المحتوى وأبرز التحديات العلمية وحاجة الإعلام للمواكبة والاستفادة منه نوعًا وكمًا، وتندرج الدراسة ضمن البحوث الوصفيّة، واستخدمت منهج التحليل الموضوعي والاستدلال الاستنتاجي والمقابلات المُعمقة والملاحظة الشخصية أدوات لجمع البيانات، وتكون مجتمع الدراسة من شبكة الجزيرة الإعلاميّة ومقرها الرئيس بالدوحة والعينة تقارير ومواد إخباريّة انتجتها الجزيرة عبر منصاتها المختلفة، وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام الهاتف المحمول أحدث تغييرا في سلوك إنتاج المحتوى الإعلامي، عبر رفده بأشكال صحفيّة جديدة في السرد القصصي والعمق البصري، ولتسريعه في عملية الإنتاج. 1342

4. دراسة (الداغستاني، 2020)، بعنوان: **"تطبيقات الهواتف الذكيّة والأجهزة المحمولة ومدى الاعتماد عليها في تلقي الأخبار"**، وهدفت الدراسة التعرف إلى مدى اعتماد مستخدمي الهواتف الذكيّة والأجهزة المحمولة على التطبيقات المتاحة في هذه الأجهزة للحصول على الأخبار ومعرفة الأسباب الكامنة وراء اعتماد المبحوثين على الهواتف الذكيّة للحصول على الأخبار، وتندرج الدراسة ضمن البحوث الوصفيّة، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي والاستبانة أداة لجمع البيانات، وتكون مجتمع الدراسة من مستعملي الهواتف الذكية والأجهزة المحمولة في العراق، والعينة عمديّة قوامها (75) مبحوثًا، وتوصلت إلى اعتماد المبحوثين على عشرة أنواع من التطبيقات التي تعد برامج متاحة للحصول على الأخبار تصدرها تطبيق أخبار الجزيرة لأندرويد، كما ويعتمد مستعملو الهواتف الذكيّة والأجهزة المحمولة بدرجة كبيرة جدًا على التطبيقات المُتاحة في هذه الأجهزة للحصول على الأخبار.

- الدراسات الأجنبيّة

1. دراسة (Rodrigues, Baldi, Gala, 2021)، بعنوان: **Mobile Journalism: the Emergence of A New Field of Journalism (صحافة الموبايل: ظهور ميدان جديد في مجال الصحافة)**، وهدفت الدراسة التعرف إلى سمات ومُميزات صحافة الموبايل ومدى إمكانيّة إنتاج محتوى إخباري بأسرع وقت مُمكن من قبل الصحفيين في ظل التقنيات الرقمية الجديدة والتي تعتمد على Mojo وعلى الهواتف الذكيّة، وتندرج الدراسة ضمن البحوث التجريبيّة، واستخدمت الدراسة الاستبانة والمقابلات المُعمقة أداتيّن لجمع البيانات، وتكون مجتمع الدراسة من الصحفيين الذين يستخدمون الهواتف في إنتاج المحتوى الإعلامي من 24 جنسيّة مُختلفة، ويأتي معظمهم من الولايات المتحدة والمملكة المتحدة، والعينة مُتاحة قوامها 53 فردًا، وتوصلت الدراسة إلى أنَ صحافة الموبايل باستخدام الهواتف الذكيّة هي تقنيّة مناسبة لمُتطلبات صناعة الإعلام في القرن الحادي والعشرين، وتُمكن الصحفيين من إنتاج محتوى إعلامي يتسم بالسرعة.

2. دراسة (Rubio, Pedrero-Esteban, 2021)، بعنوان: **The Transformation of the Colombian Media Industry in the Smartphone Era (تحوّل صناعة الإعلام في كولومبيا في عصر الهواتف الذكيّة)**، وهدفت الدراسة التعرف إلى أثر الهواتف الذكيّة في تحديد وتقييم استراتيجيات السرد لوسائل الإعلام في شبكات التواصل الاجتماعي، وكيفيّة التعامل مع الإندماج في القنوات والمنصات بما يتفق مع الاستهلاك المُعاصر، واستخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة، وتكون مجتمع الدراسة من أقدم صحيفتين وطنيتين (إل تيمبو وإل إسبيكتادور في كولومبيا) بالإضافة إلى خمس محطات إذاعيّة تبث على مستوى البلاد، وتحظى بأكبر عدد من المُستمعين، والعينة موزعة على 10 استراتيجيات لمؤسسات كولومبية رئيسة في الصحافة، وتوصلت إلى استجابة صناعة الإعلام للمطالب المفروضة عليها من البيئة الجديدة للاستهلاك والاستراتيجيات المُنبثقة عن نشاطها، وأن الهواتف الذكيّة سمحت لشبكات التواصل الاجتماعي لتُصبح الطريق الأسرع لجذب الجمهور الأصغر سنًّا، بالإضافة إلى أن التنسيقات الصحفيّة الجديدة تُعزز القرب بين وسائل الإعلام والمُستخدمين للهواتف الذكيّة.

3. دراسة (Kodithuwakku, et al. 2020)، بعنوان: **Evaluating the Effective of Mobile Journalism Training in Improving Knowledge and Practice Among Young Journalists in Sir Lanka (تقييم فعاليّة التدريب على صحافة الموبايل في تحسين المعرفة والمُمارسة بين الصحفيين الشباب في سريلانكا)**، وهدفت الدراسة التعرف إلى مستوى تدريب الصحفيين الشباب في سيرلانكا على صحافة المحمول بهدف تحسين المعرفة والمُمارسة الصحفيّة لديهم، وتندرج الدراسة ضمن البحوث الوصفيّة والاستدلاليّة واستخدمت الدراسة الملاحظات والمُناقشات والمُقابلات التتبعيّة أداة لجمع البيانات، وتكون مجتمع الدراسة من الصحفيين الشباب العاملين في الصحافة المحمولة في سريلانكا حيث تم تقسيمهم إلى ثلاثة مجموعات، والعينة قوامها (92) مبحوثًا، وتوصلت إلى وجود فروق معنويّة بين المُشاركين وغير المُشاركين فيما يتعلق بعدد إنتاجات Mojo وأن برنامج التدريب قد ساهم في تحسين المعرفة والمُمارسة فيما يتعلق بـ Mojo بين الصحفيين المُشاركين ونجاحه في نقل المعرفة والمهارات لدى المُشاركين.

4. دراسة (Kalorth, Sagar, 2020)، بعنوان: **Smartphone In Journalism: Shift in News Production, Distribution, and**

Consumption in Indian Mediascape (الهاتف الذكي في الصحافة: تحول في إنتاج الأخباروتوزيعها واستهلاكها في المشهد الإعلامي الجديد في الهند)، وهدفت الدراسة التعرف إلى أثر الهواتف الذكيّة على الصحفيين في مكان عملهم وعلى المُحررين في غرفة الأخبار، وبناء إطار نظري لفهم قدرات وقيود الهواتف الذكيّة في غرف الأخبار في الهند، وكيفيّة إنتاج الأخبار في وسائل الإعلام الجديدة، واستخدمت الدراسة المُقابلات أداة لجمع البيانات، وتكون مجتمع الدراسة من الصحفيين ومديري وسائل الإعلام في الهند، والعينة قوامها (255) مبحوثًا، وتوصلت الدراسة إلى إمكانيّة إنتاج أخبار جاهزة من خلال استخدام الهواتف الذكيّة من قبل معظم الصحفيين في وسائل الإعلام، وتعدد أدوار وواجبات الصحفي في كثير من الأحيان حيت تمتد إلى تصوير الفيديو وتحريره، وإضافة تعليق صوتي وتحرير الصور ونشرها من خلال استخدام الهواتف الذكيّة.

5. دراسة (Jamil, Appiah-Adjei, 2019)، بعنوان: **Journalism in the era of mobile technology: The changing pattern of news production and the thriving culture of fake news in Pakistan and Ghana (الصحافة في عصر الهو اتف الذكيّة: تغير نمط إنتاج الأخبار وازدهار ثقافة الأخبار المُزيفة في باكستان وغانا)**، وهدفت الدراسة التعرف إلى كيفيّة تغيرعمليّة إنتاج الأخبار بفضل الهواتف الذكيّة، وانتشار صحافة الموبايل وتعزيز انتشار الأخبارالمُزيفة نتيجة هذا التطور في الباكستان وغانا، واستخدمت الدراسة المنهج النوعي (الكيفي)، واستخدمت الدراسة المُقابلات المُعمقة والتحليل الموضوعي أداتين لجمع البيانات، والعينة قوامها (15) مقابلة لصحفيين من باكستان و (6) صحفيين من غانا، وتوصلت هذه الدراسة إلى ضرورة أن يتلقى الصحفيون تدريبًا فنيًا لاستخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج الأخبار، كما ويجب أن تترافق هذه الكفاءات التقنيّة مع مهارات الصحافة الأساسيّة مثل السرد والتحقق من الأخبار، وتعبئة المحتوى لمن خلال استخدام الهواتف الذكيّة.

