

**اعتماد الشباب السعودي على
صحافة الهاتف المحمول
للحصول على المعلومات عن
السياحة في السعودية
"دراسة في ضوء نظرية الاعتماد على
وسائل الإعلام"**

د. سالم بن محمد آل جفشر القحطاني

أستاذ مساعد بقسم الصحافة والاعلام - جامعة جازان

ملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على حجم اعتماد الشباب السعودي على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على المعلومات عن السياحة السعودية، وذلك من خلال التعرف على كثافة استخدام الشباب السعودي لصحافة الموبايل، وقياس مدى ثقة الشباب السعودي بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات عن السياحة السعودية، وتتنمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، واستخدم الباحث في ذلك الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٥٠٠) مفردة من الشباب السعودي بخمس مناطق هي (جازان- الرياض- عسير- جدة- الطائف) بواقع (١٠٠) مفردة لكل منطقة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعا لاختلاف مستويات الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية.

مقدمة الدراسة:

أدت التحولات التي حدثت في الإعلام الجديد وبسبب ظهور الإنترنت وقدرته على تجاوز الحدود الجغرافية والثقافية، إلى ظهور نوع جديد من الجمهور النشط، الذي لم يعد راضيا عن تلقي الرسالة الإعلامية، بل أصبح مستقبل نشط ومنتج للرسالة الإعلامية في الوقت نفسه، وساعد ظهور منصات إلكترونية جديدة أهمها صحافة الهاتف المحمول استطاعت خلق الحوار والتفاعل والتواصل بين جميع الأفراد على الرغم من اختلاف الآراء والانتماءات الجغرافية والثقافية.^(١)

ومع ذلك التطور الذي طال المجال الإعلامي ظهر نوعا جديدا من الصحافة كمحصلة للتزاوج بين الإعلام والاتصال والثورة التكنولوجية عرف بالعديد من المسميات ولعل من بين أهم التسميات التي وردت من خلال هذا التزاوج الإعلامي التكنولوجي هي صحافة الوسائط المتعددة، وصحافة الموبايل، وصحافة الويب، ورغم الاختلاف في التسميات إلا أن الدلالة واحدة والتقاطع واضح^(٢)، فصحافة الويب وصحافة الموبايل تشتركان في نفس القناة مما يعني أن هناك تقاربًا كبيرًا بينهما في الموضوعات التي يتم مناقشتها، والاختلاف الكبير الذي يفصل بينهما يتعلق بخصائص تقنية الوصول^(٣)، ويعد جهاز المحمول أداة مذهلة لإنتاج المحتوى، إذ يقوم الصحفيون في جميع أنحاء العالم ببث الأخبار وتحريرها ونشرها مباشرة من هواتفهم الذكية وأجهزتهم اللوحية والكاميرات الرقمية وأجهزة الكمبيوتر المحمولة لذلك أضحت صحافة الموبايل هي طريقة العمل الجديدة لوسائل الإعلام، والتي فتحت أفقا جديدة للاقترب أكثر من الجمهور، فالיום أصبحت علاقة الصحفيين بالقراء تفاعلية تشاركية من خلال البريد الإلكتروني، المنتديات، المحادثات والشبكات الاجتماعية^(٤)

وقد اكتسبت تطبيقات صحافة الهواتف المحمولة أهمية كبيرة في الآونة الأخيرة، واستطاعت تغيير حياة الأفراد وتغيير طبيعة الحياة الاجتماعية ويقوم الأفراد بالتواصل معهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويهدف لتكوين شبكة علاقات اجتماعية والتواصل مع الأصدقاء.^(٥) وتعد صحافة الهاتف المحمول من الوسائل الاتصالية الحديثة التي يتواصل من خلالها الملايين من مستخدمي شبكة الويب، ويعد الشباب من أكثر الفئات استخدامًا لها، حيث أشارت العديد من الدراسات إلى أن فئة الشباب هم أكثر فئات المجتمع بالفعل تعرضا لوسائل الاتصال الحديثة بسبب العوامل النفسية والاجتماعية المتمثلة في رغبتهم لإقامة علاقات وصدقات من مختلف دول العالم.^(٦)، كما تعد صحافة المحمول من أهم الاتجاهات الإعلامية الحديثة والتي فرضت حضورها بقوة شكلا ومضمونا في العمل الصحفي والإعلامي في عالم الاتصال اليوم^(٧)، حيث يتمثل الهدف الأساسي لاستخدام الهواتف الذكية في إقامة العلاقات بين الأفراد وتكوين مجموعات لها نفس الاهتمامات والميول والرغبات ومعرفة ما يفكرون به ومعرفة اهتماماتهم الاجتماعية والثقافية وكيف يمكنهم الاتصال ببعضهم البعض.^(٨)

وباتت السياحة تلقى دعماً متزايداً من الحكومة السعودية التي تعمل حالياً على تنفيذ عمليات تطوير شاملة لمنظومة القطاع السياحي، تشمل عددا من المشاريع الكبرى، وتحديث وتطوير البنية التحتية، وتأهيل المواقع السياحية والتراثية، والارتقاء بقطاع الإيواء ووكالات السفر والخدمات

السياحية، وتطوير الأنشطة والفعاليات في المواقع السياحية، فضلاً عن تنمية الموارد البشرية السياحية.

أهمية الدراسة :

- ١- تنبع أهمية الدراسة من أهمية صحافة الموبايل التي تعد من الأنماط الصحفية الأكثر تفاعلاً من قبل الجمهور بمختلف صورها عبر مختلف المنصات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي.
- ٢- تنبع أهمية الدراسة من أهمية السياحة السعودية التي تعد أحد القطاعات الناشئة ذات النمو السريع، وتمثل أحد المحاور المهمة لرؤية السعودية ٢٠٣٠، والتي باتت تلقى دعماً متزايداً من الحكومة السعودية والتي تعمل حالياً على تنفيذ عمليات تطوير شاملة لمنظومة القطاع السياحي.
- ٣- يستمد البحث أهميته من تناوله لموضوع صحافة الموبايل كشكل من أشكال الإعلام الجديد بعد أن تراجعت الصحف الورقية في الانتشار وأغلقت دورها نظراً لم تتعرض له من خسائر فمن الطبيعي دراسة الشكل الجديد الذي اثر على الصحافة التقليدية.
- ٤- تكتسب هذه الدراسة أهمية أنية من الاهتمام العام على كافة المستويات داخل المجتمع السعودي بالتحول الرقمي باعتباره أحد القضايا الملحة والأنية ضمن أجندة هذا المجتمع.
- ٥- تسهم هذه الدراسة في الوقوف على حجم الاعتماد على صحافة الموبايل كشكل جديد نسبياً من أشكال الصحافة في المجتمع السعودي ومن ثم إمكانية الكشف عن جوانب القوة وتدعيمها والكشف عن جوانب الضعف وتعديلها.

الدراسات السابقة :

بينما جاءت دراسة (Panu Karhunen (2017)^(٩) للتعرف على طبيعة عمل القائم بالاتصال في مجال الصحافة المتنقلة الذي عادةً ما يستخدم الهاتف الذكي في الأساس لتصوير مقاطع الفيديو وتحريرها أو تصوير مقاطع الفيديو الحية، واتجاهات الجمهور نحو ذلك النوع الجديد، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على الاستبيان والمقابلة كأدوات لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مفردة من المشاركين في مركز تسوق في هلسنكي، وتوصلت الدراسة إلى أن الصحافة المتنقلة يمكنها أن توفر وصولاً أكبر للقصة من الصحافة التلفزيونية التقليدية. بالإضافة إلى إمكانية تعزيز التفاعلات الاجتماعية وتزيد من إمكانية الوصول النفسي، وأن الجوانب السلبية في الغالب ترتبط بمصداقية الصحفيين المتنقلين، وكان من مزايا الصحافة المتنقلة دخول الموبايل لاماكن يصعب التصوير فيها دون لفت الانتباه على العكس من الكاميرا التلفزيونية، ومن عيوبها الافتقار للمصداقية والنظرة المتدنية للموبايل من قبل الشخصيات العامة في بعض الدول فالنظرة للموبايل أنك تمزح ولا تقدم مضمون جاد .

في حين حاولت دراسة Salah Mohammed Salih (2017)^(١٠) التعرف على دور الهاتف الذكي في تسهيل عمل الصحفيين وذلك من خلال متابعة مجموعة من النصوص ومقاطع الفيديو المنتشرة على مواقع الويب باعتبارها أحد أشكال الصحافة المتنقلة التي ينتجها الصحفيين وكذلك الهواة وخصوصاً وقت الأزمات وفي المناطق التي يصعب الوصول إليها، وطبقت الدراسة على التغطية التي قدمها الصحفيين من إقليم كردستان في شمال العراق، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وأداة الملاحظة، وتوصلت الدراسة إلى أن العوامل الرئيسية التي تجعل الهواتف الذكية أدوات قوية للصحفيين هي: الميزانية المنخفضة المطلوبة للحصول على هاتف ذكي مقارنة بالمعدات باهظة الثمن المستخدمة في وسائل الإعلام التقليدية، والحرة والاستقلالية التي يمكن أن يمنحها الهاتف المحمول للصحفي، وأن صحافة الموبايل ظاهرة عالمية واتجهاً جديداً في الصحافة بسبب عدد من العوامل الأساسية لمهنة الصحافة، ومن أبرز هذه العوامل: سرعة الأخبار ودقتها، وأن عامل الدقة والجودة ليس بالقوة الكافية عندما يتعلق الأمر بالأخبار التي يغطيها المواطنون (الهواة) عبر الهواتف المحمولة. واستهدفت دراسة Gregory Perreault , Kellie Stanfield (2018)^(١١) فهم كيف يقوم الصحفيون المتنقلون ببناء دورهم بشكل استطرادي في المجال الصحفي الأوسع، وما هي العوامل التي تؤثر على دمج مهارات الصحفيين المتنقلين في غرفة الأخبار، كما سعت الدراسة إلى فهم كيف ينظر الصحفيون المتنقلون إلى الإنتاج عبر الهاتف المحمول كجزء من دورهم الصحفي، وتنتهي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وأجرت الدراسة مسحاً عبر الإنترنت للصحفيين المتنقلين في (٦) دول في الولايات المتحدة الأمريكية - أستراليا - ألمانيا - إسبانيا - الأرجنتين - هولندا (لعينة قوامها (٣٩) صحفيين من العاملين في التلفزيون والمطبوعات والمجلات، وتوصلت الدراسة إلى أن الهاتف المحمول وسيلة مفيدة للوصول إلى الجمهور، و تزويدهم بالأخبار على الفور بالطريقة التي يفضلونها. ومن أهم الموضوعات التي يميل الصحفيون المتنقلون إلى تغطيتها هي تلك الموضوعات القياسية في الأخبار العاجلة وأخبار المجتمع، كما تبين وجود جمهور كبير لصحافة الهاتف سيصل الصحفي المتنقل إلى مستوى من الرأس مال الاجتماعي والثقافي والذي من شأنه يساعد في شرعية مطالبته في غرفة الأخبار. جاءت دراسة سناء يوسف شاهين (٢٠١٨)^(١٢) لتؤكد على دور صحافة الهاتف المحمول في تطوير أداء الصحفيين لمهنتهم والمهارات المطلوبة لإنجازها، وتنتهي الدراسة للدراسات الوصفية وفي إطارها استخدم منهج المسح الإعلامي وذلك من خلال إجراء الدراسة على عينة عمدية من الإعلاميين العاملين بدولة الإمارات المتحدة قوامها (٨٠) مفردة تم اختيارها بشكل عشوائي من مختلف المؤسسات الإعلامية، واعتمدت الدراسة على الملاحظة والمقابلة والأستاتنة كأدوات لجمع البيانات المطلوبة، وتوصلت الدراسة إلى اعتماد المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول بنسبة ٧٨,٨% في أوقات الأزمات، وبلغت الثقة في أخبار صحافة الهاتف المحمول بنسبة ٧٢,٢%، وتصدرت تطبيقات التواصل الاجتماعي وأهمها الفيس بوك أهم مصادر متابعة الأحداث بنسبة ٨٨,٢%.

في الوقت ذاته استهدفت دراسة إبراهيم حسن (٢٠١٨)^(١٣) رصد أنماط استخدام الصحفيين للهاتف الذكي والكشف عن درجة استخدامهم لهذه التطبيقات وكذلك أسباب استخدامهم لها، وتقع

هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفية، واستخدم الباحث منهج المسح الإعلامي من خلال تطبيق الاستبيان على عينة من الصحفيين، كما تعتمد على جلسات النقاش المركزة، وتوصلت الدراسة إلى أنه من أبرز أسباب استخدام الصحفيين لتطبيقات الهواتف المحمولة سرعة متابعة الأحداث، وتلها سهولة الحركة وتوفير الوقت والجهد، وتكاليف أقل، كما تساعد الصحفيين على التقاط الصور المعبرة دون اللجوء للمصور الصحفي، والسرعة والسهولة والحصول على أفكار غير تقليدية.

في الوقت الذي حاولت فيه دراسة عبد الهادي أحمد النجار (٢٠١٨) ^(١٤) التعرف على دور أجهزة الهاتف المحمول في تكوين حصيلة المعلومات لدى المستخدمين، بالإضافة إلى مقارنة هذا الدور بدور الصحافة التقليدية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدم فيها الباحث منهج المسح، وكانت أداة الدراسة المقابلة، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية من مستخدمي الهواتف المحمولة المتصلة بالإنترنت قوامها ٤٩٨ مفردة. وتوصلت الدراسة إلى أن المبحوثين يعتمدون بشكل كبير على الهاتف المحمول في القراءة، ويلها الكمبيوتر ومن ثم التلفزيون ثم الصحف المطبوعة.