6. دراسة (Kitsa, Mudra, 2019)، بعنوان: **Smartphones In Journalism (الهو اتف الذكيّة في الصحافة)**، وهدفت الدراسة التعرف إلى استخدام الصحفيين للهواتف الذكيّة لإنشاء المواد الصحفيّة كإضافة للمعدات المهنيّة أو كبديل لها، كون الهواتف الذكيّة لا يمكن الاستغناء عنها ويعتمد ذلك على جودة الهاتف الذكي ونطاق عمل الصحفي المُستخدم فيه، واستخدمت الدراسة المنهج التحليلي والمقابلات أداة لجمع البيانات، وتكون مجتمع الدراسة من العاملين في وسائل الإعلام الأوكرانيّة، والعينة قوامها (465) مبحوثًا، وتوصلت الدراسة إلى توفير دورات وبرامج مُتخصصة لتمكين الصحفيين وتعليمهم كيفيّة استخدام الهواتف الذكيّة في الإنتاج الإعلامي ودعم العمل الإعلامي لديهم، وتوفير مناهج دراسيّة لإعداد الصحفيين المُستقبليين.

التعقيب على الدراسات السابقة

- **تتفق الدراسة الحاليّة مع الدراسات السابقة من حيث:**

1. استخدمت الدراسات جميعها المنهج المسحي بما فيها الدراسات الأجنبيّة ما عدا دراسة نور (2020) استخدمت منهج التحليل الموضوعي والاستدلالي والمُلاحظة الشخصيّة، ودراسة Rubio & Esteban (2021) ، التي استخدمت منهج دراسة الحالة.

2. استخدمت الدراسة الحاليّة أداة الاستبانة لجمع البيانات، وهي تتفق بذلك مع جميع الدراسات السابقة باستثناء دراسة بوعون والطيب (2020)، ودراسة نور (2020)، بالإضافة إلى دراسة كُلاً من (Kitsa, Mudra, (2019، Kalorth, Sagar, (2020)، Jamil, Appiah-Adjei, (2019)، التي استخدمت جميعها المقابلة المُعمقة.

3. استخدمت الدراسة الحاليّة العينة المُتاحة من القائمين بالاتصال العاملين في المؤسسات الإعلاميّة الأردنيّة، وهي بذلك تتفق مع دراسة دراسة (Rodrigues, Baldi, Gala, (2021 ، في حين اختلفت مع بقية الدراسات السابقة التي استخدمت العينات العشوائية والعمدية.

المدخل النظري للدراسة

يُمكن القول إنَّ هذه الدراسة تستند على النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا/ Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)، وتُعد هذه النظرية إحدى النظريات الحديثة التي تهتم بدراسة ما يحدث في عقول الأفراد عندما يسعون إلى استخدام التطبيقات التكنولوجيّة في السياق التنظيمي والمهني، حيث تختبر تأثير مكونات الفرد الداخليّة كالمعتقدات والاتجاهات، والمكونات الخارجيّة المُتمثلة في البيئة الاجتماعيّة المُحيطة والإمكانيات المُتاحة، ودراسة تأثير بعض المُتغيرات الوسيطة المُتمثلة في النوع والخبرة وطواعيّة الاستخدام، (Van Schaik,2009, P.231).

وتمَّ صياغة هذه النظرية من قبل فينكاتيش وموريس وديفيز (Venkatesh, Morris, Davis) في قبول المستخدم لتكنولوجيا المعلومات، حيث تهدف النظرية إلى شرح نوايا المُستخدم لاستخدام نظام معلومات وسلوك الاستخدام اللاحق، وترى النظرية أن هناك أربعة بُنى رئيسة تتمثل بمتوسط العمر المتوقع للأداء ومتوسط

- **الإطار المفاهيمي للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا**

يتحدد سلوك الاستخدام الفعلي للتطبيقات التكنولوجيّة وفقًا للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا من خلال متغير نيّة استخدام التكنولوجيا (الاتجاه نحو الاستخدام) وتُحدد نيّة الاستخدام من خلال أربعة مُتغيرات هي: (توقع الأداء، وتوقع الجهد، والتأثيرات الاجتماعيّة، ثم

التسهيلات المُتاحة).

أولاً: توقع الأداء Performance Expectancy (PE)

يُمثل مفهوم توقع الأداء أحد الركائز الرئيسة للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، ووفقًا للنظرية يؤثر توقع الأداء في نيّة الفرد تجاه استخدام التقنيات التكنولوجية بشكل مُباشر، وعلى سلوك الاستخدام الفعلي بشكل مُباشر، (Taiwo. Downe, 2013, P.49).

ثانيًا: توقع الجهد Effort Expectancy (EE)

يُمثل مفهوم توقع الجهد العامل الثاني للنظريّة الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، وقد طُرح هذا العامل في نموذجي قبول التكنولوجيا Technology Acceptance Model (TAM/TAM 2)، ونموذج استخدام أجهزة الكمبيوتر الشخصيّة Model of PC Utilization (MPCU) وعمل فينكاتيش وزملاؤه على وضع هذا المتغير في نظريتهم الموحدة، (Wu. Tao, 2008, P. 930)

ويرتبط مفهوم توقع الجهد بمدى السهولة المتوقعة من قبل الأفراد تجاه استخدام التقنيات التكنولوجيّة في السياق المهني والوظيفي أو في مستوى التعقيد في استخدامها، (chiemeke. Evwiekpaefe, 2011, P.1721).

ثالثًا: التأثير الاجتماعي Social Influence

يتأثر سلوك الفرد وفقًا للنظرية بمدركاته حول سهولة أو صعوبة استخدامه للتقنيات التكنولوجيّة، بالإضافة إلى مدركاته حول العوائد المترتبة عن هذا الاستخدام ويمثل هذان البعدان العوامل الداخلية، كما أن هنالك عوامل خارجيّة تؤثر بشكل مُباشر على مُدركات وقدرة الفرد وأدائه السلوكي، ومنها طبيعة النظام الاجتماعي المحيط بالفرد والذي يفرض عليه مجموعة من القواعد غير المكتوبة والتي يُطلق عليها "المعايير والقواعد الموضوعيّة" والتي تحكم سلوك الفرد الاجتماعي وتجعله يتأثر بالآخرين في البيئة الاجتماعيّة المُحيطة بهم من خلال ثلاث وسائل هي: الاستيعاب (Internalization) والامتثال (Compliance) والهوية (Identification)، (Venkatesh. Zhang, 2010, P.11)

رابعًا: التسهيلات المُتاحة Facilitating Conditions (FC)

يؤثر مفهوم التسهيلات المُتاحة بشكل مُباشر في سلوك الاستخدام الفعلي، ويُمثل إحدى ركائز النظريّة الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، ويتعلق هذا العامل بتوفير الإمكانات اللازمة، فكلما أدرك الفرد بوجود بُنيّة تحتيّة تنظيميّة وتقنيّة في بيئة العمل أدى ذلك إلى التأثير بشكل مُباشر في سلوك الاستخدام الفعلي للتقنيّات التكنولوجيّة، (Venkatesh et al. 2003, PP.453-454).

خامسًا: النيّة السلوكيّة Behavioral Intention (BI)

تُمثل النيّة السلوكية أحد العوامل التي تؤثر بشكل مُباشر على سلوك الاستخدام الفعلي للتطبيقات التكنولوجيّة، كما ويُشير مُتغير نيّة الاستخدام إلى استعداد الشخص لأداء سلوك مُعين، وهي العامل الذي يسبق السلوك، (Venkatesh Ackerman, 2005, P.11).

كما وترتبط النيّة بالخبرة الناتجة عن الاستخدام، حيث تتحدد العلاقة بين النيّة والسلوك بناءً على اتجاهات الفرد نحو استخدام التقنيات التكنولوجيّة، وتشمل مشاعر الفرد وأحاسيسه التي تؤيد أو تعارض سلوكًا مُعينًا نتيجة للفوائد المتوقعة الناتجة عن استخدام هذه التقنيات، (Goswami. Dutta, 2015, PP. 52-53).

فروض النظريّة الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا

تنطلق النظريّة من فرضيتين رئيستين أساسيتّين، وتنبثق عنهما عدة فروض فرعيّة، وهي كما يلي: (مؤيد، 2017)

- **الفرض الأول:** تنطلق من وجود عدة مُتغيرات خارجيّة (مُستقلة)، منها ما يؤثر في نيّة الاستخدام للتقنيات التكنولوجيّة من قبل الأفراد، والأخرى ما يؤثر في سلوك الاستخدام الفعلي لها، وتتحدد العلاقة بين النيّة والسلوك بناءً على اتجاهات الفرد نحو استخدام تلك التقنيات والفوائد المُتوقعة منها وسهولة الاستخدام المُتوقعة، بالإضافة إلى تأثيرات البيئة المُحيطة، وينبثق من هذا الفرض عدة فروض فرعيّة على النحو التالي:

1. تؤثر المنافع المتوقعة من استخدام التقنيات التكنولوجيّة بشكل مُباشر في نيّة الاستخدام وبشكل غير مُباشر على سلوك الاستخدام الفعلي لدى الفرد، حيث يتوقف فاعليّة المنافع المتوقعة على عدة مُتغيرات تتمثل في: الاعتقاد بفائدة الاستخدام، والمُتعة الناتجة عن الاستخدام، وإدراكه لمناسبة التكنولوجيا للوظيفة التي يعمل بها، بالإضافة إلى إدراكه للميزة النسبيّة لتلك التكنولوجيا، ثم كفاءته الذاتية في استخدامها.
2. تؤثر سهولة الاستخدام المُتوقعة للتقنيات التكنولوجيّة بشكل مُباشر في نيّة الاستخدام، وبشكل غير مُباشر على سلوك الاستخدام الفعلي لدى الفرد، كما تتوقف فاعليّة سهولة الاستخدام المُتوقعة على إدراكه لسهولة الاستخدام المُتوقعة الحاليّة والمُستقبلة، وإدراكه لدرجة تعقيد تلك التقنيات.
3. تؤثر البيئة الاجتماعيّة والأفراد المُحيطون بالفرد في بيئة العمل من زملاء أو رؤساء في نيّة استخدامهم للتقنيات التكنولوجيّة بشكل مُباشر وعلى سلوك الاستخدام الفعلي بشكل غير مُباشر، ويتوقف فاعليّة التأثير الاجتماعي على عدة مُتغيرات مُتمثلة في المعايير والقواعد الموضوعيّة، وطواعيّة

الاستخدام، بالإضافة إلى تأثير العوامل الداخليّة المُتعلقة بتعزيز صورتهم أمام الآخرين.

4. تؤثر التسهيلات المُتاحة التقنيّة والتنظيميّة بشكل مُباشر في سلوك استخدام الفرد للتقنيات التكنولوجيّة، ويتوقف فاعليّة التسهيلات المُتاحة على عدة مُتغيرات تتمثل في: إدراك الفرد لكفاءة بيئة العمل، وكفاءته الذاتيّة، ثم إدراكه لتوافق التكنولوجيا مع طبيعة العمل، واحتياجاته وخبرته الشخصيّة.

- **الفرض الثاني:** تنطلق من وجود عدة مُتغيرات داخليّة (ديموغرافيّة) تؤثر في إحداث التأثير بين المُتغيرات الخارجيّة، ونيّة وسلوك الاستخدام الفعلي للتقنيات التكنولوجيّة من قبل الأفراد، حيث تتنوع قوة تأثير المُتغيرات الخارجيّة في المُتغيرات الداخليّة ما بين القوة والاعتدال بناءً على مُتغيرات النوع، والعمر، والخبرة، وطواعيّة الاستخدام.

- **مدى الاستفادة من النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا**

من خلال عرض الإطار النظري للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، يرى الباحثان أنه بالإمكان الاستفادة من الإطار النظري للنظرية في تحديد مشكلة الدراسة وتفسير نتائجها، بالإضافة إلى مدى تطابق ما ورد في أسئلة الدراسة وما جاء في النظريات. ومن المهم دراسة النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا لأي تقنيّة ووسيلة تكنولوجيّة، ومنها استخدام تكنولوجيا الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي، لفهم كيفيّة تأثير الفوائد المتوقعة لاستخدام الهواتف الذكيّة وتحديد العوامل الرئيسة التي يجب التركيز عليها لتعزيز هذه الفوائد، بالإضافة إلى فهم العوامل التي تؤثر في قبول واستخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي في المؤسسات الإعلاميّة الأردنيّة. كما وظف الباحثان فرضيات هذه النظرية من خلال أسئلة الاستبانة، والمُتمثلة بتوقع الأداء وتوقع الجهد والتسهيلات المُتاحة.

حدود الدراسة

أ. **الحدود الموضوعيّة:** تمحورت الدراسة حول اتجاهات القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلاميّة الأردنيّة نحو استخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي.

ب. **الحدود الزمانيّة:** أجريت الدراسة في الفترة ما بين شهر نيسان وآب 2024م.

ت. **الحدود المكانيّة:** أجريت هذه الدراسة ميدانيًّا في المؤسسات الإعلاميّة الأردنيّة والمُتمثلة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون والصحف الورقيّة والمواقع الإخباريّة والمحطات الإذاعيّة والتلفزيونيّة الخاصة وقناة المملكة ووكالة الأنباء الأردنيّة.

ث. **الحدود البشريّة:** غطت الدراسة الحدود البشرية للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الأردنيّة والمُسجلين في نقابة الصحفيين الأردنيّة، والذين أجابوا على الاستبانة الإلكترونية التي تمَّ إتاحتها عبر تطبيق Google Forms.

ج. **الحدود الديموغرافية:** شملت الخصائص الديموغرافيّة والمُتمثلة بمُتغيرات مختلفة تتمثل في: الجنس، التخصص العلمي، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة، مكان العمل، الوظيفة التي يعمل بها، محور استخدام الهواتف الذكيّة.

نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفيّة التي تهتم بدراسة الحقائق الراهنة المُتعلقة بطبيعة ظاهرة ما أو موقف أو مجموعة من الأوضاع والأحداث، (طايع، 2001). أما المنهج المُستخدم في هذه الدراسة فهو المسحي، الذي يهتم برصد وتحليل الحدث بشموليّة باستخدام أدوات قياس مُعينة، بالإضافة إلى كفاءته في التعرف إلى مقاصد الجمهور المُستهدف واتجاهاته وردود أفعاله نحو المحتوى الإعلامي للمؤسسات.

مجتمع الدراسة والعينة

يتمثل مجتمع الدراسة بالقائم في الاتصال بالمؤسسات الإعلاميّة الأردنيّة، وقد تمَّ اختيار هذا المجتمع من الصحفيين الأردنيين المُسجلين في نقابة الصحفيين الأردنيين، والبالغ عددهم (1357) فردًا، وفقًا لسجلات النقابة لعام 2024م، من خلال الاتصال مع مدير نقابة الصحفيين الأردنيين "وفيق عابدين"، بتاريخ 2024/3/6.

وقد تمَّ اختيارعينة قوامها (300) مفردة باستخدام العينة المُتاحة، التي تندرج ضمن العينات غير الاحتماليّة، وتمَّ توزيع أداة الدراسة إلكترونيًّا عبر (Google Forms) على القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الأردنية. وبعد استرداد الاستبيانات الـ(300) تبيّن من خلال الجدول رقم (3) أنَّ هناك (266) مبحوثًا يستخدمون الهواتف الذكيّة في إنتاجهم للمحتوى الإعلامي، وأنَّ (34) مبحوثًا لا يستخدمون، وبذلك تُصبح عيّنة الدراسة مكونة من (266) مفردة فقط.

جدول (1) توزيع أفراد العينة وفقًا لمتغيرات الدراسة

ن = (266)

المتغيرات	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	155	%58.3
	أنثى	111	%41.7
الفئة العمرية	30 سنة فأقل	22	%8.3
	31 سنة إلى أقل من 40 سنة	100	%37.6
	40 سنة إلى أقل من 50 سنة	106	%39.8
	50 سنة فأكثر	38	%14.3
المستوى التعليمي	دبلوم متوسط فأقل	21	%7.9
	بكالوريوس	142	%53.4
	دراسات عليا	103	%38.7
سنوات الخبرة في العمل الصحفي	أقل من 5 سنوات	75	%28.2
	5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	54	%20.3
	10 سنوات إلى أقل من 15 سنة	61	%22.9
	15 سنة فأكثر	76	%28.6

أداة الدراسة

استخدم الباحثان الاستبانة أداةً لجمع البيانات، وذلك لملاءمتها لأغراض الدراسة، وتكونت من أربعة محاور؛ شمل الأول معلومات حول خصائص أفراد العينة، (النوع الاجتماعي، العمر، المستوى التعليمي، التخصص الأكاديمي، المسمى الوظيفي، سنوات الخبرة)، وشمل الثاني معلومات عن استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة، وشمل الثالث أسئلة لمعرفة اتجاهات استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة والمحتوى الإعلامي الذي ينتجه، في حين شمل الرابع أسئلة مُتعلقة بتأثيرات الأداء والجهد المتوقع، وعامل التسهيلات، والتحديات التي تواجه القائم بالاتصال.

إجراءات الصدق والثبات

استخدام الباحثان أسلوب الصدق الظاهري للتحقق من صدق الأداة، حيث تمَّ عرضها على خمسة من المحكمين ذوي الخبرة والاختصاص من أعضاء هيئة التدريس المختصين في الإعلام في الجامعات الأردنية؛ للتأكد من مدى ملاءمة وقدرة الأداة على تحقيق أهداف الدراسة، وعدلت الاستبانة بناءً على الملاحظات والتعديلات المرفقة من قبل المحكمين؛ للخروج بأفضل أداة قادرة على تمثيل ما أُعدت من أجل قياسه. وصُمم المقياس بتدرج خماسي (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة) وقد أعطيت درجات رقميّة بلغت على التوالي: (5، 4، 3، 2، 1). وقد تم التحقق من صدق وثبات المقياس بطريقة الصدق الظاهري، والاتساق الداخلي، وتم اعتماد التقدير التالي للحكم على مستوى النتائج:

- معيار الحكم على المتوسطات الحسابية

2.33-1.00 بمستوى منخفض

3.67-2.34 بمستوى متوسط

5.00-3.68 بمستوى مرتفع

وتمَّ هذا من خلال تقسيم مدى الدرجات من (1-5) إلى ثلاث مسافات متساوية، بالاعتماد على المعادلة الآتية: القيمة العليا لبدائل الإجابة في أداة الدراسة - القيمة الدنيا لبدائل الإجابة في أداة الدراسة مقسومة على عدد المستويات الثلاثة: (مرتفعة، ومتوسطة، ومنخفضة) أي: (5-1) ÷3= 1.33 وهذه القيمة تساوي طول الفئة بين المستويات الثلاثة: (مرتفعة، ومتوسطة، ومنخفضة).

وللتحقق من ثبات الأداة، تم تطبيق أداة الدراسة على عينة استطلاعية مكونة من (30) صحفياً من داخل مجتمع الدراسة وخارج عينتها، وتم استخدام معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)، باعتباره مؤشراً على التجانس الداخلي، إذ بلغ معامل الثبات (كرونباخ ألفا) الكلي (0.86) فيما تراوحت قيم معامل الثبات بين (0.77-0.85)، وهي نسبة مقبولة لغايات الدراسة الحالية وتشير إلى ثبات الأداة.