واستهدفت دراسة محمد إبراهيم (٢٠١٨) ^(١٥) التعرف على أهم دوافع متابعة الشباب للتطبيقات الإخبارية للصحف الالكترونية عبر الهواتف الذكية، وتنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدم في ذلك منهج المسح بالعينة لعينة من الشباب الجامعي المصري قدرها (٤٠٠) مفردة، واستخدم الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى ثمة ارتباطات ذات دلالة إحصائية بين سهولة استخدام التطبيقات الإخبارية للصحف الإلكترونية عبر الهواتف الذكية وأوجه الاستفادة منها، وكذلك وجود علاقة ارتباطية متوسطة بين سهولة استخدام التطبيقات الإخبارية للصحف عبر الهواتف الذكية ونية الاستمرار في استخدامها.

في حين استهدفت دراسة نادية محمد (٢٠١٨) ^(١٦) التعرف على دور تكنولوجيا الاتصال في تطوير الخدمة الصحفية المقدمة عبر الهاتف المحمول وانعكاساتها على الشباب المصري. واعتمدت الدراسة على منهج المسح في مستوييه الوصفي والتحليلي، وتمثلت الأدوات في استمارة الاستبيان، والمقابلة المباشرة المفضلة. تم تطبيقها على عينة مكونة من الناشطين إلكترونياً من الشباب المصري من بين (٣٥-١٨) سنة، قوامها (٤٠٠) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين إلمام الشباب بتقنيات الوسائط المتعددة وقيامهم بتغطية أحداث وتحميلها على المواقع الاجتماعية والإلكترونية من خلال الموبايل.

في الوقت الذي حاولت فيه دراسة خمائل زيدان (٢٠٢٠) ^(١٧) التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي لتطبيقات الهاتف المحمول والإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لهذه التطبيقات وأيهما أكثرهم استخداماً وتفضيلاً من قبل الشباب الجامعي، وتنتمى الدراسة إلى الدراسات الوصفية معتمدة على منهج المسح بالعينة مستخدمة في ذلك أداة الاستبيان الذي تم تطبيقه على عينة من طلبة الجامعات العراقية، وتوصلت الدراسة إلى أن من أهم دوافع استخدام الشباب الجامعي لتطبيقات الهاتف المحمول التعرف على المستجدات للأخبار والأحداث بنسبة ٩٣,٥

% وفي المرتبة الثانية المحادثة مع الأهل والأصدقاء بنسبة ٩٢,٥%، ومن أبرز الإشباعات المتحققة بفعل استخدام الشباب الجامعي لصحافة الهاتف المحمول الحصول على المحاورات بنسبة ٩١,٤٤% .
في حين جاءت دراسة أيمن محمد (٢٠٢٠)^(١٨) لرصد دور صحافة الهاتف المحمول في توعية الجمهور السعودي بتطورات أزمة جائحة كورونا (COVID-19) وذلك من خلال التعرف على أنماط ومعدل استخدام الجمهور السعودي لصحافة الهاتف المحمول، من خلال دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السعودي قوامها ٤٠٠ مفردة، خلال الفترة من ١٥:٣٠ يوليو ٢٠٢٠، حيث اعتمد الباحث على منهجي المسح ودراسة العلاقات المتبادلة. وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع معدل اعتماد الجمهور السعودي على صحافة الهاتف المحمول في متابعة جائحة فيروس كورونا، وجاءت تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة أنواع صحافة الهاتف المحمول التي يحرص الجمهور السعودي عينة الدراسة على متابعتها.

وحاولت دراسة طارق الصعیدی (٢٠٢٠)^(١٩) التعرف على مدى اعتماد الشباب المصري على صحافة الموبايل وتأثيره على التوعية الصحية بجائحة كورونا، ومعرفة العلاقة بين حجم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية للاعتماد، وبين مستوى التوعية الصحية المكتسبة، وتنتمى الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي لعينة من الشباب المصري قدرها (٥٠٠) مفردة تم اختيارها بطريقة عشوائية، واستخدمت الدراسة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع اعتماد الشباب المصري على صحافة الموبايل كمصدر ثرى للمعلومات والاتصالات خاصة أثناء جائحة كورونا، وكان من أهم أسباب اعتماد الشباب على صحافة الموبايل سرعة وفورية الأخبار والمعلومات، وسهولة الاستخدام وقلة التكاليف.

بينما جاءت دراسة Joao Canavilhas (2021)^(٢٠) لتحديد التغييرات التي تسببها الهواتف الذكية في توزيع وإنتاج واستهلاك الأخبار، وتحليل تأثيرها على نظرية المعرفة في الصحافة، وحاولت الدراسة أيضا التأكد مما إذا كان التأثير المتزايد لتقنيات الهاتف المحمول في النشاط الصحفي قد غير طبيعته، وحسن من إنتاج المحتوى الإخباري المقدم للجمهور المتلقى، وتوصلت الدراسة إلى أن صحافة الويب وصحافة الموبايل تشتركان في نفس القناة التي تبث من خلالها للجمهور والاختلاف الكبير الذي يفصل بينهما يتعلق بخصائص تقنية الوصول، وأن الصحافة الخاصة بالأجهزة المحمولة تقدم شيء مختلف عن الوسائط القديمة باستخدام خاصية التنقل والسرعة والتفاعلية.

التعليق الدراسات السابقة:

- باستعراض الدراسات السابقة العربية والأجنبية والتي ارتبطت بوسائل الإعلام الجديد عامة وصحافة الموبايل بالأخص يتضح التالي:
- هدفت أغلبية الدراسات إلى التعرف على أسباب اعتماد المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات.
 - ألفت الدراسات السابقة الضوء على دور صحافة المحمول في تطوير أداء الصحفيين مهنتهم والمهارات المطلوبة لإنجازها.
 - تنوع الجمهور التي أجريت عليه الدراسات السابقة ما بين (جمهور عام بمختلف الفئات العمرية- وجمهور متخصص كفئة الأطباء وأطعم التمريض- العاملين في مجال صحافة الموبايل بالمواقع الإلكترونية ومحطات التلفاز العربية والأجنبية وغرف الأخبار - وطلاب الجامعات مابين النظرية والعملية)
 - اعتمدت غالبية الدراسات السابقة على صحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات بخلاف دراسة واحدة اعتمدت على استمارة تحليل المضمون.
 - استخدمت المقابلات الشخصية المقننة والملاحظة في جمع المعلومات في بعض الدراسات.

مشكلة الدراسة:

لاحظ الباحث التطور الذي وصل إليه العالم في مجال الهواتف الذكية وانتشارها بشكل غير مسبوق في المجتمعات العربية عامة والمجتمع السعودي على وجه الخصوص، وتنوعت الاستخدامات لهذه الهواتف من قبل الأفراد، بل أن المؤسسات الإعلامية أيضاً حولت عملها إلى الوسيط الجديد في صورة مواقع الكترونية وخدمات إخبارية وتطبيقات الكترونية عبر الهاتف المحمول لتلبي احتياجات الجمهور الجديد لهذه الوسائط الجديدة ومواكبة التطور التكنولوجي الذي بات يسارع الزمن، وتنامي حجم مستخدمي وسائل الإعلام الجديد، والانتشار الهائل للأخبار المتداولة عبر الوسيط الاتصالي الجديد من خلال ما عرف مؤخراً بصحافة الموبايل أو صحافة الهاتف المحمول، وقد حرصت مختلف المؤسسات الإعلامية على التواجد في الفضاء الجديد بمختلف الأشكال والمستويات من خلال بعض التطبيقات الإلكترونية للهواتف الذكية مثل صفحات التواصل الاجتماعي، والتطبيقات الإلكترونية المختلفة، ومع كل هذه التطورات دخل مجال المنافسة عنصر مصداقية وثقة الجمهور في هذه الوسائل في نقل الأخبار والمعلومات وتداولها، فالجمهور أصبح محاطاً بعدد كبير من الوسائل الإعلامية، التي يتنوع نمط ملكيتها، وتختلف سياسياتها التحريرية، فضلاً عن كم هائل من الأخبار التي تتعدد مصادرها، لدرجة أنه قد يجد الخبر ونقيضه، إلا أن جمهور الوقت الحالي هو جمهور نشط يمتلك العديد من البدائل، والخيارات التي يستطيع من خلالها المقارنة بين المصادر الإخبارية، ومن ثم

اختيار الوسيلة الإعلامية التي يثق فيها، وما دعم المشكلة البحثية أيضاً ما توصلت إليه نتائج الدراسات والبحوث في هذا المجال والتي كشفت عن التأثيرات التي تتركها الوسيلة أحياناً والمصدر أحياناً أخرى على مضمون الرسالة الإعلامية ومدى مصداقيتها لدى الجمهور، وما يؤكد المشكلة البحثية أيضاً ما قام به الباحث من دراسة استطلاعية على عينة من الشباب السعودي قوامها ١٠٠ مفردة، والتي أسفرت نتائجها عن أن ١٠٠% من إجمالي مفردات العينة الاستطلاعية يستخدمون الهواتف الذكية، ويستخدمون صحافة الموبايل، بالإضافة إلى أن ما من يقرب من ٧٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة الاستطلاعية يعتمدون بدرجة مرتفعة على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على المعلومات عن السياحة السعودية، وتنوعت أسباب استخدامهم لصحافة الموبايل بين الحصول على المعلومات في الترتيب الأول، ومتابعة الأحداث الجارية في المجتمع، وفي ضوء ما سبق يمكن تحديد مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة عن التساؤل التالي: ما درجة اعتماد الشباب السعودي على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على المعلومات عن السياحة السعودية؟

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على حجم اعتماد الشباب السعودي على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على المعلومات عن السياحة السعودية، وذلك من خلال:

- ١- التعرف على كثافة استخدام الشباب السعودي لصحافة الموبايل.
- ٢- التعرف على دوافع استخدام الشباب السعودي لصحافة الموبايل.
- ٣- الكشف عن أشكال وأنواع صحافة الموبايل التي يعتمد عليها الشباب الجامعي كمصدر للأخبار.
- ٤- رصد مستوى استخدام الشباب السعودي لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل.
- ٥- قياس درجة اهتمام الشباب السعودي بمتابعة السياحة السعودية عبر صحافة الموبايل.
- ٦- قياس مدى ثقة الشباب السعودي بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات عن السياحة السعودية.
- ٧- التعرف على التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية على الشباب السعودي نتيجة لاعتمادهم على صحافة الموبايل.

تساؤلات الدراسة:

تحاول الدراسة الحالية الإجابة على التساؤل الرئيسي: ما حجم اعتماد الشباب السعودي على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على المعلومات عن السياحة السعودية؟، وذلك من خلال:

- ١- ما كثافة استخدام الشباب السعودي لصحافة الموبايل؟
- ٢- ما دوافع استخدام الشباب السعودي لصحافة الموبايل؟

- ٣- ما أهم أشكال وأنواع صحافة الموبايل التي يعتمد عليها الشباب الجامعي كمصدر للأخبار؟
- ٤- ما مستوى استخدام الشباب السعودي لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل؟
- ٥- ما درجة اهتمام الشباب السعودي بمتابعة السياحة السعودية عبر صحافة الموبايل؟
- ٦- ما مدى ثقة الشباب السعودي بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات عن السياحة السعودية؟
- ٧- ما درجة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية على الشباب السعودي نتيجة لاعتمادهم على صحافة الموبايل؟

فروض الدراسة:

- ١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لاختلاف درجة سهولة استخدام صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية.
- ٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لاختلاف مستويات الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية .
- ٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية تبعاً لاختلاف درجة استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل.
- ٤- توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل ومستوى تأثيرات صحافة الموبايل عليهم.
- ٥- توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دلالة إحصائية بين مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة السياحة السعودية عبر صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية ومستوى تأثيرات صحافة الموبايل عليهم.
- ٦- توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دلالة إحصائية بين كثافة اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية ومستوى تأثيرات صحافة الموبايل عليهم.
- ٧- توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دلالة إحصائية بين مستوى اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية ومستوى الاتجاه نحو التغطية الإخبارية للسياحة السعودية عبر صحافة الموبايل.

مدخل مفاهيمي للدراسة:

أولاً: صحافة الموبايل (Mojo):

مع التطور الهائل للهواتف الذكية، أصبحت الهواتف وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري باعتبارها أداة هامة من أدوات الإعلام^(٢١)، حيث يأتي ابتكار المحمول ليشكل فتحاً جديداً يحقق للصحافة أهداف لطلال ما سعت إليها، ويأخذها إلى آفاق عصر جديد تكون فيه أكثر قرباً من الناس وأقل تكلفة في الإنتاج كما تقدم لها طرقاً حديثة في أداء العمل الصحفي^(٢٢)، وبدأت الصحافة تستفيد من تقنية الهاتف المحمول في نشر طبعات مركزة من الصحيفة، أو من خلال تقديم خدمات إخبارية^(٢٣)، ودخلت الهواتف الذكية ميدان العمل الإعلامي تدريجياً ابتداءً من خدمات الرسائل القصيرة العاجلة، وأخذت بالتطور، حتى أصبح الهاتف المحمول مؤسسة كاملة لصناعة الأخبار^(٢٤).