جدول (2) معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لمحاور الاستبانة

الرقم	المحور	معامل الثبات
1	اتجاهات القائم بالاتصال من استخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي	0.82
2	نوع المحتوى الإعلامي الذي تُنتجه كقائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية باستخدام الهواتف الذكيّة	0.85
3	تأثير عامل الأداء المُتوقع على استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي	0.77
4	تأثير عامل الجهد المُتوقع على استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي	0.81
5	تأثير عامل التسهيلات المُتاحة على استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي	0.79
6	التحديات التي تواجه القائم بالاتصال أثناء استخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي	0.78
	الثبات الكلي للأداة	0.86

الهواتف الذكيّة منصة لعرض المحتوى الإعلامي

رافق التطور التكنولوجي في صناعة الهواتف الذكيّة خلال هذه الأعوام تطور في كيفيّة ونوعيّة وكميّة الاعتماد عليها باعتبارها منصة ووسيلة لنشر المعلومات والأخبار والوثائق والمحتوى الإعلامي، ومن ثم فهي تُمثل نقطة تحول مُهمة في مسار الصحافة، واتخذت أشكالاً وصورًا مُختلفة لعرض المحتوى وتصميمه ونشره، وأصبحت الهواتف الذكيّة المنصة الرقميّة الأولى لعرض المحتوى الإعلامي.

وأولت العديد من المؤسسات الإعلاميّة الاهتمام الكبير بتقديم خدماتها الإخباريّة عبر الهواتف الذكيّة، وذلك من خلال خدمة " Mobile News Feeds" أو من خلال الرسائل النصيّة القصيرة أو رسائل الفيديو، حيث أصبحت هذه الخدمة هي سبيل المؤسسات الإعلاميّة العالميّة للوصول إلى الهواتف الذكيّة بدلاً من الاعتماد على الرسائل النصيّة فقط، وتُستخدم هذه الخدمة من قبل العديد من المؤسسات الكبرى مثل وكالة أنباء "رويترز"، وهيئة الإذاعة البريطانيّة "بي بي سي"، كما وتقدم كُلاً من "الجزيرة" و "سي أن إن" خدمة (التلفزيون الجوال) لمشاهدة البث المُباشر للأحداث وقت وقوعها على الهواء بشكل مباشر من خلال الهواتف الذكيّة، (السنجري، 2019، ص87).

وأصبحت الهواتف الذكيّة في السنوات الأخيرة تؤدي وبشكل كبير دورًا مُهمًا في تمكين الصحفيين من التغلب على بعض التحديات في إنتاج المحتوى الإعلامي، كما وأسهمت وبشكل ملحوظ في إنتاج محتوى إعلامي عالي الجودة.

الهواتف الذكيّة أداة لإنتاج المحتوى الإعلامي

استخدمت تقنيّة الهواتف الذكيّة في مجال إنتاج المحتوى الإعلامي، ونقل الخبر والصورة الصحفيّة في 7 يناير عام 1995 عندما قام أحد مُحرري مجلة تايمز البريطانيّة ويُدعى سي جيلبرت (Cey Gilbert) بكتابة خبر موجز والتقاط مجموعة من الصور عن رحلته من لندن إلى واشنطن وإرسالها إلى مقر المجلة بينما كان على متن الطائرة، ونشرت المجلة الصور مع الخبر على الصفحة الأولى، واستحقت بذلك لقب أول صحيفة تستخدم الهاتف الذكي مصدراً للأخبار، ووسيلة من أكثر الوسائل سهولة وسرعة لنقل المعلومة والصورة من موقع الحدث إلى مقر الصحيفة، وبعد هذه التجربة الناجحة أصبحت المُمارسة الفعليّة لتقنيّة الهاتف المحمول في الحقل الإعلامي واقعًا مهنيًّا في الدُّوَل كلها، حيث تبعها مُباشرة في يونيو عام 1995 مجلة Newyourk Times، (السنجري، 2019، ص93).

ويرى الباحثان أن إنتاج المحتوى الإعلامي باستخدام الهواتف الذكيّة اتسم بالتسارع في الآونة الأخيرة، وبفضل التكنولوجيا أصبح بإمكان القائم بالاتصال إنتاج وإعداد محتوى إعلامي مُتنوع واحترافي وبطرق مُتعددة مع توفر التطبيقات والأدوات المُتاحة، كما وأن إنتاج المحتوى الإعلامي باستخدام الهواتف الذكيّة يُعتبر أداة قويّة ومرنة للحصول على نتائج مهنيّة بأقل وقت وجهد مُمكن وبجودة عالية.

عرض نتائج الدراسة ومناقشتها

جدول رقم (3) التكرارات والنسب المئوية لاستخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي (ن=300)

استخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	266	%88.67
لا	34	%11.33

تشير بيانات الجدول رقم (3) إلى أنّ (266) من (300) يستخدمون الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي، وبنسبة مئوية بلغت (88.67%)، وأنّ (34) لا يستخدمون الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي وشكلوا ما نسبته (11.33%) من أفراد عينة الدراسة الكلية، وتشير هذه النتيجة إلى أنّ الغالبية العظمى من أفراد عينة الدراسة يستخدمون الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي.

جدول رقم (4) التكرارات والنسب المئوية لأسباب عدم استخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي (ن=34)*

أسباب عدم استخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي	التكرارات	النسبة المئوية	الترتيب
توفر لي معدات التصوير التي استخدمها جودة صورة وفيديو أفضل من الهواتف الذكيّة	21	%61.76	1
تُمكنني معدات التصوير التي استخدمها ت من التحكم الأكبر في إعدادات التصوير، من الهواتف الذكيّة	16	%47.06	2
الهواتف الذكيّة أقل استقرارًا وأكثر عرضة للاهتزازات من المُعدات المُتخصصة بالتصوير	12	%35.29	3
عدم تبني المؤسسة الإعلاميّة التي أعمل فيها التكنولوجيا الحديثة والأساليب الصحفيّة المُستحدثة	8	%23.53	4
عدم وجود الدورات التدريبيّة المُتخصصة المُتعلقة باستخدام الهواتف الذكيّة من قبل المؤسسة الإعلامية التي أعمل بها	6	%17.65	5

*يُمكن للمبحوث اختيار أكثر من بديل.

تشير بيانات الجدول رقم (4) إلى أن (معدات التصوير التي استخدمها توفر لي جودة صورة وفيديو أفضل من الهواتف الذكيّة) جاء أعلى أسباب عدم استخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي بنسبة (61.76%)، يليه (معدات التصوير التي استخدمها تُمكنني من التحكم الأكبر في إعدادات التصوير، من الهواتف الذكيّة) في المرتبة الثانية بنسبة (47.06%)، ثمّ (الهواتف الذكيّة أقل استقرارًا وأكثر عرضة للاهتزازات من المُعدات المُتخصصة بالتصوير) في المرتبة الثالثة بنسبة (35.29%). يليه في المرتبة الرابعة (عدم تبني المؤسسة الإعلاميّة التي أعمل فيها التكنولوجيا الحديثة والأساليب الصحفيّة المُستحدثة) بنسبة (23.53%)، وأخيرًا (عدم وجود الدورات التدريبيّة المُتخصصة المُتعلقة باستخدام الهواتف الذكيّة من قبل المؤسسة الإعلامية التي أعمل بها) بنسبة (17.65%).

وربما يعود السبب في حصول الفقرة التي تنص على (معدات التصوير التي استخدمها توفر لي جودة صورة وفيديو أفضل من الهواتف الذكيّة) على المرتبة الأولى، إلى أنّ معدات التصوير تأتي بعدسات مُختصة ومُتنوعة وعالية الجودة، تُعزز من جودة الصور وأداء التصوير عبر تركيز دقيق وتقديم تأثيرات بصريّة فريدة، بينما الهواتف الذكيّة تأتي بعدسات صغيرة الحجم، ويمكن أن تكون محدودة في قدرتها على التقاط التفاصيل.

جدول رقم (5) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للمحتوى الإعلامي الذي يتم استخدام الهواتف الذكيّة في إنتاجه، مرتبة تنازليًّا

المحتوى الإعلامي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	المستوى
اجتماعي	3.95	1.02	1	مرتفع
ثقافي	3.63	1.06	2	متوسط
تكنولوجي	3.52	1.23	3	متوسط
سياسي	3.46	1.33	4	متوسط
علوم وتكنولوجيا	3.30	1.35	5	متوسط
ديني	3.29	1.20	6	متوسط
رياضي	3.27	1.37	7	متوسط
موضوعات فنيّة	3.20	1.30	8	متوسط
الطفل والأسرة	3.19	1.33	9	متوسط
اقتصادي	3.19	1.24	9	متوسط
موضوعات بيئية	3.09	1.31	11	متوسط

تشير بيانات الجدول رقم (5) إلى أنّ أكثر أنواع المحتوى الإعلامي الذي يتم استخدام الهواتف الذكيّة فيه هو (المحتوى الإعلامي الاجتماعي) بمستوى مرتفع، وبمتوسط حسابي بلغ (3.95) وإنحراف معياري (1.02)، يليه (المحتوى الإعلامي الثقافي) بالمرتبة الثانية بمستوى متوسط وبمتوسط حسابي بلغ (3.63) وإنحراف معياري (1.06)، ثمّ (المحتوى الإعلامي التكنولوجي) في المرتبة الثالثة بمستوى متوسط وبمستوى حسابي (3.52)، وانحراف معياري (1.23)، بينما جاء المحتوى الإعلامي المتعلق في (الموضوعات البيئية) في المرتبة الأخيرة بمستوى متوسط، وبمتوسط حسابي بلغ (3.09) وانحراف معياري (1.31).