- تعريف صحافة الموبايل:

صحافة الموبايل Mobile journalism أو Mojo هي استخدام أجهزة الموبايل الذكي لإنشاء محتوى متعلق بالمعلومات وتقارير الأخبار، حيث يسمح بإنتاج المحتوى وتحريره ونشره وتبادله عبر الهاتف المحمول وبجودة عالية^(٢٥)، ومصطلح موجو اختصاراً لـ mobile journalism بدأ استخدامه في عام ٢٠٠٥ في الصحافة الإخبارية في "فورت مايزر فلوريدا"^(٢٦)، كما تعرف أيضاً صحافة الموبايل بأنها نمط جديد في صناعة المحتوى الإعلامي المرئي التي تستخدم الصورة والصوت والنصوص باستخدام أجهزة الهواتف الذكية بدلاً من الكاميرات الاحترافية وأجهزة الحاسوب للمونتاج والمؤثرات، على أن يتم مشاهدتها أيضاً من خلال الهواتف الذكية بأبعاد الشاشة الصغيرة للهاتف التي تختلف تماماً عن أبعاد شاشة التلفزيون التقليدية، وذلك عبر اعتماد التطبيقات التي تدعمها أجهزة الهواتف الذكية بنظامي IOS أو نظام Android، لصناعة المحتوى وعرضها على منصات التواصل الاجتماعي^(٢٧)، ويمكن أن يتسع تعريف صحافة الموبايل أيضاً استخدام الأجهزة المحمولة لاستهلاك الأخبار والمعلومات، مع مراعاة اختلاف الجمهور الأكثر وعياً؛ مما يسمح بإنشاء أخبار أكثر تشويقاً ومناسبة للوسيلة الحديثة والجمهور المتفاعل النشط^(٢٨).

ويعرفها الباحث إجرائياً بأنها التطبيقات المتاحة عبر الهاتف المحمول والتي تتيح التواصل واكتساب المعلومات سواء كانت صفحات إخبارية أو صفحات تواصل اجتماعي.

- أنواع صحافة الموبايل Mojo:

يمكن تصنيف أنواع صحافة الموبايل كوسائل اتصال ومعلومات إلى الأنواع التالية:^(٢٩)

- خدمة الرسائل القصيرة والمصورة: وهي باستخدام النصوص، أو الرسائل المصورة
- تطبيقات الهواتف المحمولة: وهي برمجيات مصممة لتعمل على الموبايل الذكي لتسهل في عملية نقل وتبادل الأخبار والمعلومات بطريقة أسهل وأسرع مع المؤسسات الإعلامية المختلفة. وقد تكون

تطبيقات إخبارية ؛ تابعة لمؤسسات صحفية أو إعلامية توفر للمستخدمين الأخبار نظير اشتراكات.

- وسائل التواصل الاجتماعي : وهي من أكثر الوسائل تفاعلية، وتسهم في نقل وتبادل الأخبار والمعلومات بين المؤسسات الإعلامية والجمهور وبين الجمهور نفسه من جهة أخرى، وقد وضعت الكثير من المؤسسات الإعلامية والرسمية روابط لها على مواقع التواصل بما يسهل عمليات نقل وتبادل المعلومات، وأشهرها الفيس بوك، تويتر، واتس آب، سناب شات، تيلجرام.
- التطبيقات الصوتية والمرئية: يمكن من خلالها إنتاج عروض ومقاطع فيديو تشبه البرامج التليفزيونية التقليدية أو التغطيات المصورة، وهي من التطبيقات التي تتميز بنقل صورة حية للأحداث من موقعها فيمكن للصحفي أو حتى المواطن العادي بث مقاطع فيديو أو بث تسجيل صوتي حي من مواقع الأحداث، وأشهرها اليوتيوب وانستجرام.
- التطبيقات البريدية: وهي التي يمكن من خلالها بث وتلقي الرسائل عن المراسلات الإلكترونية بين المؤسسات والهيئات والجماهير.
- تطبيقات تحرير المحتوى: وهي تطبيقات لإنتاج ومعالجة المحتوى الإعلامي عبر الموبايل سواء كان المحتوى نص أو تحرير وتصوير فيديو أو تسجيل وتحرير الصوت أو معالجة صورة، أو المونتاج: وهي تطبيقات تعمل كبديل عن أجهزة الحاسب في مونتاج وإنتاج المواد الإعلامية.
- تطبيقات النشر الإلكتروني: وهي تطبيقات وبرامج مخصصة، حيث يتم العمل - الصحفي بشكل محوسب من البداية للنهاية وبشكل يلي تطلعات الجمهور والصحفيين، وهي تسمح بتصميم مواقع إخبارية أو مدونات أو صحف إلكترونية باستخدام تطبيقات محمولة تيسر ذلك العمل الصحفي وبديلا عن الحاسوب^(٣١).

خدمات تقديمها الهواتف الذكية لصحافة الموبايل Mojo

- خدمة البحث عن المعلومات: يعد الحصول على المعلومات و الأدوات الإعلامية المساعدة مثل أرقام الهواتف والعناوين والبريد الإلكتروني للمصادر الإعلامية من أهم ما يذلل الصعاب أمام العمل الإعلامي والتي تتيحها الهواتف الذكية من أي مكان وبدون تكلفه تذكر وبطريقة تساعد الصحفي في الاستفادة منها وتوثيقها وتصنيفها^(٣٢).
- خدمة نقل المادة الإعلامية: تعتمد الوسائل الإعلامية في بثها ونقلها للمادة على تقنيات عدة متفاوتة ومختلفة، تتميز بها الهواتف الذكية تتمثل في تقنيات عرض الصورة وتقنية النصوص وتقنية الصوت وصور الفيديو وهذه التقنيات تختلف في ما بينها على خصائص مميزات الهاتف الذكي من حيث عرض وتخزين المادة الإعلامية، وهذا ما دفع بالصحفيين إلى استغلال الأنظمة

الرقمية للإنتاج ولم يعد مقبولاً في ظل ضيق الوقت والالتزام وسبق الإعلامي الاعتماد على الوسائل التقليدية لنقل المادة الإعلامية من وإلى المؤسسة الإعلامية ومنها إلى الجمهور^(٣٣)

■ خدمة التغطية الإعلامية: استخدام الهواتف الذكية في التغطية الإعلامية نقل المادة الإعلامية من مكان الحدث دون عناء يذكر عبر جهاز صغير بكف اليد من ثمة معالجتها وتحليلها وكتابتها بنفس الجهاز وهذا ما نسميه بالتغطية الإعلامية التي تقدمها الهواتف الذكية من خلال استخدامها إعلامياً والتي تتميز بعدة خصائص من أهمها: ^(٣٤) أ- التغطية الفورية **fresh and updated coverage** والتي تعتمد على العديد على نقل الإحداث حين وقوعها بالصوت والصورة خاصة إذا كان الصحفي في مكان الحدث وقريب من المصادر والمواقع الإعلامية، مما يتيح للصحفي الحصول على المعلومات في حينها، كما توفر بعض هذه المصادر خدمة ال **Breaking News** التي تقدم بدورها معلومات الأخبار المفاجئة، ب- التغطية الحية **Live coverage**: حيث يمكن أن توفر الهواتف الذكية تغطية حية للأحداث من موقع حدوثها وفي لحظة وقوعها فضلاً عن إمكانية تغطية مؤتمرات صحفية حية عن بعد. ج- التغطية التفاعلية: **Interactive coverage** إذ تقوم على التفاعل بين الملتقى وبين الصحفي، فلا يقتصر دورها على مجرد تغطية الحدث كما هو الحال بالنسبة للوسائل التقليدية، بل تستخدم التغطية التفاعلية إذا كانت متصلة بالإنترنت إن الأسلوب التفاعلي يتمثل في التعليق المباشر على الموضوع أو الخبر المنشور^(٣٥)

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

١- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

جاءت نظرية الاعتماد كرد فعل على النظرة الفردية التي ركزت عليها نظرية الاستخدامات والإشباع، حيث اهتم كل من Ball Rokeach And Melven Defleur عام ١٩٧٦ بعدد من التفسيرات البديلة لاستخدام وسائل الاتصال، فقد طرحا أهمية المنظور الاجتماعي في النظر إلى العلاقة بين الوسيلة الاتصالية والجمهور المستخدم ومن هنا بدأ النظر إلى إطار أوسع من العلاقات وهي (المجتمع والوسيلة والجمهور) ومن هنا ظهرت نظرية نظام الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام وهي **Media System Dependency Theory (MSD)**^(٣٦). وهي ذات مرجع نفسي اجتماعي تنتهي لنظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام^(٣٧). ويقصد بالاعتماد مدى تصنيف أفراد الجمهور لوسائل الإعلام وبقية مصادر المعلومات على أنها مصادر رئيسية لاستقاء المعلومات عن القضايا والشئون العامة، ويعرفه بيرس وسامون **Pierce & Sammon** بأنه عملية توظيف للمعلومات التي تم التعرض لها في

وسيلة معينة لاتخاذ قرار بشأن موضوع ما^(٣٨)، ويزداد اعتماد الفرد على وسيلة معينة لاستيفاء معلوماته دون أخرى كلما نجحت هذه الوسيلة في تلبية احتياجاته وإشباع رغباته، حيث ينشأ الاعتماد كما يرى، بيكر ووتني Becker & Whitney من زيادة في معدل تكرار التعرض للمعلومات في وسيلة ما، تحقق للفرد الأهداف التي من أجلها يشترك في العملية الاتصالية ويحقق دوافعه ويشبع رغباته^(٣٩). وتعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث تفترض النظرية قيام الأفراد بالاعتماد على وسيلة الاتصال لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة، وكلما لعبت الوسيلة دوراً هاماً في حياة الشخص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية وبذلك تنشأ العلاقة بين درجة الاعتماد ومستوى تأثير الوسيلة ومركزيتها لدى الأشخاص. ويفترض كل من Defleur & Rokeach بأنه كلما برزت الحاجة للمعلومات، وزادت قوة الدافع للبحث عنها لسد هذه الحاجة كلما زادت قوة الاعتماد على الوسيط الاتصالي وبالتالي زادت فرص هذا الوسيط للتأثير على الإطار المعرفي والوجداني والسلوكي لأفراد الجمهور، كما أكدنا على أنه كلما استطاعت أحد القنوات الاتصالية توفير قدر أكبر من المعلومات للفرد كلما اعتمد هذا الفرد على تلك القناة الاتصالية بشكل أكبر^(٤٠)، ولذا تؤكد هذه النظرية على أن الجمهور يعتمد على الوسيلة للحصول على المعلومات عن الظواهر الاجتماعية التي ترتبط بالخبرات الحياتية اليومية إلى المدى الأبعد حيث الاعتماد على وسائل الإعلام لنعلم عن الظواهر التي ليس لهم خبرة مباشرة بها، نظراً لأن النظام الاجتماعي قد أصبح أكثر مدنية وصناعية^(٤١)، فإن الأفراد قد أصبحوا أكثر ميلاً للاعتماد على وسائل الاتصال في تحقيق أهدافهم بدلاً من أنظمة الدعم التقليدية مثل العائلة والأصدقاء والجيران^(٤٢). كما أن الفهم والتوجيه والتسليية هي الأبعاد الثلاثة الرئيسية للدافع الإنساني الذي يشكل الأساس للسلوك الإعلامي للفرد، ومن هذه الأهداف الثلاثة استنتاج المنظرين أبعاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام التي تحددت خلال ثلاث علاقات هي الفهم والتوجيه والتسليية، ولكل من هذه العلاقات إبعاد اجتماعية وشخصية، وهي ستة أنواع من أبعاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام^(٤٣)، ووفق نظرية الاعتماد لا يمكن رصد التأثير من الإعلام إلى الفرد وحده، أو من الإعلام إلى المجتمع وحده، لأن النظام الاجتماعي له تأثيراته على الأفراد والمجتمعات الفرعية والإعلام كمجتمع، ونقل المعلومات المكثف يتعامل مع الجمهور ببناءاته الاجتماعية، والتأثير المتوقع للإعلام على الجمهور سيكون تأثيراً مرتدداً لتغيير المجتمع ووسائل الإعلام نفسها^(٤٤)، وتعتمد وسائل الإعلام على الجمهور لتحقيق ثلاث حاجات أو تأثيرات هي التأثير المعرفي، والتأثير الوجداني، والتأثير السلوكي، وحتى يعتمد الجمهور على وسائل الإعلام لا بد لوسائل الإعلام من تحقيق حاجات فردية عامة مثل التسليية^(٤٥). ويرصد كل من ملفين وساندرا بول روكيتش التأثير الذي ينتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال المجالات أو التأثيرات الثلاث سألقة الذكر: المعرفية، الوجدانية، السلوكية^(٤٦).

ومن حيث تطبيق النظرية علي البحث الحالي: يرى الباحث أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من أفضل النظريات التي يمكن من خلالها دراسة اعتماد الجمهور السعودي على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار ، حيث تفيد النظرية في التعرف على تأثير عملية الاعتماد ذاتها على اتجاهات الأفراد تبعاً للمتغيرات الديموغرافية الخاصة بالشباب السعودي ، والمساعدة على التعرف على نوع وحجم التأثيرات الناتجة على اعتماد الشباب السعودي على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار، وقد تكون هذه التأثيرات معرفية أو سلوكية أو وجدانية، كما تفيد في التعرف على الأسباب التي تزيد من اعتماد الشباب السعودي على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

- نوع ومنهج الدراسة:

تندرج الدراسة الحالية ضمن البحوث الوصفية الكمية؛ التي تهتم برصد واقع الظاهرة المعينة بشكلٍ يتسم بالموضوعية والانتظام؛ بغية توصيفها بدقة، وفهمها بشكلٍ متعمق، وتفسيرها، فضلاً عن إمكانية التنبؤ بها في المستقبل.^(٧٦)، وتوظف الدراسة الحالية منهج المسح بالعينة؛ وذلك بهدف تحقيق مستوياتٍ عالية من الدقة والانتظام في توصيف وتحليل العلاقات القائمة بين المتغيرات محل الدراسة.

- مجتمع الدراسة واختيار العينة:

تحدد مجتمع الدراسة في الشباب السعودي، ويرجع اختيار الباحث لفئة الشباب، حيث أشارت بعض الدراسات إلى أن أكثر الفئات استخداماً لصحافة الموبايل هي فئة الشباب^(٤٧)، ولجأ الباحث إلى استخدام العينة العشوائية، وطبقت الدراسة على عينة من الشباب السعودي بمنطقة (جازان- الرياض - عسير - جدة - والطائف)، وقد قام الباحث بغلق جميع أسئلة الاستبيان عند تصميمها على جوجل درايف بحيث لا يسمح للمبحوث إرسال الرد بدون الإجابة على كافة أسئلة الاستبيان، ومن ثم كانت جميع الردود على استمارة الاستبيان صحيحة ولا يوجد نسبة خطأ، وبالتالي كان حجم العينة النهائي (٥٠٠) مفردة من الشباب السعودي، وجاءت خصائص العينة على النحو التالي:

جدول رقم (١)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع، الإقامة، المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	٢٧٥	٥٥,٠٠
	إناث	٢٢٥	٤٥,٠٠
السن	أقل من ٣٠ سنة	٢٥٠	٥٠,٠٠
	٣٠ سنة فأكثر	٢٥٠	٥٠,٠٠

٢٠,٠٠٠	١٠٠	جازان	المنطقة
٢٠,٠٠٠	١٠٠	الرياض	
٢٠,٠٠٠	١٠٠	عسير	
٢٠,٠٠٠	١٠٠	جدة	
٢٠,٠٠٠	١٠٠	الطائف	
٢٥,٠٠٠	١٢٥	أقل من جامعي	المستوى التعليمي
٦٣,٨٠	٣١٩	جامعي	
١١,٢٠	٥٦	أعلى من جامعي	
١٩,٠٠	٩٥	مرتفع	المستوى الاجتماعي الاقتصادي
٣٩,٠٠	١٩٥	متوسط	
٤٢,٠٠	٢١٠	منخفض	
١٠٠	٥٠٠	المجموع	

- أدوات الدراسة:

استخدم الباحث صحيفة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة، وتم تطبيق استبيان يتكون من ١٤ سؤالاً، عبارة عن عدة مقاييس موضحة في التالي، بالإضافة إلى البيانات الشخصية ومتغيرات الدراسة المتمثلة في النوع (ذكور- إناث)، السن (أقل من ٣٠ سنة - ٣٠ سنة أو أكثر)، المنطقة بمنطقة (جازان- الرياض- عسير- جدة- والطائف)، المستوى التعليمي (أقل من جامعي- جامعي- أعلى من جامعي)، المستوى الاجتماعي الاقتصادي (مرتفع - متوسط - منخفض).

- خطوات تقنين أداة الدراسة:

أولاً: صدق الاستبيان:

يقصد بصدق الاختبار صحته في قياس ما يدعى أنه يقيسه، والاختبار الصادق يقيس ما وضع لقياسه^(٤٨). وللتحقق من صدق الاستبيان تم الاعتماد علي طريقتين وهي:

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

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

جدول (٢)

معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل مقياس فرعي والدرجة الكلية للاستبيان

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	المجال
دالة عند ٠,٠١	٠,٦٨٧	قياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل للحصول على المعلومات حول السياحة السعودية
دالة عند ٠,٠١	٠,٦٦٤	قياس دوافع الاعتماد على صحافة الموبايل للحصول على المعلومات حول السياحة السعودية
دالة عند ٠,٠١	٠,٤٣٢	قياس مستوى اهتمام الباحثين بمتابعة السياحة السعودية عبر صحافة الموبايل
دالة عند ٠,٠١	٠,٦٨٢	قياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على المعلومات حول السياحة السعودية
دالة عند ٠,٠١	٠,٤٩٨	مقياس مستوى استخدام وسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل
دالة عند ٠,٠١	٠,٧٧٩	مقياس تأثيرات الاعتماد على صحافة الموبايل للحصول على المعلومات حول السياحة السعودية
دالة عند ٠,٠١	٠,٧٠٢	مقياس الاتجاه نحو التغطية الإخبارية للسياحة السعودية عبر صحافة الموبايل

يتبين من الجدول السابق أن أبعاد الاستبيان تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من ٠,٠١، وقد تراوحت معاملات الارتباط لمجالات الاستبيان بين (٠,٤٣٢)، (٠,٧٧٩) وهذا دليل كافٍ على أن المقاييس المكونة لأداة الدراسة تتمتع بمعامل صدق عالي.

ثانياً: ثبات الاستبيان:

تم حساب معامل ثبات الاستبيان أداة الدراسة علي عينة قوامها (٥٠) مفردة من الشباب السعودي وهو ما يمثل ١٠% من حجم العينة، وذلك باستخدام الطرق التالية.

أ- طريقة إعادة التطبيق: تم تطبيق الاستبيان على عينة مكونة من ٥٠ مفردة من الشباب السعودي ثم أعيد تطبيقه مرة أخرى على المجموعة نفسها بعد فاصل زمني قدره ثلاثة أسابيع، ثم قام الباحث بحساب معامل الثبات بين درجات الباحثين في التطبيقين الأول والثاني، وقد أشارت معاملات الارتباط إلي الاتفاق بين الإجابات علي كل بعد من أبعاد الاستبيان بين التطبيقين الأول والثاني بنسبة بلغت ٠,٨٨٧، ويتضح ذلك من الجدول التالي:

جدول رقم (٣)
معامل ثبات الاستبيان وأبعاده المختلفة

م	البعد	معامل الثبات	مستوى الدلالة
١	قياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل للحصول على المعلومات حول السياحة السعودية	٠,٦١٨	دالة عند ٠,٠١
٢	قياس دوافع الاعتماد على صحافة الموبايل للحصول على المعلومات حول السياحة السعودية	٠,٥٧٨	دالة عند ٠,٠١
٣	قياس مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة السياحة السعودية عبر صحافة الموبايل	٠,٧٢٨	دالة عند ٠,٠١
٤	قياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على المعلومات حول السياحة السعودية	٠,٥٣٤	دالة عند ٠,٠١
٥	مقياس مستوى استخدام وسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل	٠,٦٢٧	دالة عند ٠,٠١
٦	مقياس تأثيرات الاعتماد على صحافة الموبايل للحصول على المعلومات حول السياحة السعودية	٠,٨٩٥	دالة عند ٠,٠١
٧	مقياس الاتجاه نحو التغطية الإخبارية للسياحة السعودية عبر صحافة الموبايل	٠,٧٨٤	دالة عند ٠,٠١
	الدرجة الكلية	٠,٨٨٧	دالة عند ٠,٠١

يتضح من الجدول السابق مدى تقارب نسبة الثبات بين الأبعاد المختلفة، كما يتضح أن معاملات ثبات الأبعاد المختلفة قد تراوحت ما بين (٠,٥٧٨ – ٠,٨٩٥) وجميعها معاملات ثبات دالة عند مستوى ٠,٠١، كما يبين أن معامل ثبات الدرجة الكلية للاستبيان قد بلغ ٠,٨٨٧ وهي نسبة توجي بالثقة في صلاحية الاستبيان كأداة من أدوات الدراسة.

ب- طريقة التجزئة النصفية (S.H): كما قام الباحث بحساب معامل ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع بعضها وكذلك حساب معامل ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع الدرجة الكلية للاستبيان وفقا لطريقة التجزئة النصفية لجتمان ومعامل سبيرمان وبراون.

جدول رقم (٤)

معامل ثبات الاستبيان وأبعاده وفقا (التجزئة النصفية لجتمان – سبيرمان وبراون).

م	البعد	معامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان	معامل ارتباط سبيرمان – براون
١	قياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل للحصول على المعلومات حول السياحة السعودية	٠,٥٨٢	٠,٦٦٥
٢	قياس دوافع الاعتماد على صحافة الموبايل للحصول على المعلومات حول السياحة السعودية	٠,٤٩٨	٠,٥٣٢
٣	قياس مستوى الاهتمام بمتابعة السياحة السعودية عبر صحافة الموبايل	٠,٧٤٥	٠,٨٢١
٤	قياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على المعلومات حول السياحة السعودية	٠,٦٨٧	٠,٧٥٤
٥	مقياس مستوى استخدام وسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل	٠,٦٦٩	٠,٧١٢
٦	مقياس تأثيرات الاعتماد على صحافة الموبايل للحصول على المعلومات حول السياحة السعودية	٠,٥٨٩	٠,٦٢١
٧	مقياس الاتجاه نحو التغطية الإخبارية للسياحة عبر صحافة الموبايل	٠,٦٤٥	٠,٥٩٨
*	معامل ارتباط الأبعاد مع بعضها	٠,٧٩٨	٠,٨٤٢
*	ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية	٠,٨٦٥	٠,٧٩٨

يتضح من الجدول السابق أن المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان حققت معاملات ثبات على درجة معقولة ومقبولة علمياً، حيث تراوحت معاملات ثبات الأبعاد وفقاً لمعامل التجزئة النصفية لجتمان ما بين ٠,٤٩٨ - ٠,٧٤٥، بينما تراوح معاملات ثبات الأبعاد وفقاً لمعامل ارتباط سيرمان وبراون ما بين ٠,٥٣٢ - ٠,٨٢١، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط الأبعاد مع بعضها فقد كانت ٠,٧٩٨ وفقاً لمعامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، بينما كانت وفقاً لمعامل سيرمان - براون ٠,٨٤٢، وهي معاملات ثبات عالية وتدل على ثبات المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع الدرجة الكلية للاستبيان فقد كانت ٠,٨٦٥ وفقاً لمعاملات ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، وبلغت ٠,٧٩٨ وفقاً لمعامل سيرمان وبراون وهي معاملات ثبات عالية وتشير إلى ثبات الاستبيان وصلاحيته للاستخدام.

منهجية قياس متغيرات الدراسة:

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

ب- مقياس دوافع الاعتماد على صحافة الموبايل للحصول على المعلومات حول السياحة السعودية: ولقياس مستوى دوافع الاعتماد، استخدم الباحث مقياس تجميعي بطريقة ليكرت الثلاثية، مكون من (٩) عبارات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ٩ إلى ٢٧ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض من الدوافع ويحصل على الدرجة ٩ إلى ١٤، والثاني مستوى متوسط من الدوافع ويحصل على الدرجة من ١٥ إلى ٢٠، والثالث مستوى مرتفع من الدوافع ويحصل على الدرجة من ٢١ إلى ٢٧.

ج- مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية: ولقياس الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات، قام الباحث بإضافة سؤال باستمارة الاستبيان يشير إلى تحديد المبحوث من ضمن ٩ درجات، الدرجة التي يعتقد أنها تمثل فعلاً مستوى ثقته بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات، والمبحوث الذي يحدد الدرجة من ١ : ٣ يعد من منخفضي مستوى الثقة، ومن ٤ : ٦ متوسط مستوى الثقة، ومن ٧ : ٩ مرتفعي مستوى الثقة. هذا بالإضافة إلى مقياس تجميعي بطريقة ليكرت الثلاثية، مكون من (٩) عبارات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ٩ إلى ٢٧ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى

منخفض من الثقة ويحصل على الدرجة ٩ إلى ١٤، والثاني مستوى متوسط من الثقة ويحصل على الدرجة من ١٥ إلى ٢٠، والثالث مستوى مرتفع من الثقة ويحصل على الدرجة من ٢١ إلى ٢٧. وبناءً عليه يتم جمع درجات السؤالين للوصول إلى المستوى الحقيقي.

د- مقياس مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة المضامين المتعلقة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول: ولقياس مستوى الاهتمام بمتابعة السياحة السعودية، تم تكوين مقياس تجميعي بطريقة ليكرت الثلاثية، مكون من (٨) عبارات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ٨ إلى ٢٤ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض مستوى الاهتمام ويحصل على الدرجة ٨ إلى ١٣، والثاني متوسط مستوى الاهتمام ويحصل على الدرجة من ١٤ إلى ١٩، والثالث مرتفع مستوى الاهتمام ويحصل على الدرجة من ٢٠ إلى ٢٤.

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

و- مقياس مستوى تأثيرات استخدام صحافة الموبايل على المبحوثين: ولقياس مستوى تأثيرات صحافة الموبايل على المبحوثين، تم تكوين مقياس تجميعي بطريقة ليكرت الثلاثية، مكون من ثلاثة أبعاد (معرفية- وجدانية- سلوكية)، وكل بعد مكون من ثلاث عبارات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس الفرعي - أي البعد- لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ٣ إلى ٩ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض من التأثيرات ويحصل على الدرجة ٣ إلى ٤، والثاني متوسط مستوى التأثيرات ويحصل على الدرجة من ٥ إلى ٦، والثالث مرتفع مستوى التأثيرات ويحصل على الدرجة من ٧ إلى ٩.

ز- مقياس مستوى اتجاه المبحوثين نحو التغطية الإخبارية للسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول: ولقياس مستوى الاتجاه، تم تكوين مقياس تجميعي بطريقة ليكرت الثلاثية، مكون من (١٢) عبارات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ١٢ إلى ٣٦ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول اتجاه سلبي ويحصل على الدرجة ١٢ إلى ١٩، والثاني اتجاه محايد ويحصل على الدرجة من ٢٠ إلى ٢٧، والثالث اتجاه إيجابي ويحصل على الدرجة من ٢٨ إلى ٣٦.

حدود الدراسة: وتتمثل حدود الدراسة في الحدود التالية:

- حدود موضوعية: حدد الباحث موضوع دراسته في حجم اعتماد الشباب على صحافة الموبايل للحصول على المعلومات عن السياحة السعودية.
- حدود مكانية: تتمثل حدود الدراسة المكانية في التطبيق على عينة من الشباب بمنطقة (جازان- الرياض- عسير- جدة- الطائف).
- حدود زمنية: تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة من الشباب السعودي خلال مدة زمنية قدرها ثلاثة أسابيع خلال شهر أغسطس من عام ٢٠٢٣.