وربما يعود السبب في حصول المحتوى الإعلامي الاجتماعي على مستوى مرتفع ضمن المحتوى الإعلامي الذي يتم استخدام الهواتف الذكية فيه إلى أنه يُساهم في تعزيز التواصل الاجتماعي، وبناء شبكات علاقات قوية وخاصة بما يمس مصالح الأفراد ومشاعرهم.

جدول رقم (6) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاتجاهات القائم بالاتصال من استخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي، مُرتبة تنازليًّا.

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	المستوى
1	اعتقد أن الهواتف الذكيّة أصبحت شائعة ومُتزايدة الاستخدام في السنوات الأخيرة	4.77	0.48	1	مرتفع
5	أعتقد أن التغطية الإعلامية للمحتوى الإعلامي باستخدام الهواتف الذكيّة سريعة وتواكب الحدث	4.66	0.53	2	مرتفع
8	أرى أن استخدام الهواتف الذكيّة امتداد طبيعي لتطور تقنيات الاتصال	4.60	0.55	3	مرتفع
13	أرى أنه الهواتف الذكيّة ساهمت في الانتشار الأوسع للمحتوى الإعلامي	4.59	0.57	4	مرتفع
6	أعتقد أن الهواتف الذكيّة عززت نقل الوقائع المسموعة والمرئيّة والمكتوبة والتصوير الإحترافيّ بشكل أفضل	4.58	0.55	5	مرتفع
2	أرى أن الهواتف الذكيّة وسيلة مُربحة لإنتاج المحتوى الإعلامي	4.54	0.59	6	مرتفع
16	أرى أن الهواتف الذكيّة عززت من تحقيق السبق الإعلامي	4.53	0.60	7	مرتفع
7	اعتقد أن استخدام الهواتف الذكيّة أسلوب ناجح يُحدث نقلة نوعيّة في مجال الإعلام	4.53	0.60	7	مرتفع
3	أرى أن الهواتف الذكيّة وسيلة فعّالة لإنتاج المحتوى الإعلامي	4.52	0.58	9	مرتفع
15	أرى أن الهواتف الذكية ساهمت في إمكانيّة التعديل بعد النشر	4.52	0.61	9	مرتفع
4	ساهمت الهواتف الذكيّة بتوفير أدوات مُتقدمة لي للإبداع والتواصل	4.52	0.57	11	مرتفع
14	أرى أن الهواتف الذكيّة أتاحت تطبيقات تُمكني من تحقيق خاصيّة المرونة في استخدامها	4.49	0.58	12	مرتفع
12	أرى أن باستخدام الهواتف الذكيّة يُمكن اختصار الوقت اللازم لإنتاج المحتويات الإعلامية	4.45	0.63	13	مرتفع
11	أرى أن الهواتف الذكيّة مكنتني من إجراء العمليات الفنيّة كالمونتاج والصوت والبث	4.35	0.65	14	مرتفع
10	أعتقد أن استخدام الهواتف الذكيّة تُساهم في التعبير عما يجول بخاطري بشكل أفضل	4.31	0.69	15	مرتفع
9	أرى أن الجودة المُقدمة من قبل الهواتف الذكيّة هي مُماثلة للمعايير المطلوبة في المواقع الإعلامية	4.30	0.69	16	مرتفع
الكلي		4.52	0.44		مرتفع

تشير بيانات الجدول رقم (6) إلى أن اتجاهات القائم بالاتصال نحو استخدام الهواتف الذكيّة الكلي في إنتاج المحتوى الإعلامي جاءت مرتفعة، وبمتوسط حسابي بلغ (4.52)، وانحراف معياري (0.44). وحصلت فقرات اتجاهات القائم بالاتصال من استخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي على مستويات مرتفعة، وتراوح المتوسط الحسابي لها بين (4.77_ 4.30)، وجاءت الفقرة رقم (1) التي تنص على (اعتقد أن الهواتف الذكيّة أصبحت شائعة ومُتزايدة الاستخدام في السنوات الأخيرة) بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.77) وإنحراف معياري (0.48)، وجاءت الفقرة رقم (5)

التي تنص على (أعتقد أن التغطية الإعلامية للمحتوى الإعلامي باستخدام الهواتف الذكيّة سريعة وتواكب الحدث) بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (4.66) وإنحراف معياري (0.53)، وجاءت الفقرة رقم (8) التي تنص على (أرى أن استخدام الهواتف الذكيّة امتداد طبيعي لتطور تقنيات الاتصال) بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (4.60) وانحراف معياري (0.55)، بينما جاءت الفقرة (9) والتي نصها (أرى أن الجودة المُقدمة من قبل الهواتف الذكيّة هي مُماثلة للمعايير المطلوبة في المواقع الإعلامية) في المرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي بلغ (4.30) وانحراف معياري (0.69).

وتتفق نتيجة هذه الدراسة والتي تنص على "أعتقد أن التغطية الإعلاميّة للمحتوى الإعلامي باستخدام الهواتف الذكيّة سريعة وتُواكب الحدث" مع نتيجة دراسة (أبو زيد، والرجبي، 2022)، والتي مفادها "أنّ اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار مرتفعة".

وربما يعود السبب في حصول الفقرة التي تنص على (اعتقد أن الهواتف الذكيّة أصبحت شائعة ومُتزايدة الاستخدام في السنوات الأخيرة) على المرتبة الأولى، لكونها تمتاز بسهولة الاستخدام وأن التطور التكنولوجي جعل الهواتف الذكيّة جهازًا مُتعدد الاستخدامات ومُفيدًا بشكل كبير فيما يتعلق بالقائم بالاتصال في الإعلام، ويمكن أن يُعزى حصول الفقرة التي نصها (أرى أن الجودة المُقدمة من قبل الهواتف الذكيّة هي مُماثلة للمعايير المطلوبة في المواقع الإعلامية) على المرتبة الأخيرة، إلى أن جودة التصوير وقوة الأجهزة الخلوية ليست كمعداتُ التصوير والمُتمثلة بالكاميرا والعدسات والحامل أو الجهاز الثلاثي" Tripod" والفلاش، وبطاقات الذاكرة، والحقائب والحافظات وغيرها، والمُخصصة لمثل هذه المواقف، وبالتالي هناك فروقات بينهما.

جدول رقم (7) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي لدرجة استخدام القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الأردنيّة للهو اتف الذكيّة؟

	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
التكرارات	95	99	52	14	6	4.36	0.72	مرتفع
النسبة %	35.7%	**37.2%**	%19.5	%5.3	%2.3			

تشير بيانات الجدول رقم (7) إلى أنَّ درجة استخدام القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الأردنيّة للهواتف الذكيّة جاءت مرتفعة وبمتوسط حسابي بلغ (4.36)، بانحراف معياري (0.72)، كما تظهر البيانات في الجدول أنَّ (35.7%) من أفراد عينة الدراسة يستخدمون الهاتف الذكي بدرجة عالية جداً، وأنَّ (37.2%) من أفراد عينة الدراسة يستخدمون الهاتف الذكي بدرجة عالية، وأنَّ (19.5%) من أفراد عينة الدراسة يستخدمون الهاتف الذكي بدرجة متوسطة، وأنَّ (5.3%) من أفراد عينة الدراسة يستخدمون الهاتف الذكي بدرجة منخفضة، وأنَّ (2.3%) من أفراد عينة الدراسة يستخدمون الهاتف الذكي بدرجة منخفضة جدًا.

وتتفق نتيجة هذه الدراسة التي تنص على "أنَّ استخدام القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلاميّة الأردنيّة للهواتف الذكيّة بدرجة عالية جدًا" مع نتيجة دراسة (شكارنة، وتنوح، أ2023) التي أظهرت أنّ تطبيقات التواصل الاجتماعي كانت الأكثر استخدامًا من قبل الصحفيين لأداء عملهم.

وربما يعود السبب في ذلك إلى أهميّة استخدام الهواتف الذكية في إنتاج المحتوى الإعلامي مما توفره من خدمات تتميز بها عن باقي الوسائل الإعلاميّة، بالإضافة إلى تكلفتها البسيطة خاصة إذا ما قورنت مع الوسائل الأخرى المُصممة لإنتاج المحتوى الإعلامي.