المعالجة الإحصائية للبيانات :

لاستخراج نتائج الدراسة قام الباحث باستخدام البرنامج الإحصائي (spss) حيث استخدم

بعض الأساليب الإحصائية التي تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة مثل:

- ١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- ٢- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- ٣- تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way Analysis of Variance ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد متغيرات الدراسة.
- ٤- الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوي Least Significance Difference والمعروف بـ L.S.D معرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل التباين علي وجود فرق بينها.
- ٥- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.
- ٦- اختبار "ت" T.Test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين علي أحد متغيرات الدراسة.
- ٧- اختبار كا^٢ لجدول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الأسى.
- ٨- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من ٢×٢.
- ٩- اختبار "Z.Test" لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين مئويتين.

نتائج الدراسة :

فيما يلي يعرض الباحث أهم نتائج الدراسة التي أجريت على عينة من الشباب السعودي، وقد أسفر تحليل استجابات المبحوثين التي تضمنتها بيانات صحيفة الاستبيان بعد عملية الجدولة والتصنيف عن بيانات كمية دعمت الثقة في النتائج وموضوعيتها، كما ساعدت على التحقق من أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها.

- مدى اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات عن السياحة السعودية .

جدول رقم (٥)

مدى اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات عن السياحة السعودية وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفع	١٣٠	٤٧,٢٧	١١٥	٥١,١١	٢٢٤	٤٤,٨٠
متوسط	١٠٠	٣٦,٣٦	٨٥	٣٧,٧٨	١٨٥	٣٧,٠٠
منخفض	٤٥	١٦,٣٦	٢٥	١١,١١	٦٠	١٢,٠٠
الإجمالي	٢٧٥	١٠٠	٢٢٥	١٠٠	٥٠٠	١٠٠

قيمة كا = ٢,٨٧٨ ، درجة الحرية = ٢ ، معامل التوافق = ٠,٠٧٦ ، مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا ٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ٢,٨٧٨ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥ ، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٠٧٦ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) وكثافة اعتماد المبحوثين- إجمالي مفردات عينة الدراسة - على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على للمعلومات عن السياحة السعودية. كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يعتمدون على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على المعلومات عن السياحة السعودية بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٤٤,٨٠% ، موزعة بين ٤٧,٢٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥١,١١% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يعتمدون على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على للمعلومات عن السياحة السعودية بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٣٧,٠٠% موزعة بين ٣٦,٣٦% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٧,٧٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

- أهم المواقع التي يعتمد عليها المبحوثين باستخدام صحافة الموبايل للحصول على المعلومات عن السياحة السعودية.

جدول رقم (٦)

أهم المواقع التي يعتمد عليها المبحوثين باستخدام صحافة الموبايل للحصول على المعلومات عن السياحة السعودية وفقاً
للنوع.

الترتيب	الدلالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	غير دالة	٠,٤١٤	٦١,٠٠	٣٠٥	٦٠,٠٠	١٣٥	٦١,٨٢	١٧٠	تطبيقات المواقع الإخبارية
٢	غير دالة	٠,٢٢٦	٥٥,٠٠	٢٧٥	٥٥,٥٦	١٢٥	٥٤,٥٥	١٥٠	تطبيقات الصحف الالكترونية
١	دالة***	٤,١٨٩	٦١,٠٠	٣٠٥	٧١,١١	١٦٠	٥٢,٧٣	١٤٥	صفحات الصحف والمواقع الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي
٣	غير دالة	١,٨٤١	٥١,٠٠	٢٥٥	٥٥,٥٦	١٢٥	٤٧,٢٧	١٣٠	تطبيقات صوتية ومرئية
٦	غير دالة	١,٠٠١	٤٢,٠٠	٢١٠	٤٤,٤٤	١٠٠	٤٠,٠٠	١١٠	تطبيقات وصفحات المؤسسات الرسمية
٤	دالة**	٢,٦٥٠	٤٩,٠٠	٢٤٥	٥٥,٥٦	١٢٥	٤٣,٦٤	١٢٠	تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي
٥	غير دالة	١,١٢٨	٤٥,٠٠	٢٢٥	٤٢,٢٢	٩٥	٤٧,٢٧	١٣٠	تطبيقات صحف وبوابات الكترونية
٨	غير دالة	٠,١٤٣	٣٣,٠٠	١٦٥	٣٣,٣٣	٧٥	٣٢,٧٣	٩٠	تطبيقات بريدية
٧	غير دالة	٠,٨٦٠	٢٧,٠٠	١٣٥	٢٨,٨٩	٦٥	٢٥,٤٥	٧٠	تطبيقات خدمات الرسائل القصيرة والمصورة
			٥٠٠		٢٢٥		٢٧٥		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم المواقع التي يعتمد عليها المبحوثين باستخدام صحافة الموبايل للحصول على المعلومات عن السياحة السعودية وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول تطبيقات المواقع الإخبارية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦١,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦١,٨٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٠,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٤١٤، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٠٥. وجاء في الترتيب الأول مكرر صفحات الصحف والمواقع الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦١,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٢,٧٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧١,١١% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠,٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٤,١٨٩ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٠٠١.

- موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس دوافع الاعتماد على تطبيقات صحافة الهاتف المحمول للحصول على المعلومات عن السياحة السعودية.

جدول (٧)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس دوافع الاعتماد على تطبيقات صحافة الهاتف المحمول للحصول على المعلومات عن السياحة السعودية.

درجة الدوافع	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قليلة		متوسطة		كبيرة		درجة الدوافع	العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٠,٧٠	٢,٣٤	١٣,٠٠	٦٥	٤٠,٠٠	٢٠٠	٤٧,٠٠	٢٣٥	التعرف على أهم الأحداث التي تدور في المجتمع.	
مرتفع	٠,٦٧	٢,٤٢	١٠,٠٠	٥٠	٣٨,٠٠	١٩٠	٥٢,٠٠	٢٦٠	التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ.	
مرتفع	٠,٦٩	٢,٣٧	١٢,٠٠	٦٠	٣٩,٠٠	١٩٥	٤٩,٠٠	٢٤٥	تطبيقات صحافة الهاتف المحمول جعلت العالم كله في تواصل مستمر حول السياحة السعودية.	
مرتفع	٠,٦٤	٢,٥٤	٨,٠٠	٤٠	٣٠,٠٠	١٥٠	٦٢,٠٠	٣١٠	أفضل التحدث مع الشخصيات التي تطرح وجهات نظر تتقارب مع وجهة نظري حول السياحة السعودية.	
مرتفع	٠,٧٠	٢,٤٢	١٢,٠٠	٦٠	٣٤,٠٠	١٧٠	٥٤,٠٠	٢٧٠	أشعر بالألفة والتواصل مع الآخرين أثناء الحديث عن السياحة السعودية.	
مرتفع	٠,٦٧	٢,٤٢	١٠,٠٠	٥٠	٣٨,٠٠	١٩٠	٥٢,٠٠	٢٦٠	سهولة التواصل مع أشخاص لهم نفس الاهتمامات السياحية وجعلتني اجتماعيا أكثر.	
مرتفع	٠,٧٢	٢,٣٧	١٤,٠٠	٧٠	٣٥,٠٠	١٧٥	٥١,٠٠	٢٥٥	تسهم في توسيع علاقات التواصل الاجتماعي والاحتكاك والتفاعل مع الأصدقاء والقراء والاستفادة من رؤيتهم حول السياحة السعودية.	
مرتفع	٠,٦٦	٢,٥٠	٩,٠٠	٤٥	٣٢,٠٠	١٦٠	٥٩,٠٠	٢٩٥	تمنحني فرصة للتواصل مع أشخاص ينتمون لمرجعيات دينية وثقافية مختلفة.	
مرتفع	٠,٦٨	٢,٤٢	١١,٠٠	٥٥	٣٦,٠٠	١٨٠	٥٣,٠٠	٢٦٥	تجمع بين منصات إعلامية مختلفة قد تكون مرجعا للمعلومات حول السياحة السعودية.	
مرتفع	--	٢,٤٢	ن=٥٠٠						جملة من سلوا	

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس دوافع الاعتماد على تطبيقات صحافة الهاتف المحمول للحصول على المعلومات عن السياحة السعودية، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٤٢، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات أفضل التحدث مع الشخصيات التي تطرح وجهات نظر تتقارب مع وجهة نظري حول السياحة السعودية، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٤، وجاءت تمنحني فرصة للتواصل مع أشخاص ينتمون لمرجعيات دينية وثقافية مختلفة في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٠، وجاءت التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ، أشعر بالألفة والتواصل مع الآخرين أثناء الحديث عن السياحة السعودية، سهولة التواصل مع أشخاص لهم نفس الاهتمامات السياحية وجعلتني اجتماعيا أكثر، تجمع بين منصات إعلامية مختلفة قد تكون مرجعا للمعلومات حول السياحة السعودية في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٢.

- موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس درجة الثقة في صحافة الهاتف المحمول كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية.

جدول (٨)

موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس درجة الثقة في صحافة الهاتف المحمول كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية.

درجة الثقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قليلة		متوسطة		كبيرة		درجة الثقة	العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٨	٠,٦٩	٢,٣٩	١٢,٠٠	٦٠	٣٧,٠٠	١٨٥	٥١,٠٠	٢٥٥	تقدم لنا صحافة الهاتف المحمول ما نريد أن نعرفه حول السياحة السعودية المختلفة	
مرتفع	٥	٠,٦٥	٢,٤٥	٩,٠٠	٤٥	٣٧,٠٠	١٨٥	٥٤,٠٠	٢٧٠	صحافة الهاتف المحمول أفضل لأنها مفصلة للمعلومات حول السياحة السعودية	
مرتفع	٢	٠,٦٠	٢,٦١	٦,٠٠	٣٠	٢٧,٠٠	١٣٥	٦٧,٠٠	٣٣٥	تتمتع صحافة الهاتف المحمول بمصداقية لدى معظم الناس	
مرتفع	١	٠,٦١	٢,٦٢	٧,٠٠	٣٥	٢٤,٠٠	١٢٠	٦٩,٠٠	٣٤٥	أخبار صحافة الهاتف المحمول تقدم لنا المعلومات دون أن يفرض علينا أحد وجهة نظره	
مرتفع	٣	٠,٦٦	٢,٥٤	٩,٠٠	٤٥	٢٨,٠٠	١٤٠	٦٣,٠٠	٣١٥	ما نقرأه تكتمل جوانبه بتناول صحافة الهاتف المحمول للسياحة السعودية	
مرتفع	٤	٠,٦٧	٢,٤٨	١٠,٠٠	٥٠	٣٢,٠٠	١٦٠	٥٨,٠٠	٢٩٠	أشعر مع أخبار صحافة الهاتف المحمول بالكفاية التي لا أجد ما مع أي وسيلة إعلامية أخرى كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية	
مرتفع	٧	٠,٦٨	٢,٤٢	١١,٠٠	٥٥	٣٦,٠٠	١٨٠	٥٣,٠٠	٢٦٥	تطرح صحافة الهاتف المحمول الموضوعات حول السياحة السعودية بحيادية ولا تغفل السلبيات	
مرتفع	٦	٠,٦٨	٢,٤٤	١١,٠٠	٥٥	٣٤,٠٠	١٧٠	٥٥,٠٠	٢٧٥	تطرح صحافة الهاتف المحمول حلولاً للمشكلات المتعلقة بالسياحة السعودية بموضوعية	
مرتفع	٤	٠,٦٦	٢,٤٨	٩,٠٠	٤٥	٣٤,٠٠	١٧٠	٥٧,٠٠	٢٨٥	تهتم صحافة الهاتف المحمول بنشر وجهات النظر المختلفة حول المضامين التي تتناولها والمتعلقة بالسياحة السعودية	
مرتفع	--	٠,٦٦	٢,٤٩	ن=٥٠٠						جملة من ستلوا	

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس درجة الثقة في صحافة الهاتف المحمول كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٤٩، بينما تراوحت تقدير استجابات الباحثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات أخبار صحافة الهاتف المحمول تقدم لنا المعلومات دون أن يفرض علينا أحد وجهة نظره، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٦٢، وجاءت تتمتع صحافة الهاتف المحمول بمصداقية لدى معظم الناس في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٦١، وجاءت ما نقرأه تكتمل جوانبه بتناول صحافة الهاتف المحمول للسياحة السعودية في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٤.

- درجة ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية صحافة الهاتف المحمول كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية.

جدول رقم (٩)

درجة ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية صحافة الهاتف المحمول كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية وفقاً للنوع.

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
درجة الثقة		ك	%	ك	%	ك	%
بدرجة كبيرة		١٣٠	٤٧,٢٧	١٢٥	٥٥,٥٦	٢٥٥	٥١,٠٠
بدرجة متوسطة		١٠٠	٣٦,٣٦	٨٥	٣٧,٧٨	١٨٥	٣٧,٠٠
بدرجة منخفضة		٤٥	١٦,٣٦	١٥	٦,٦٧	٦٠	١٢,٠٠
الإجمالي		٢٧٥	١٠٠	٢٢٥	١٠٠	٥٠٠	١٠٠

قيمة كا = ١١,٤٢٦ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,١٤٩ مستوى الدلالة = دالة عند ٠,٠٠١

بحساب قيمة كا ٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ١١,٤٢٦ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١ ، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠,٠٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,١٤٩ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ودرجة ثقة المبحوثين - إجمالي مفردات عينة الدراسة - بصدق وموضوعية صحافة الهاتف المحمول كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية. كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يثقون بصدق وموضوعية صحافة الهاتف المحمول كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٥١,٠٠% ، وبلغت نسبة من يثقون بصدق وموضوعية صحافة الهاتف المحمول كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٣٧,٠٠%.

- درجة سهولة استخدام وتفاعل المبحوثين مع صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية.

جدول رقم (١٠)

درجة سهولة استخدام وتفاعل المبحوثين مع صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية وفقاً للنوع.

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
درجة السهولة		ك	%	ك	%	ك	%
بدرجة كبيرة		١٧٥	٦٣,٦٤	١٥٠	٦٦,٦٧	٣٢٥	٦٥,٠٠
بدرجة متوسطة		٧٠	٢٥,٤٥	٦٠	٢٦,٦٧	١٣٠	٢٦,٠٠
بدرجة منخفضة		٣٠	١٠,٩١	١٥	٦,٦٧	٤٥	٩,٠٠
الإجمالي		٢٧٥	١٠٠	٢٢٥	١٠٠	٥٠٠	١٠٠

قيمة كا = ٢,٧٢٠ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٠٧٤ مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا ٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ٢,٧٢٠ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٠٥ ، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٠٥ ، وقد بلغت قيمة

معامل التوافق ٠,٠٧٤، تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ودرجة سهولة استخدام وتفاعل المبحوثين - إجمالي مفردات عينة الدراسة - مع صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية. كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يجدون سهولة استخدام وتفاعل المبحوثين مع صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٦٥,٠٠%، موزعة بين ٦٣,٦٤% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٦,٦٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يجدون سهولة استخدام وتفاعل المبحوثين مع صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢٦,٠٠% موزعة بين ٢٥,٤٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٦,٦٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

- موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة الاهتمام بمتابعة صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية.

جدول (١١)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة الاهتمام بمتابعة صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية.

درجة الاهتمام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قليلة		متوسطة		كبيرة		درجة الاهتمام	العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٠,٦٥	٢,٤٣	٩,٠٠	٤٥	٣٩,٠٠	١٩٥	٥٢,٠٠	٢٦٠	تتم بمتابعة المضامين المتعلقة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول	
مرتفع	٠,٧٠	٢,٣٤	١٣,٠٠	٦٥	٤٠,٠٠	٢٠٠	٤٧,٠٠	٢٣٥	تتم بمتابعة المضامين ذات الصلة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول	
مرتفع	٠,٦٩	٢,٣٧	١٢,٠٠	٦٠	٣٩,٠٠	١٩٥	٤٩,٠٠	٢٤٥	تتم بمناقشة المضامين المتعلقة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول مع الآخرين	
مرتفع	٠,٦٨	٢,٤١	١١,٠٠	٥٥	٣٧,٠٠	١٨٥	٥٢,٠٠	٢٦٠	تجد نفسك مستغرقاً في التفكير في بعض الأمور والقضايا المتعلقة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول	
مرتفع	٠,٦٨	٢,٢٥	١٤,٠٠	٧٠	٤٧,٠٠	٢٣٥	٣٩,٠٠	١٩٥	الاهتمام بالقضايا والمضامين المتعلقة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول يعد مضيعة للوقت	
مرتفع	٠,٧١	٢,٢٧	١٥,٠٠	٧٥	٤٣,٠٠	٢١٥	٤٢,٠٠	٢١٠	تفضل الاحتفاظ المضامين المتعلقة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول بعد الاطلاع عليها	
مرتفع	٠,٧١	٢,٤٣	١٣,٠٠	٦٥	٣١,٠٠	١٥٥	٥٦,٠٠	٢٨٠	يمكن ان اطلع على أكثر من وسيلة إعلامية كي أعرف على حقيقتة المضامين المتعلقة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول	
مرتفع	٠,٧١	٢,٤٠	١٣,٠٠	٦٥	٣٤,٠٠	١٧٠	٥٣,٠٠	٢٦٥	اشرك بالتعليق على المضامين المتعلقة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول	
مرتفع	--	٢,٣٦	ن=٥٠٠						جملة من سنلوا	

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة الاهتمام بمتابعة صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٣٦، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات تهتم بمتابعة المضامين المتعلقة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول، ممكن أن أطلع على أكثر من وسيلة إعلامية كي أعرف على

حقيقة المضامين المتعلقة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤٣، وجاءت تجدد نفسك مستغرقاً في التفكير في بعض الأمور والقضايا المتعلقة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٤١.

- موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة استخدام أساليب التفاعل المتاحة عبر صحافة الهاتف المحمول.

جدول (١٢)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة استخدام أساليب التفاعل المتاحة عبر صحافة الهاتف المحمول.

درجة التفاعل	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قليلة		متوسطة		كبيرة		درجة التفاعل	العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٠,٦٨	٢,٤٥	١١,٠٠	٥٥	٣٣,٠٠	١٦٥	٥٦,٠٠	٢٨٠	أقوم بحفظ المضامين المتعلقة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول	
مرتفع	٠,٦٦	٢,٤٩	٩,٠٠	٤٥	٣٣,٠٠	١٦٥	٥٨,٠٠	٢٩٠	أكتب رأيي في تعليق حول المضامين المتعلقة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول	
مرتفع	٠,٦٢	٢,٥٦	٧,٠٠	٣٥	٣٠,٠٠	١٥٠	٦٣,٠٠	٣١٥	أشارك المضامين المتعلقة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول على حساباتي بمواقع التواصل الاجتماعي	
مرتفع	٠,٦٢	٢,٦٠	٧,٠٠	٣٥	٢٦,٠٠	١٣٠	٦٧,٠٠	٣٣٥	أبحث داخل الأرشيف عن خلفيات وجذور المضامين المتعلقة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول	
مرتفع	٠,٦٠	٢,٦١	٦,٠٠	٣٠	٢٧,٠٠	١٣٥	٦٧,٠٠	٣٣٥	أفتح الروابط المراقبة المضامين المتعلقة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول للاستزادة بالمعلومات	
مرتفع	٠,٧٣	٢,٣٥	١٥,٠٠	٧٥	٣٥,٠٠	١٧٥	٥٠,٠٠	٢٥٠	أرسل المجرر أو موقع الصحيفة بالبريد الإلكتروني للاستفسار حول المضامين المتعلقة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول	
مرتفع	٠,٦٦	٢,٥٤	٩,٠٠	٤٥	٢٨,٠٠	١٤٠	٦٣,٠٠	٣١٥	أشارك في الاستفتاءات واستطلاعات الرأي المتعلقة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول	
مرتفع	٠,٦٧	٢,٤٨	١٠,٠٠	٥٠	٣٢,٠٠	١٦٠	٥٨,٠٠	٢٩٠	أشارك في المنتديات والمدونات المتعلقة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول	
مرتفع	٠,٦٨	٢,٤٢	١١,٠٠	٥٥	٣٦,٠٠	١٨٠	٥٣,٠٠	٢٦٥	مشاركة المضامين المتعلقة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول على صفحات أصدقائي	
مرتفع	٠,٦٧	٢,٤٥	١٠,٠٠	٥٠	٣٥,٠٠	١٧٥	٥٥,٠٠	٢٧٥	أرسل المضامين المتعلقة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول إلى الأصدقاء في غرف الدردشة	
مرتفع	--	٢,٥٠	ن=٥٠٠						جملة من ستلوا	

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة بدرجة استخدام أساليب التفاعل المتاحة عبر صحافة الهاتف المحمول، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٥٠، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات أفتح الروابط المراقبة المضامين المتعلقة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول للاستزادة بالمعلومات، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٦١، وجاءت أبحث داخل الأرشيف عن خلفيات وجذور المضامين المتعلقة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٦٠، وجاءت أشارك المضامين المتعلقة بالسياحة السعودية عبر صحافة الهاتف المحمول

المحمول على حساباتي بمواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٦.

- موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة تأثيرات الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للمعلومات عن السياحة السعودية.

جدول (١٣)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة تأثيرات الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للمعلومات عن السياحة السعودية.

درجة التأثير	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قليلة		متوسطة		كبيرة		درجة التأثيرات	العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٥	٢,٥٠	٨,٠٠	٤٠	٣٤,٠٠	١٧٠	٥٨,٠٠	٢٩٠	من خلال الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول أعترف على كل ما يتعلق بالسياحة السعودية من قضايا وأحداث	
مرتفع	٣	٢,٥٣	٨,٠٠	٤٠	٣١,٠٠	١٥٥	٦١,٠٠	٣٠٥	من خلال الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول زادت معلوماتي بشأن السياحة السعودية	
مرتفع	٦	٢,٤٤	١٣,٠٠	٦٥	٣٠,٠٠	١٥٠	٥٧,٠٠	٢٨٥	الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول ساعدتني في تكوين رأي واتجاهاتي نحو السياحة السعودية	
مرتفع	٦	٢,٤٤	١٤,٠٠	٧٠	٢٨,٠٠	١٤٠	٥٨,٠٠	٢٩٠	أصبحت السياحة السعودية ضمن أولويات الموضوعات التي تهمني وأفضل متابعة تطوراتها عبر صحافة الهاتف المحمول	
مرتفع	٥	٢,٥٠	٦,٠٠	٣٠	٣٨,٠٠	١٩٠	٥٦,٠٠	٢٨٠	أشعر بالتفاعل مع مضامين السياحة السعودية على الرغم من تكرار عرضها	
مرتفع	٤	٢,٥٢	١٠,٠٠	٥٠	٢٨,٠٠	١٤٠	٦٢,٠٠	٣١٠	استطيع التمييز بين الشركات المختلفة عبر صحافة الهاتف المحمول واختيار ما يناسبني حول السياحة السعودية	
مرتفع	١	٢,٥٨	٩,٠٠	٤٥	٢٤,٠٠	١٢٠	٦٧,٠٠	٣٣٥	أشعر بالانجذاب نحو المضامين المتعلقة بالسياحة السعودية بالرغم من تكرار مشاهدتها عبر صحافة الهاتف المحمول	
مرتفع	٧	٢,٣٦	١٣,٠٠	٦٥	٣٨,٠٠	١٩٠	٤٩,٠٠	٢٤٥	من خلال الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول أرغب في تقديم العون والمساعدة والمشاركة في تطوير السياحة السعودية	
مرتفع	٢	٢,٥٧	٧,٠٠	٣٥	٢٩,٠٠	١٤٥	٦٤,٠٠	٣٢٠	من خلال الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول أشعر بالحب والتفاؤل تجاه القائمين على السياحة السعودية	
مرتفع	--	٢,٤٩	ن=٥٠٠						جملة من سلوا	

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة تأثيرات الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للمعلومات عن السياحة السعودية، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢,٤٩، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات أشعر بالانجذاب نحو المضامين المتعلقة بالسياحة السعودية بالرغم من تكرار مشاهدتها عبر صحافة الهاتف المحمول، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٨، وجاءت من خلال الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول أشعر بالحب والتفاؤل تجاه القائمين على السياحة السعودية في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢,٥٧.

ثانيا : نتائج التحقق من صحة الفروض :

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعا لاختلاف درجة سهولة استخدام صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية.
جدول رقم (١٤)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعا لاختلاف درجة سهولة استخدام صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دالة**	٤,٧٩٧	٢,٤٠٣	٢	٤,٨٠٦	بين المجموعات
		٠,٥٠١	٤٩٧	٢٤٨,٩٤٤	داخل المجموعات
			٤٩٩	٢٥٣,٧٥٠	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات سهولة الاستخدام المختلفة لصحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية والتفاعل معها، وذلك علي مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على المعلومات حول السياحة السعودية، حيث بلغت قيمة ف ٤,٧٩٧ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠١، ويفسر الباحث ذلك في ضوء أن أحد أهم أهداف اختيار وسيلة اتصال هو تقليل غموض الرسالة وسهولة استخدام الوسيلة. إذا كانت الرسالة غامضة، فإنها تكون غير واضحة وبالتالي أكثر صعوبة على مستقبل الرسالة لفك شفرتها. فكلما كانت الرسالة غامضة، كلما زادت الحاجة إلى الإشارات والمعطيات اللازمة لفهمها. وتضع نظرية ثراء وسائل الإعلام وسائل الاتصال على مقياس متواصل يمثل ثراء الوسيلة وقدرتها على توصيل رسالة معقدة بكفاءة وسهولة^(٤٩).

جدول (١٥)

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

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢,٤١
متوسط	*٠,١٤٦٢	-		٢,٢٦
منخفض	**٠,٣٠٤٣	٠,١٥٨١	-	٢,١١

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي مستوى سهولة استخدام صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية، والمبحوثين مرتفعي مستوى السهولة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠,١٤٦٢ لصالح المبحوثين مرتفعي

مستوى سهولة استخدام صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠٥. كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعي مستوى سهولة استخدام صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية، والمبحوثين منخفضي مستوى سهولة استخدام صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لاختلاف مستويات الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية.

جدول رقم (١٦)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لاختلاف مستويات الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٣,١١١	٢	١,٥٥٦	٣,٠٨٥	دالة*
داخل المجموعات	٢٥٠,٦٣٩	٤٩٧	٠,٥٠٤		
المجموع	٢٥٣,٧٥٠	٤٩٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الثقة المختلفة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية، وذلك على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية، حيث بلغت قيمة ف ٣,٠٨٥ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٠٥. وهو ما يتفق مع ما جاءت به نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث تؤكد هذه النظرية على أن الجمهور يعتمد على الوسيلة الأكثر مصداقية للحصول على الأخبار والمعلومات عن الأحداث وما يرتبط بالاهتمامات الحياتية اليومية إلى المدى الأبعد حيث الاعتماد على وسائل الإعلام لنعلم عن الأحداث والظواهر والمستجدات التي ليس لهم خبرة مباشرة بها، نظراً لأن النظام الاجتماعي قد أصبح أكثر مدنية وصناعية^(٥٠).