جدول رقم (8) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لنوع المحتوى الإعلامي الذي ينتجه القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية باستخدام الهو اتف الذكيّة، مرتبة تنازليًّا

الرقم	نوع المحتوى الإعلامي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة %	الرتبة	المستوى
10	تسجيل مقاطع فيديو للوقائع الجارية والمشاهد الهامة والشهادات الحيّة	4.36	0.72	87.20	1	مرتفع
4	الأخبار العاجلة	4.36	0.95	87.20	1	مرتفع
3	رسائل إخباريّة ومواجز	4.21	0.96	84.20	3	مرتفع
7	الرصد والتحقيق المُتمثل بجمع الأخبار والتثبت منها ومعالجتها ونشرها	4.15	0.88	83.00	4	مرتفع
11	إنتاج القصص المصورة باستخدام كاميرا الهاتف المحمول (كاميرا احترافيّة)	4.14	0.90	82.80	5	مرتفع
1	القصص الإخباريّة	4.10	0.88	82.00	6	مرتفع

الرقم	نوع المحتوى الإعلامي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة %	الرتبة	المستوى
9	مُقابلات صحفيّة (حوارات، أحاديث)	4.07	0.89	81.40	7	مرتفع
5	التقارير الإخباريّة بأنواعها المُختلفة	4.06	0.92	81.20	8	مرتفع
2	الأفلام الوثقائيّة القَصيرَة	3.65	0.99	73.00	9	متوسط
8	تحقيقات استقصائية	3.48	1.13	69.60	10	متوسط
6	قصص من الواقع الافتراضي (VR)	3.46	1.12	69.20	11	متوسط

تشير بيانات الجدول رقم (8) إلى أنّ أكثر أنواع المحتوى الإعلامي الذي ينتجه القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية باستخدام الهواتف الذكيّة هو (تسجيل مقاطع فيديو للوقائع الجارية والمشاهد المهمة والشهادات الحيّة)، وكذلك (الأخبار العاجلة) وبمستوى مرتفع، وبمتوسط حسابي بلغ (4.36) لكل منهما، يليه المحتوى الإعلامي المتعلق بـ (رسائل إخباريّة ومواجز) بالمرتبة الثالثة بمستوى مرتفع وبمتوسط حسابي بلغ (4.21) وانحراف معياري (0.96)، ثمّ (الرصد والتحقيق المُتمثل بجمع الأخبار والتثبت منها ومعالجتها ونشرها) في المرتبة الرابعة بمستوى مرتفع وبمستوى حسابي (4.15)، وانحراف معياري (0.88)، بينما جاء المحتوى الإعلامي (قصص من الواقع الافتراضي (VR)) في المرتبة الأخيرة بمستوى متوسط، وبمتوسط حسابي بلغ (3.46) وانحراف معياري (1.12).

وتختلف نتيجة الدراسة التي تنص على "أنَّ أكثر أنواع المحتوى الإعلامي الذي ينتجه القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلاميّة باستخدام الهواتف الذكيّة هو تسجيل مقاطع الفيديو والأحداث الجاريّة والمشاهد المهمة والشهادات الحيّة" مع نتيجة دراسة (يونس، 2022) التي أظهرت أنّ تطبيقات التصوير الفوتوغرافي في مقدمة تطبيقات المونتاج التي يستخدمها طلاب أقسام الإعلام التربوي، ويُمكن أن يُعزى هذا الاختلاف إلى اختلاف العينة في كلتا الدراستين.

وربما يعود السبب في حصول (تسجيل مقاطع فيديو للوقائع الجارية والمشاهد المهمة والشهادات الحيّة) وكذلك (الأخبار العاجلة) على المرتبة الأولى كأكثر أنواع المحتوى الإعلامي الذي ينتجه القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية باستخدام الهواتف الذكيّة إلى أن تسجيل مقاطع الفيديو للأحداث الجارية قد يكون مناسبًا له استخدام الهواتف، فقد لا يكون مُنتج المحتوى الإعلامي يحمل معه إلا الهاتف؛ وعليه يستطيع القائم بالاتصال من تصوير الأخبار العاجلة أو الفيديوهات المُفاجئة التي يمكن أن تُحدث أو تحقق مشاهدات عالية بناءً عليها ووفقًا للموقف الذي يحدث بطبيعة الحال وبشكل مُفاجئ.

جدول رقم (9) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمستوى تأثير عامل الأداء المتوقع على استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي، مرتبة تنازليًا

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	المستوى
11	وسيلة سهلة وفعّالة لتسجيل الفيديو والتقاط الصور وبث المحتوى عبر الإنترنت	4.54	0.57	1	مرتفع
10	سهلة الاستخدام والتسريع في أداء المهام	4.49	0.63	2	مرتفع
1	توفر لي إمكانيات تصوير وتسجيل مقاطع فيديو والصور بجودة عالية	4.45	0.64	3	مرتفع
8	الوصول إلى المحتوى الإعلامي الذي تحتاجه ومُشاركته بين وسائل الإعلام المُختلفة	4.45	0.65	3	مرتفع
7	التفاعل مع المُشاهدين عبر الشبكة بشكل سلس	4.44	0.64	5	مرتفع
2	تُتيح استغلال وتنظيم الوقت بشكل أفضل	4.42	0.65	6	مرتفع
9	تجعلني إعلاميًّا شاملاً بداية من تصوير القصة، وانتاجها وتحرير الصوت وكتابة النصوص عليها واخراجها بشكل نهائي	4.36	0.70	7	مرتفع
4	تحسين فعالية الأداء	4.34	0.66	8	مرتفع

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	المستوى
3	تُنمي حس الإبداع والدقة والإنجاز	4.33	0.70	9	مرتفع
6	إدارة وتحميل المحتوى الإعلامي بكفاءة	4.28	0.73	10	مرتفع
5	تحقيق نتائج أفضل في إنتاج المحتوى الإعلامي	4.26	0.78	11	مرتفع
الكلي		4.40	0.52		مرتفع

تشير بيانات الجدول رقم (9) إلى أن مستوى تأثير عامل الأداء المتوقع على استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة الكلي في إنتاج المحتوى الإعلامي جاء مرتفعًا، وبمتوسط حسابي بلغ (4.40)، وانحراف معياري (0.52)، وحصلت فقرات تأثير عامل الأداء المتوقع على استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي على مستويات مرتفعة، وتراوح المتوسط الحسابي لها بين (4.54_ 4.26)، وجاءت الفقرة رقم(11) التي تنص على (وسيلة سهلة وفعّالة لتسجيل الفيديو والتقاط الصور وبث المحتوى عبر الإنترنت) بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.54) وإنحراف معياري (0.57)، وجاءت الفقرة رقم (10) التي تنص على (سهولة الاستخدام والتسريع في أداء المهام) بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (4.49) وإنحراف معياري (0.63)، بينما جاءت الفقرة رقم (5) والتي نصها (تحقيق نتائج أفضل في إنتاج المحتوى الإعلامي) في المرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي بلغ (4.26) وانحراف معياري (0.78).

وتتفق نتيجة هذه الدراسة والتي تنص على "أنّها وسيلة سهلة وفعّالة لتسجيل الفيديو والتقاط الصور وبث المحتوى عبر الإنترنت" مع نتيجة دراسة (شكارنة، وتنوح، 2023) والتي مفادها أنّ تطبيقات الهاتف المحمول تحقق السرعة في أداء المُهمة الصحفيّة ومُشاركة الإنتاج مع الجمهور.

وربما يعود السبب في حصول الفقرة التي تنص على (وسيلة سهلة وفعّالة لتسجيل الفيديو والتقاط الصور وبث المحتوى عبر الإنترنت) على المرتبة الأولى إلى أن الهواتف الذكية فعّالة لتسجيل الفيديوهات والمواقف التي تحدث فجأة بسهولة ويسر وبسرعة عالية، ويمكن أن يُعزى حصول الفقرة التي نصها (تحقيق نتائج أفضل في إنتاج المحتوى الإعلامي) على المرتبة الأخيرة، إلى أن الهواتف الذكية قد تنتج المحتوى الإعلامي ولكن ليس كجودة المعدات الخاصة بالمحتوى الإعلامي.

جدول رقم (10) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمستوى تأثيرعامل الجهد المتوقع على استخدام القائم بالاتصال للهو اتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي، مرتبة تنازليًّا

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	المستوى
9	صغر الحجم وخفة الوزن	4.67	0.53	1	مرتفع
10	القدرة على التكيف وسرعة الاستخدام والدقة	4.61	0.57	2	مرتفع
12	توفر لي الوقت الذي يتطلبه إنجاز العمل	4.58	0.65	3	مرتفع
8	سهولة الاستخدام	4.56	0.66	4	مرتفع
7	مُريحة وقابلة للحمل	4.56	0.55	4	مرتفع
4	مواكبة التطور التكنولوجي لوسائل إنتاج ونشر الأخبار	4.53	0.62	6	مرتفع
11	إمكانيّة العمل في أي وسيلة إعلاميّة (صحف – مواقع- منصات عبر شبكات التواصل- قنوات تلفزيونيّة- راديو)	4.51	0.66	7	مرتفع
6	غير مكلفة ماديًّا (أقل تكلفة)	4.51	0.67	7	مرتفع
1	إنجاز المهام والوظائف بأقل جهد مُمكن	4.46	0.56	9	مرتفع
2	وسيلة مُحفزة على تحمل الضغوط والتحديات	4.42	0.59	10	مرتفع
5	سرعة الانتهاء من إنتاج المادة الإعلامية وتحريرها	4.42	0.71	10	مرتفع
3	اكتساب العديد من المهارات لكيفية إنتاج المحتوى الإعلامي	4.40	0.73	12	مرتفع
الكلي		4.52	0.48		مرتفع

تشير بيانات الجدول رقم (10) إلى أنَّ مستوى تأثير عامل الجهد المتوقع على استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة الكلي في إنتاج المحتوى الإعلامي جاء مرتفعاً، وبمتوسط حسابي بلغ (4.52)، وانحراف معياري (0.48)، وحصلت فقرات تأثير عامل الجهد المتوقع على استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي على مستويات مرتفعة، وتراوح المتوسط الحسابي لها بين (4.67_ 4.40)، وجاءت الفقرة رقم (9) التي تنص على (صغر الحجم وخفة الوزن) بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.67) وإنحراف معياري (0.53)، وجاءت الفقرة رقم (10) التي تنص على (القدرة على التكيف وسرعة الاستخدام والدقة) بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (4.61) وإنحراف معياري (0.57)، وجاءت الفقرة رقم (12) التي تنص على (توفر لي الوقت الذي يتطلبه إنجاز العمل) بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (4.58) وإنحراف معياري (0.65)، بينما جاءت الفقرة (3) والتي نصها (اكتساب العديد من المهارات لكيفية إنتاج المحتوى الإعلامي) في المرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي بلغ (4.40) وانحراف معياري (0.73).