جدول (١٧)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لاختلاف مستويات الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢,٤١
متوسط	٠,٠٨٧٤	-		٢,٣٢
منخفض	*٠,٢٤٥١	٠,١٥٧٧	-	٢,١٧

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضي مستوى الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على المعلومات حول السياحة السعودية، والمبحوثين مرتفعي مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠,٢٤٥١ لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على المعلومات حول السياحة السعودية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية تبعاً لاختلاف درجة استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل.

جدول رقم (١٨)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لاختلاف درجة استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٢٨,١٨٧	٢	١٤,٠٤٩	٣١,٠٥٤	دالة***
داخل المجموعات	٢٢٥,٥٦٣	٤٩٧	٠,٤٥٤		
المجموع	٢٥٣,٧٥٠	٤٩٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات استخدام وسائل التفاعلية المختلفة المتاحة عبر صحافة الموبايل، وذلك علي مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية، حيث بلغت قيمة ف ٣١,٠٥٤ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، ويفسر الباحث ذلك في ضوء افتراضات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث تفترض قيام الأفراد بالاعتماد على وسيلة الاتصال لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة والتفاعل معها، وكلما لعبت الوسيلة دوراً هاماً في حياة الشخص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية وبذلك تنشأ العلاقة بين درجة الاعتماد ومستوى تأثير الوسيلة ومركزيتها لدى الأشخاص.^(٥١)

جدول (١٩)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل للحصول على المعلومات حول السياحة السعودية تبعاً لاختلاف درجة استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية عبر صحافة الموبايل

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢,٥٥
متوسط	***,٤٩١١	-		٢,٠٦
منخفض	***,٤٤٠٦	٠,٠٥٥	-	٢,١١

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسط مستوى استخدام وسائل التفاعلية المختلفة المتاحة عبر صحافة الموبايل، والمبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠,٤٩١١ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعى مستوى استخدام وسائل التفاعلية المختلفة المتاحة عبر صحافة الموبايل، والمبحوثين منخفضى مستوى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠,٤٤٠٦ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دالة إحصائياً بين مستوى استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل ومستوى تأثيرات صحافة الموبايل عليهم.

جدول رقم (٢٠)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس مستوى استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل ومستوى تأثيرات صحافة الموبايل عليهم

مستوى استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية			المتغير	المتغير
الدلالة	قيمة بيرسون	العدد		
٠,٠٠١	٠,٤٣٢	٥٠٠	تأثيرات معرفية	مستويات تأثيرات الاعتماد على صحافة الموبايل
٠,٠٠١	٠,٦٥٨	٥٠٠	تأثيرات وجدانية	
٠,٠٠١	٠,٥٩٧	٥٠٠	تأثيرات سلوكية	

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستويات استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية، ومستويات تأثيرات صحافة الموبايل عليهم (تأثيرات معرفية- تأثيرات وجدانية- تأثيرات سلوكية)، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٤٣٢، ٠,٦٥٨، ٠,٥٩٧ على الترتيب، وجميعها قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دالة إحصائياً بين مستوى اهتمام الباحثين بمتابعة السياحة السعودية عبر صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية ومستوى تأثيرات صحافة الموبايل عليهم.

جدول رقم (٢١)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات الباحثين على مقياس مستوى اهتمام الباحثين بمتابعة السياحة السعودية عبر صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية ومستوى تأثيرات صحافة الموبايل عليهم

مستوى اهتمام الباحثين بمتابعة السياحة السعودية عبر صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية			المتغير	
الدلالة	قيمة بيرسون	العدد	المتغير	
٠,٠٠١	٠,٥٦٢	٥٠٠	تأثيرات معرفية	مستويات تأثيرات الاعتماد على صحافة الموبايل
٠,٠٠١	٠,٤٩٨	٥٠٠	تأثيرات وجدانية	
٠,٠٠١	٠,٦٦٧	٥٠٠	تأثيرات سلوكية	

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين اهتمام الباحثين بمتابعة السياحة السعودية عبر صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية، ومستويات تأثيرات صحافة الموبايل عليهم (تأثيرات معرفية- تأثيرات وجدانية- تأثيرات سلوكية)، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٥٦٢، ٠,٤٩٨، ٠,٦٦٧ على الترتيب، وجميعها قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دالة إحصائياً بين كثافة اعتماد الباحثين على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية ومستوى تأثيرات صحافة الموبايل عليهم.

جدول رقم (٢٢)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات الباحثين على مقياس كثافة اعتماد الباحثين على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية ومستوى تأثيرات صحافة الموبايل عليهم

كثافة اعتماد الباحثين على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية			المتغير	
الدلالة	قيمة بيرسون	العدد	المتغير	
٠,٠٠١	٠,٥٩٨	٤٣٢	تأثيرات معرفية	مستويات تأثيرات الاعتماد على صحافة الموبايل
٠,٠٠١	٠,٦٤٥	٤٣٢	تأثيرات وجدانية	
٠,٠٠١	٠,٦٧٥	٤٣٢	تأثيرات سلوكية	

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين كثافة اعتماد الباحثين على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية، ومستويات تأثيرات صحافة الموبايل عليهم (تأثيرات معرفية- تأثيرات وجدانية-

تأثيرات سلوكية)، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٥٩٨ ، ٠,٦٤٥ ، ٠,٦٧٥ على الترتيب، وجميعها قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض.

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دالة إحصائياً بين مستوى اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية ومستوى الاتجاه نحو التغطية الإخبارية للسياحة السعودية عبر صحافة الموبايل.

جدول رقم (٢٣)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس مستوى اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية ومستوى الاتجاه نحو التغطية الإخبارية للسياحة السعودية عبر صحافة الموبايل

مستوى اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية			المتغير	المتغير
الدلالة	قيمة بيرسون	العدد		
٠,٠٠١	٠,٧٢٤	٥٠٠	مستوى الاتجاه نحو التغطية الإخبارية للسياحة السعودية عبر صحافة الموبايل	

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستويات اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية، ومستويات الاتجاه نحو التغطية الإخبارية للسياحة السعودية عبر صحافة الموبايل، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٧٢٤، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض.

الفرض الثامن: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية.

ويقسم هذا الفرض إلى خمسة فروض فرعية هي:

أ- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية وفقاً للنوع.

جدول (٢٤)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية وفقاً للنوع

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	٢٧٥	٢,٣١	٠,٧٣٦	١,٤٢٠	٤٩٨	غير دالة
إناث	٢٢٥	٢,٤٠	٠,٦٨١			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل

كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية، حيث بلغت قيمة "ت" ١,٤٢٠ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، وبالتالي فقد يثبت عدم صحة هذا الفرض.
ب- توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية وفقاً للسن.
جدول (٢٥)

نتائج اختبار(ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية وفقاً لاختلاف للسن

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
أقل من ٣٠ سنة	٢٥٠	٢,٤٠	٠,٦٣٣	١,٥٧٠	٤٩٨	غير دالة
٣٠ سنة فأكثر	٢٥٠	٢,٣٠	٠,٧٨٢			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين في الفئة العمرية أقل من ٣٠ سنة والمبحوثين ذوى الفئة العمرية من ٣٠ سنة فأكثر، على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية، حيث بلغت قيمة "ت" ١,٥٧٠ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، وبالتالي فقد يثبت عدم صحة هذا الفرض.

ج- توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية وفقاً لاختلاف المنطقة التي يسكن بها.

جدول رقم (٢٦)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية تبعاً لاختلاف المنطقة

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٧١,٥٠٠	٢	١٧,٨٧٥	٤٨,٥٤٩	دالة عند ٠,٠٠١
داخل المجموعات	١٨٢,٢٥٠	٤٩٧	٠,٣٦٨		
المجموع	٢٥٣,٧٥٠	٤٩٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المناطق المختلفة، وذلك على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على المعلومات حول السياحة السعودية، حيث بلغت قيمة ف ٤٨,٥٤٩ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض.

د- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية وفقاً لإختلاف مستوى التعليم.
جدول رقم (٢٧)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية تبعاً لاختلاف مستوى التعليم

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٥,٤١٨	٢	٢,٧٠٩	٥,٤٢١	دالة عند ٠,٠١
داخل المجموعات	٢٤٨,٣٣٢	٤٩٧	٠,٥٠٠		
المجموع	٢٥٣,٧٥٠	٤٩٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات التعليمية المختلفة، وذلك علي مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على المعلومات حول السياحة السعودية. حيث بلغت قيمة ف ٥,٤٢١ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض.

هـ- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية وفقاً لإختلاف المستوى الاقتصادي الإجتماعي.

جدول رقم (٢٨)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على الأخبار تبعاً لاختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٢٠,٨٣٤	٢	١٠,٤١٧	٢٢,٢٢٧	دالة عند ٠,٠٠١
داخل المجموعات	٢٣٢,٩١٦	٤٩٧	٠,٤٦٩		
المجموع	٢٥٣,٧٥٠	٤٩٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات الاقتصادية الاجتماعية المختلفة، وذلك علي مقياس الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للحصول على المعلومات حول السياحة السعودية، حيث بلغت قيمة ف ٢٢,٢٢٧ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض.

مناقشة نتائج الدراسة:

- جاءت دوافع اعتماد المبحوثين على تطبيقات صحافة الهاتف المحمول للحصول على المعلومات عن السياحة السعودية بدرجة مرتفعة، حيث يعد الهاتف المحمول وسيلة إعلامية سهلة الحمل ومتاحة طوال الوقت، وتحمل كل ما تتميز به الوسائل الإعلامية الأخرى ولذا يرى الباحث أن الهاتف المحمول وسيلة ثرية بالمعلومات ولذا فكانت درجة دوافع استخدامها مرتفعة.
- كما جاءت درجة ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية صحافة الهاتف المحمول كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية مرتفعة، ويرى الباحث في ذلك أن درجة الثقة تزداد بزيادة التفاعل مع الوسيلة والحصول على منفعة من خلالها، فكانت صحافة الهاتف المحمول غنية بالمنافع وهناك العديد من الدراسات التي أثبتت أن المواقع الإلكترونية أكثر مصداقية من الإعلام التقليدي، حيث أشار (Johnson and Kaye, 1998)^(٥٢) أن أخبار الإنترنت أكثر مصداقية من الصحف والتلفزيون، وأوضح أن أهم عناصر المصداقية في الإنترنت تتمثل في: الصدق (Believable) العدالة (Fair) الدقة والعمق (Accurate and Depth) كما أشار (Johnson and kaye)^(٥٣) إلى أن المواقع الإلكترونية للصحف كانت أكثر مصداقية من الصحف التقليدية. كما توصلت بعض البحوث الحديثة أن الإنترنت أكثر مصداقية من الصحف والتلفزيون ومن هذه الدراسات دراسة VanBogart, Shauna M (٢٠١٤)^(٥٤)، دراسة Johnson & kaye (٢٠١٥)^(٥٥)، دراسة Johnson & kaye (٢٠١٦)^(٥٦)، ودراسة Alotaibi, Naif Mutlaq (٢٠١٧)^(٥٧)..
- وجاءت درجة الاهتمام بمتابعة صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية مرتفعة. واستخدم المبحوثين أساليب التفاعل المتاحة عبر صحافة الهاتف المحمول مرتفعة. وجاءت درجة تأثيرات الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للمعلومات عن السياحة السعودية مرتفعة. وهذا يؤكد ما جاءت به نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام حيث أنعكس مفهوم التبادل أيضاً على اتجاهات التأثير، ووفق نظرية الاعتماد لا يمكن رصد التأثير من الإعلام إلى الفرد وحده، أو من الإعلام إلى المجتمع وحده، لأن النظام الاجتماعي له تأثيراته على الأفراد والمجتمعات الفرعية والإعلام كمجتمع، ونقل المعلومات المكثف يتعامل مع الجمهور ببناءاته الاجتماعية، والتأثير المتوقع للإعلام على الجمهور سيكون تأثيراً مرتدداً لتغيير المجتمع ووسائل الإعلام نفسها^(٥٨)، وتعتمد وسائل الإعلام على الجمهور لتحقيق ثلاث حاجات أو تأثيرات هي التأثير المعرفي، والتأثير الوجداني، والتأثير السلوكي، وحتى يعتمد الجمهور على وسائل الإعلام لابد لوسائل الإعلام من تحقيق حاجات فردية عامة مثل التسلية^(٥٩).
- كما أسفرت النتائج عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعا لاختلاف درجة سهولة استخدام صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية، ويرى الباحث أن سهولة استخدام

الموبايل كوسيلة إعلامية أتاحت الفرصة للعديد من الأفراد من استخدام هذه الوسيلة كمصدر للمعلومات. وأكدت الدراسات أن التأثيرات الإعلامية مثل الإقناع والتفاعل شبه الاجتماعي تزداد حينما يكون الاعتماد على وسائل الإعلام كثيفاً^(٦٠).

- كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعاً لاختلاف مستويات الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية. حيث أشارت إحدى الدراسات أن الجمهور يختلف في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة الاختلاف في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية^(٦١).
- وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات حول السياحة السعودية تبعاً لاختلاف درجة استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل.
- وتشير النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية المتاحة عبر صحافة الموبايل ومستوى تأثيرات صحافة الموبايل عليهم.