وتتفق نتيجة هذه الدراسة والتي تنص على "أنَّ من أهم أسباب مستوى تأثير عامل الجهد المتوقع على الأداء مُرتفعًا بسبب صغر حجم وخفة وزن الهواتف الذكيّة، مع نتيجة دراسة (شرف، 2021) والتي مفادها أنّ من أهم أسباب تفضيل طلاب أقسام الإعلام التربوي لصحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار لها لسهولة استخدامها.

وربما يعود السبب في حصول الفقرة التي تنص على (صغر الحجم وخفة الوزن) على المرتبة الأولى إلى أن الهواتف الذكية صغيرة الحجم وخفيفة الوزن خاصة إذا ما قورنت مع المعدات الخاصة بإنتاج المحتوى الإعلامي، لذلك فإنّ مُنتج المحتوى الإعلامي يستخدمها بسهولة ويسر، ويمكن أن يعزى حصول الفقرة التي نصها (اكتساب العديد من المهارات لكيفية إنتاج المحتوى الإعلامي) على المرتبة الأخيرة، إلى أن استخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي يحتاج إلى تدريب وتأهيل لتعلم تفاصيل مُتعددة ومهارت عمليّة لإنتاج المحتوى الإعلامي.

جدول رقم (11) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمستوى تأثيرعامل التسهيلات المُتاحة على استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي، مرتبة تنازليًّا

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	المستوى
5	توفر المؤسسة التي أعمل بها شبكة إنترنت سريعة	3.66	1.18	1	متوسط
3	تقدم المؤسسة التي أعمل بها العديد من الدورات التدريبيّة المواكبة لكل ما هو جديد في عالم تكنولوجيا الإعلام	3.33	1.20	2	متوسط
6	توفر المؤسسة التي أعمل بها سياسات وإرشادات واضحة تُحدد كيفيّة استخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي	3.28	1.20	3	متوسط
2	تقدم المؤسسة التي أعمل بها تدريبًا مُتخصصًا على كيفيّة استخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي	3.22	1.26	4	متوسط
1	توفر المؤسسة الإعلامية التي أعمل بها هواتف ذكيّة عالية الجودة لإنتاج المحتوى الإعلامي	3.18	1.32	5	متوسط
4	تُقدم المؤسسة التي أعمل بها الدعم المادي والمعنوي لكل من يستخدم الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي	3.15	1.23	6	متوسط
الكلي		3.30	1.11		متوسط

تشير بيانات الجدول رقم (11) إلى أن مستوى تأثير عامل التسهيلات المُتاحة على استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة الكلي في إنتاج المحتوى الإعلامي جاء متوسطاً، وبمتوسط حسابي بلغ (3.30)، وانحراف معياري (1.11)، وحصلت فقرات تأثير عامل التسهيلات المُتاحة على استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي على مستويات متوسطة، وتراوح المتوسط الحسابي لها بين (3.66_ 3.15). وجاءت الفقرة رقم (5) التي تنص على (توفر المؤسسة التي أعمل بها شبكة إنترنت سريعة) بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.66) وإنحراف معياري (1.18)، وجاءت الفقرة رقم(3) التي تنص على (تقدم المؤسسة التي أعمل بها العديد من الدورات التدريبيّة المواكبة لكل ما هو جديد في عالم تكنولوجيا الإعلام) بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (3.33) وإنحراف معياري (1.20)، وجاءت الفقرة رقم (6) التي تنص على (توفر المؤسسة التي أعمل بها سياسات وإرشادات واضحة تُحدد كيفيّة استخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي) بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (3.2 8) وإنحراف معياري (1.20)، بينما جاءت الفقرة رقم (4) والتي نصها (تُقدم المؤسسة التي أعمل بها الدعم المادي والمعنوي لكل من يستخدم الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي) في المرتبة

الأخيرة، بمتوسط حسابي بلغ (3.15) وانحراف معياري (1.23).

وربما يعود السبب في حصول الفقرة التي تنص على (توفر المؤسسة التي أعمل بها شبكة إنترنت سريعة) على المرتبة الأولى إلى أهمية توفير الإنترنت في تسهيل عملية إنتاج المحتوى من خلال الهواتف الذكية، فالهواتف الذكية المدعومة بإنترنت سريع قد تُساهم في توصيل المعلومة أو نقلها أو نشرها بصورة أسرع من السرعات المُتدنية، وتُسهل من عملية إنتاج المحتوى الإعلامي من خلال استخدام تطبيقات ترتبط بشبكة الإنترنت تُسهل ذلك وتسرع من إنتاجه، ويمكن أن يُعزى حصول الفقرة التي نصها (تُقدم المؤسسة التي أعمل بها الدعم المادي والمعنوي لكل من يستخدم الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي) على المرتبة الأخيرة، إلى المؤسسات الإعلاميّة وبكافة أنواعها لا تُقدم أي حوافز ودعم مادي ومعنوي لمستخدمي الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي.

جدول رقم (12) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمستوى التحديات التي تواجه استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي، مرتبة تنازليًّا.

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	المستوى
2	الافتقار إلى التدريب المُثمر والفعّال	4.18	0.81	1	مرتفع
3	نقص كفاءة القائمين بالاتصال فيما يتعلق باستخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي	4.05	0.87	2	مرتفع
4	ضعف القائمين بالاتصال في استخدام التطبيقات ذات العلاقة بإنتاج المحتوى الإعلامي	3.99	0.85	3	مرتفع
7	التغلب على القيود المفروضة على تغطية الأحداث	3.97	0.91	4	مرتفع
5	استحالة الوصول إلى التطبيقات ذات العلاقة في إنتاج المحتوى الإعلامي عند وجود خلل في الشبكة	3.95	0.89	5	مرتفع
1	عدم اقتناع العديد من المؤسسات الإعلامية بأن استخدام الهواتف الذكيّة ذو تأثير إيجابي وفعّال في إنتاج المحتوى الإعلامي	3.78	0.97	6	مرتفع
6	عدم توفر شبكة إنترنت سريعة	3.72	1.14	7	مرتفع
الكلي		3.95	0.65		مرتفع

تشير بيانات الجدول رقم (12) إلى أن مستوى التحديات التي تواجه استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة الكلي في إنتاج المحتوى الإعلامي جاء مرتفعًا، وبمتوسط حسابي بلغ (3.95)، وانحراف معياري (0.65)، وحصلت فقرات التحديات التي تواجه استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي على مستويات مرتفعة، وتراوح المتوسط الحسابي لها بين (4.18_ 3.72)، وجاءت الفقرة رقم (2) التي تنص على (الافتقار إلى التدريب المُثمر والفعّال) بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.18) وإنحراف معياري (0.81)، وجاءت الفقرة رقم (3) التي تنص على (نقص كفاءة القائمين بالاتصال فيما يتعلق باستخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي) بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (4.05) وإنحراف معياري (0.87)، وجاءت الفقرة رقم (4) التي تنص على (ضعف القائمين بالاتصال في استخدام التطبيقات ذات العلاقة بإنتاج المحتوى الإعلامي) بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (3.99) وإنحراف معياري (0.85)، بينما جاءت الفقرة (6) والتي نصها (عدم توفر شبكة إنترنت سريعة) في المرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي بلغ (3.72) وانحراف معياري (1.14).

وربما يعود السبب في حصول الفقرة التي تنص على (الافتقار إلى التدريب المُثمر والفعّال) على المرتبة الأولى؛ إلى أن الهواتف الذكية قد يستخدمها الجميع، ولكن في حالات مُعينة تحتاج إلى تدريب نوعي من أجل استخدامها بشكل مناسب في إنتاج المحتوى الإعلامي، وبما يحقق الغرض، وعليه فإن القائمين بالاتصال لا يخضعون إلى تدريب مُثمر وبناء في تعلم كيفيّة استخدام الهواتف الذكيّة وامتلاك المهارات في إنتاج المحتوى الإعلامي. ويمكن أن يُعزى حصول الفقرة التي نصها (عدم توفر شبكة إنترنت سريعة) على المرتبة الأخيرة، إلى أن شبكة الإنترنت متوفرة وبسرعات مختلفة مع جميع الصحفيين، حيث إن هذه الهواتف مُتصلة بالإنترنت بشكل دائم بناءً على سرعات وحسب اشتراك المستخدم نفسه.

أهم النتائج

1. بيّنت نتائج الدراسة أنَّ اتجاهات القائم بالاتصال من استخدام الهواتف الذكيّة الكلي في إنتاج المحتوى الإعلامي جاءت مرتفعة، وبمتوسط حسابي بلغ (4.52) وانحراف معياري (0.44). كما أشارت النتائج أيضاً إلى أن درجة استخدام القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الأردنيّة للهواتف

الذكيّة بلغت (3.99)، بانحراف معياري (0.99)، وهي درجة استخدام مرتفعة. مما يدل على أن القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الأردنية يعتمد على الهاتف المحمول في إنتاج الكثير من المحتوى الإعلامي المنشور في الوسائل الإعلامية الأردنية وشبكات التواصل الاجتماعي.