التوصيات والمقترحات:

- يرى الباحث ضرورة الاستفادة من تجربة المؤسسات الصحفية العربية والأجنبية في استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية في العمل الصحفي.
- يوصى الباحث بضرورة وضع تشريعات وقوانين تحدد آليات النشر خلال تطبيقات صحافة الهاتف المحمول حرصاً على سلامة أفراد المجتمع من الوقوع تحت طائلة التأثيرات السلبية التي تتركها نشر الأخبار الزائفة في نفوس المتعرضين لها، ومن ثم يؤثر على مستوى مصداقية الوسيلة.
- يقترح الباحث ضرورة تدريب الإعلاميين على مهارات ممارسة صحافة الموبايل والاستفادة من تطبيقاتها بما ينهض بمهنة الصحافة والإعلام وفقاً بمستحدثات التطور للتعاصر الأدوات وتقديم ما يلي توقعات التلقى التفاعلي لدى الجمهور.

الهوامش:

- (1) جلولى حفيظة، " رأس المال الاجتماعي : قراءة كرونولوجية من النشأة إلى الافتراضية"، المجلة العلمية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد التاسع، العدد الثاني، (يونيو ٢٠٢٢)، ص ١١.
- (2) Amandine Degand, Benoît Grevisse, dirs, **Journalisme en ligne. Pratiques et recherches**, Bruxelles, De Boeck, coll. Info & Com, 2012, 384 pages
- (3) Salaverria, Ramón (2019). "Digital journalism; 25 years of research. Review article". El profesional de 28, n. 1, e280101
- (4) Nicolas Péliissier et Mamadou Dionna Diallo; le journalisme à l'preuve. **des dispositifs socio-numériques information et communication**, revue Française des sciences de l'information et de la communication en bu-nal, 6.2015
- (5) إيباد أحمد فرحان، " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل رأس مال اجتماعي الشباب الجامعي العراقي"، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، المجلد الرابع، العدد العشرون، (يناير ٢٠٢٢)، ص ٤٣٨.
- (6) خمائل زيدان خلف، "عبد الأمير موييت الفيصل، دوافع الشباب الجامعي العراقي لتطبيقات الهاتف المحمول والإشباع المتحققة منها"، مجلة بحوث الشرق الأوسط، جامعة عين شمس، مركز بحوث الشرق الأوسط، المجلد ٥٥، العدد ٣، (مايو ٢٠٢٠)، ص ٢٥٨:٢٠٥.
- (7) محمد جاد المولى حافظ عويس، " تأثير إعلام الموبايل على المشاركة السياسية للشباب في مصر". المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٥٨، (سبتمبر ٢٠١٧) ص ص ٤٤٣:٣٨٣.
- (8) محمد سيد محمد، وسائل الإعلام من المنادى إلى الإنترنت، (القاهرة، دار الفكر العربي، ط ١، ٢٠٠٩)، ص ٢١١.
- (9) Panu Karhunen , (2017) CLOSER TO THE STORY? ACCESSIBILITY AND MOBILE JOURNALISM , University of Oxford , JOURNALISM Reuters Institute , Reuters Institute Fellow's Paper
- (10) Salah Mohammed salih , (2017), Mobile Journalism Using smartphone in journalistic work , PHD, UPPSALA UNIVERSITET , Department of Informatics and Media .
- (11) Gregory Perreault , Kellie Stanfield , (2019), Mobile journalism As Lifestyle journalism ? Journalism Practice, 13(3), 331 348 ,
- (١٢) سناء يوسف شاهين، صحافة المحمول وانعكاساتها على الممارسة الإعلامية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية علوم الاتصال، ٢٠١٨).
- (١٣) إبراهيم حسن المرسي التوام، "استخدام الصحفيين المصريين لتطبيقات الهاتف المحمول وأثره على أدائهم الصحفي"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد ١٣، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، (أكتوبر ٢٠١٨)، ص ص ٦٢٠:٥٦١.
- (١٤) عبد الهادي أحمد، "استخدام الشباب الجامعي المصري للتطبيقات الإعلامية لصحافة الهواتف الذكية والإشباع المتحققة منها"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ١٣، (مارس ٢٠١٨)، ص ص ٨١:٦٦٦.
- (١٥) محمد إبراهيم أحمد حسن الحناوي، "تبني الشباب المصري للتطبيقات الإخبارية للصحف الإلكترونية عبر الهواتف الذكية"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ١٦، (أكتوبر ٢٠١٨)، ص ص ٤٢٧:٥٠٤.
- (١٦) نادية محمد عبد الحافظ، "دور تكنولوجيا الاتصال في تطوير الخدمة الصحفية المقدمة عبر الهاتف المحمول وانعكاساتها على الشباب المصري"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الزقازيق، كلية التربية النوعية، ٢٠٢٠).
- (١٧) خمائل زيدان خلف، "عبد الأمير موييت الفيصل، دوافع الشباب الجامعي العراقي لتطبيقات الهاتف المحمول والإشباع المتحققة منها"، مجلة بحوث الشرق الأوسط، جامعة عين شمس، مركز بحوث الشرق الأوسط، المجلد ٥٥، العدد ٣، (مايو ٢٠٢٠)، ص ص ٢٥٨:٢٠٥.
- (١٨) أيمن محمد إبراهيم بريك، "دور صحافة الهاتف المحمول في توعية الجمهور السعودي بتطورات أزمة كورونا"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، المجلد ٦، العدد ٥٤، (يوليو ٢٠٢٠)، ص ص ٣٦٨٢:٣٥٨٧.

- (١٩) طارق محمد الصعیدی، "اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ودورها في التوعية الصحية بجائحة كورونا في مصر"، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٥٤، (يوليو ٢٠٢٠)، ص ٢١٦٩:٢٢٢٦.
- (20) Joao Canavilhas . (2021) Epistemology of mobile journalism . A review . Professional de la informacion , v 30.
- (٢١) عبير الرحباني، الإعلام الرقمي الإلكتروني، ط١، (القاهرة، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢)، ص ١٠١.
- (٢٢) سناء يوسف شاهين، صحافة المحمول وانعكاساتها على الممارسة الإعلامية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية علوم الاتصال، ٢٠١٨)، ص ٩٣.
- (٢٣) فتحى حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، ط١، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١١)، ص ٢١٩.
- (٢٤) هشام سمير زقوت، استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية، رسالة ماجستير غير منشورة، (الجامعة الإسلامية غزة، كلية الآداب، ٢٠١٦)، ص ٥٥.
- (25) Vryzas, Nikolaos; Sidiropoulos, Efstathios; Vrisis, Lazaros; Avraam, Evangelia; Dimoulas, Charalampos. Strategy & Development Review. Sep2019 Special issue, Vol. 9, p23
- (٢٦) حسنين شفيق، صحافة وإعلام الهاتف المحمول.. مستقبل الإعلام على شريحة، ط١، (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٤)، ص ٩٩.
- (27) Ziani, A., elareshi, Gunter, B. (2015). The use of mobile phone and the internet in GCC regions: university students, obtaining local news perspectives, donnish. **Journal of media and communication in studies**. P.5
- (28) Oppgaard, B., & Rabby, M. K. (2016). Proximity: **Revealing new mobile meanings of a traditional news concept**. Digital Journalism, 4(5). 621-638
- (٢٩) بشرى داود السنجرى، صحافة الموبايل خواصها الشكلية وإمكانياتها التقنية، (العين: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٩)، ص ١٥٢.
- (٣٠) سائد سعيد رضوان، اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات، رسالة ماجستير غير منشورة، (الجامعة الإسلامية غزة، كلية الآداب، ٢٠١٦)، ص ١٠٢.
- (٣١) Vryzas, Nikolaos; & others, **op. cit.**, p22-43.
- (٣٢) عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية مقارنة أولية، مؤتمر صحافة الانترنت في الوطن العربي الواقع والتحديات، (كلية الاتصال، جامعة الشارقة، ٢٢ نوفمبر، الإمارات العربية المتحدة، ٢٠٠٥)، ص ١٣
- (٣٣) محمود علم الدين، أساسيات الصحافة في القرن الواحد والعشرون، (القاهرة: دار الإيمان للطباعة، ٢٠٠٨)، ص ١٠٩.
- (٣٤) حسنى محمد نصر، الإنترنت والإعلام- الصحافة الإلكترونية، ط١، (الكويت، دار الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣)، ص ٢٧.
- (٣٥) محمود علم الدين، ليلي عبد المجيد، فن التحرير الصحفى للجراند والمجلات، (القاهرة: السحاب للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤)، ص ٢١٦.
- (36) M.Deflem and Ball Rokeach, Dependency Model of Mass Media Effects, **Communication Research**, Vol.13, 1976, PP.3:21.
- (37) Blumler, Jay. G., and Micheal Gurevitch.. **Media Change and Social change: linkages and junctures**. In **mass media and society**, edited by J. Curran and M. Gurevitch. London: Arnold, 1996.
- الأمريكية واليوروبيوز الأوروبية – دراسة CNN (38) حنان محمد إسماعيل يوسف، المعالجة الإخبارية للقضايا العربية في شبكتي مسحية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠١)، ص ١٩٥.
- (39) Becker, L, & D. Whitney: Effects of Media Dependencies-Audience Assessment of Government, **Communication Research**, Vol.7, 1998, PP.95:120.
- (40) Alan M. Rubin & Steven Windahl, The Uses and Dependency Model of Mass Communication, **critical studies in mass communication**, Vol 3, Issue2, p164-184

- (٤١) جمال عبدالعظيم أحمد، "العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجماهيرية كمصدر للمعلومات والمستوى المعرفي للشباب البحريني بالانتخابات البرلمانية لعام ٢٠٠٦"، مجلة كلية الآداب، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، العدد ٤٢، (يناير - مارس ٢٠٠٧)، ص ١٤٧:١٨١.
- (٤٢) المرجع السابق، ص ١٥٥.
- (43) William E. Loges & Sandra J. Ball Rokeach: Dependency Rebellions and Newspaper Readership, **Journalism Quarterly**, Vol.70, No.3, 1993, PP.602 : 612.
- (٤٤) رضا عكاشة، تأثيرات وسائل الإعلام من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة ، ط١ ، القاهرة ، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٦ ، ص ٢٠٩ .
- (45) Melvin I. Defleur and Sandra J. Ball Rokeach: **Theories of mass communication**, 4th ed, New York & London: Longman, 1982.
- (٤٦) عكاشة، ص ٢١٠.
- (٤٧) سناء يوسف شاهين، صحافة المحمول وانعكاساتها على الممارسة الإعلامية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، كلية علوم الاتصال ، ٢٠١٨ .
- (٤٨) السيد محمد خيرى، الإحصاء النفسي والتربوي، (الرياض ، مطبعة جامعة الرياض ، ١٩٧٥)، ص ٤٣
- (49) Carlson, John. R.; Robert W. Zmud (April 1999). "Channel Expansion Theory and the Experiential Nature of Media Richness Perceptions". *he Academy of Management Journal* 42 (2): 153–170.
- (٥٠) أحمد، العلاقة، ص ١٥٥.
- (٥١) فلور، روكاخ ، ترجمة الجوهري، مرجع سابق، ص ٣٤٨.
- (52) Johnson, T.J. and Kaye, B.K.: Cruising is believing? Comparing the Internet and Traditional Sources, **Mass Communication Quarterly**, No.75, 1998, pp.325:340.
- (53) Johnson, T.J. and Kaye, B.K: **Ibid** , P. 332.
- (54) VanBogart, Shauna M: Establishing credibility online through impression management, **Doctoral dissertation**, Gonzaga University, United States, 2014.
- Retrieved from, <https://search.proquest.com/docview/1501649062?accountid=178282>.
- (55) Johnson, T. J., & Kaye, B. K.: Reasons to believe: Influence of credibility on motivations for using social networks. **Computers in Human Behavior**, No.50, 2015, PP.544:555.
- (56) Kaye, B. K., & Johnson, T. J.: Strengthening the Core Examining Interactivity, Credibility, and Reliance as Measures of Social Media Use. **Electronic News**, Vol.61, Issue. C, 2016, PP.136:145.
- (57) Alotaibi, Naif Mutlaq: Online news: a study of 'credibility' in the context of the saudi news media, **Doctoral dissertation**, University of Sussex (United Kingdom), United States, 2017.
- Retrieved from, <https://search.proquest.com/docview/1929184325?accountid=178282>
- (٥٨) رضا عكاشة: تأثيرات وسائل الإعلام من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة ، ط١ ، القاهرة ، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٦ ، ص ٢٠٩ .
- (59) Melvin I. Defleur and Sandra J. Ball Rokeach: **Theories of mass communication**, 4th ed, New York & London: Longman, 1982.
- (60) William E. Loges: Canaries in The coal mine , perception of threat and media system dependency relations , **Communication Research**, Vol.2, No.1, 1994, P.7.
- (٦١) سوزان القليني: مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات- دراسة حالة على حادث الأقصر. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد ٤ ، ديسمبر، ١٩٩٨ ، ص ٣٣.

**The Dependence of Saudi Youth on Mobile Phone
Journalism to Obtain Information About Tourism in Saudi
Arabia - a Study in the light of the Theory of Dependence
on the Media**

Abstract

The study aimed to identify the extent of Saudi youth's dependence on mobile journalism as a source for obtaining information about Saudi tourism, by identifying the intensity of Saudi youth's use of mobile journalism, and measuring the extent of Saudi youth's confidence in the sincerity and objectivity of mobile journalism as a source of information on Saudi tourism. To descriptive studies, and within its framework, the survey method was used, and the researcher used the questionnaire in that questionnaire as a tool to collect the required data. The study found a set of results, the most important of which are: There are statistically significant differences between the mean scores of the respondents on the intensity of reliance on mobile journalism, depending on the different levels of confidence in the truth and objectivity of mobile journalism as a source of information about Saudi tourism.

The Dependence of Saudi Youth on Mobile Phone Journalism to Obtain Information About Tourism in Saudi Arabia - *a Study in the Light of the Theory of Dependence on the Media*

Dr. Salem Al Jafsher Al-Qahtani

Assistant Professor in the Department of Journalism and Media - Gazan University