2. أظهرت النتائج أنّ أكثر أنواع المحتوى الإعلامي الذي ينتجه القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية باستخدام الهواتف الذكيّة هو (تسجيل مقاطع فيديو للوقائع الجارية والمشاهد المهمة والشهادات الحيّة) وكذلك (الأخبار العاجلة) بمستوى مرتفع، وبمتوسط حسابي بلغ (4.36)، وبنسبة استخدام (87.20%) لكل منهما، وجاء المحتوى الإعلامي (قصص من الواقع الافتراضي (VR) في المرتبة الأخيرة بمستوى متوسط، وبمتوسط حسابي بلغ (3.46) وانحراف معياري (1.12)، وبنسبة استخدام بلغت (69.20%). وهذا يؤكد على أن الإعلامي الأردني على سوية عالية في استخدامه لصحافة الهاتف المحمول وصحافة البيانات، وأنه مهتم إلى حد ما في استخدام تقنية الواقع الافتراضي في انتاج بعض المحتوى المنشور.

3. أظهرت النتائج أن مستوى تأثير عامل الأداء المتوقع على استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي جاء مرتفعًا، وبمتوسط حسابي بلغ (4.40)، وانحراف معياري (0.52). وأظهرت النتائج كذلك أن مستوى تأثير عامل الجهد المتوقع على استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي جاء مرتفعًا، وبمتوسط حسابي بلغ (4.52)، وانحراف معياري (0.48). وهذه النتائج تؤشر إلى مدى قبول القائم بالاتصال استخدام التكنولوجيا بشكل فعّال في إنتاج المحتوى الإعلامي، ومدى سهولة استخدام التقنيات التكنولوجيّة في السياق المهني والوظيفي.

4. بيّنت النتائج أيضاً أن مستوى تأثير عامل التسهيلات المُتاحة على استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي جاء متوسطًا، وبمتوسط حسابي بلغ (3.30)، وانحراف معياري (1.11). وهذه النتيجة تشير ألى أن المؤسسات الإعلامية الأردنية ربما تكون مقصرة في توفير الإمكانات اللازمة للإعلامي للقيام بواجبه، وهذه الاككانات تتمثل في البُنيّة تحتيّة والتنظيميّة والتقنيّة في بيئة العمل مما يؤدي إلى التأثير بشكل مُباشر في سلوك الاستخدام الفعلي للتقنيّات التكنولوجيّة من قبل القائم بالاتصال.

5. أشارت النتائج أن مستوى التحديات التي تواجه استخدام القائم بالاتصال للهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي جاء مرتفعًا، وبمتوسط حسابي بلغ (3.95)، وانحراف معياري (0.65). ويمكن أن يُعزى السبب في ارتفاع مستوى التحديات التي تواجه الاعلاميين إلى الافتقار للتدريب المُثمر والفعّال، والذي أدى إلى نقص كفاءة القائمين بالاتصال فيما يتعلق باستخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي، وضعفهم في استخدام التطبيقات ذات العلاقة بإنتاج هذا المحتوى.

توصيات الدراسة

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة فإن الباحثين توصيان بما يلي:

- تدريب القائم بالاتصال وتأهيله لمواكبة تكنولوجيا إعلام الهواتف الذكيّة، وتنفيذ برامج تدريبيّة لصقل وتنميّة مهاراته وقدراته في إنتاج المحتوى الإعلامي.
- ضرورة تطوير البنيّة التحتيّة للاتصالات من خلال توفير وإتاحة شبكة إنترنت قويّة وسريعة، تُساعد القائم بالاتصال في إنتاج محتوى إعلامي ومُتابعة كل ما هو جديد باستخدام الهواتف الذكيّة.
- ضرورة إنتاج محتوى إعلامي مُتعلق بالأفلام الوثائقيّة والتحقيقات الاستقصائية وقصص من الواقع الافتراضي (VR).
- ضرورة امتلاك القائم بالاتصال من المهارات ما يُمكنه من تحقيق نتائج أفضل في إنتاج المحتوى الإعلامي.
- ضرورة تقديم المؤسسات الإعلاميّة الأردنيّة الدعم المادي والمعنوي لكل من يستخدم الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي.
- إجراء المزيد من الأبحاث والدراسات عن اتجاهات القائم بالاتصال نحو استخدام الهواتف الذكيّة في إنتاج المحتوى الإعلامي في مختلف المجالات.

المصادر والمراجع

أبو زيد، ق. ز. أ. والرجبي، م. أ. م. (2022). *اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار: دراسة مسحية* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، عمان.

بوعون، أ. والطيب، ب. (2020). استخدام تطبيقات صحافة الموبايل Mojo وتأثيراتها على الأداء الإعلامي في الجزائر- دراسة ميدانية بإذاعة سطيف الجهوية، *مجلة تنمية الموارد البشرية*، 15(3)، 424-440.

الداغستاني، ف. ع. م. (2020). "تطبيقات الهواتف الذكيّة وأجهزة المحمول ومدى الاعتماد عليها في تلقي الأخبار: دراسة مسحيّة. *مجلة الآداب*، 135، 677-690.

السنجري، ب. (2019). *صحافة الموبايل (الموجو) خواصها الشكليّة وإمكانياتها التقنيّة*، دار الكتاب الجامعي. الإمارات العربيّة المُتحدة.

شرف، إ. (2021). اعتماد طلاب أقسام الإعلام التربوي على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار : دراسة ميدانيّة. *مجلة البحوث الإعلاميّة*. جامعة الأزهر، 56(3)، 1361-1418.

شكارنة، ي. وتنوح، أ. (2023). أثر استخدام تطبيقات الهاتف المحمول على الأداء المهني للصحفيين الفلسطينين. *مجلة جامعة الأقصى- سلسلة العلوم الإنسانيّة*، 27(3)، 331-362.

طايع، س. (2001). *بحوث الإعلام: تصميمها وإجراؤها وتحليلها*، دار النهضة العربية. القاهرة.

مؤيد، ه. ج. (2017). تبنى أخصائي الإعلام التربوي لتكنولوجيا النشر الإلكتروني لإنتاج وتصميم المواد الإعلامية المطبوعة: دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا UTAUT، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، 11، 251-266. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/953222

نور، ع. م. (2020). *استخدام الهاتف المحمول في إثراء محتوى الإعلام الجزيرة أنموذجًا. معهد الجزيرة للإعلام*، زمالة الجزيرة.

يونس، س. م. (2022). توظيف طلاب أقسام الإعلام التربوي لتطبيقات المونتاج بالهواتف المحمولة في إنتاج المواد الإعلاميّة. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، 23، 259-316.

الشرق الأوسط. صحيفة العرب الأولى، https://cutt.us/XWE2L 2/7/2023

الرديدة. الغد، https://cutt.us/Nnakt 2023/7/8

الموقع الإلكتروني لصحيفة الغد، https://alghad.com/story/1839394

References

Chiemeke, S. C., & Evwiekpaefe, A. E. (2011). A conceptual framework of a modified unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) model with Nigerian factors in e-commerce adoption. *Educational Research*, 2(12), 1719–1726.

Goswami, A., & Dutta, S. (2015). Gender differences in technology usage—A literature review. *Open Journal of Business and Management*, 4(1), 52–53. Retrieved January 6, 2016, from http://file.scirp.org/pdf/OJBM_2016011410094953.pdf

Jamil, S., & Appiah-Adjei, G. (2019). Journalism in the era of mobile technology: The changing pattern of news production and the thriving culture of fake news in Pakistan and Ghana. *World of Media: Journal of Russian Media and Journalism Studies*, 1(3), 42–64.

Kalorth, N., & Sagar, M. (2020). Smartphone in journalism: Shift in news production, distribution, and consumption in Indian mediascape. *Niscort Journal of Media, Communication and Research (NJMCR).*

Kitsa, M., & Mudra, I. (2019). Smartphones in journalism. *Media Literacy and Academic Research*, 94–108.

Kodithuwakku, K., Dissanayeke, U., Wijerathna, M., & Wanigasundera, W. (2020). Evaluating the effectiveness of mobile journalism training in improving knowledge and practice among young journalists in Sri Lanka. *Department of Agricultural Extension, Faculty of Agriculture, University of Peradeniya, Peradeniya.* Retrieved from www.researchgate.com

Rodrigues, L. P. R., Baldi, V., & Gala, A. de C. O. S. (2021). Mobile journalism: The emergence of a new field of journalism. *Brazilian Journalism Research*, 17(2), 280–305. https://doi.org/10.25200/BJR.v17n2.2021.1368

Rubio, A., & Esteban, L. (2021). The transformation of the Colombian media industry in the smartphone era. *Journal of Creative Communications*, 16(1), 45–60.

Taiwo, A. A., & Downe, A. G. (2013). The theory of user acceptance and use of technology (UTAUT): A meta-analytic review of empirical findings. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 49(1), 50. Retrieved March 1, 2016, from http://www.jatit.org/volumes/Vol49No1/7Vol49No1.pdf

Van Schaik, P. (2009). Unified theory of acceptance and use for websites used by students in higher education. *Journal of Educational Computing Research*, 40(2), 229–257.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.

Wu, Y. L., Tao, Y. H., & Yang, P. C. (2008). The use of unified theory of acceptance and use of technology to confer the behavioral model of 3G mobile telecommunication users. *Journal of Statistics and Management Systems*, 11(5), 930. Retrieved May 13, 2016, from http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09720510.2008.10701351