

استخدام الأساليب الإقناعية في تصميم المواقع الإخبارية الإلكترونية وعلاقتها

(*) د. حسن فراج حسن

بمصادقيتها لدى طلاب الجامعات

المقدمة:

تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والإنترنت من أهم سمات هذا العصر لإسهامها في إحداث تغييرات في مفاهيم المكان والزمان والفضاء الاجتماعي، وذلك بدخولها مضامين التواصل الحضاري، والترفيه، والإعلام، ووسائط معلوماتية رقمية تفاعلية و انتشار المواقع الإلكترونية التي تم تصميمها بهدف التحفيز والإقناع فالمواقع الإخبارية الإلكترونية هي من أكثر الأشكال الإلكترونية شيوعاً للتكنولوجيا المقنعة بالنسبة للمتريدين عليها.

وتسعى المواقع الإخبارية في تصميمها إلى إقناع المستخدمين بأهدافها السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية وخلق الثقة والمصداقية بين المستخدم والموقع وذلك من خلال المعلومات والأخبار التي تقدمها على مواقعها على شبكة الإنترنت بقوالب وأنماط تحريرية والأساليب الإقناعية الفنية والإلكترونية للتأثير في المستخدمين لتغيير مواقفهم واتجاهاتهم نحو قضايا معينة قريبة من مجتمعهم.

لذلك أصبح التصميم المقنع للمواقع الأخبارية مسؤل عن تحديد تفاعل المستخدمين سواء أكان هذا التفاعل بالاشتراك أم بالتسجيل بالموقع أم بالمشاركة في خدمات الموقع أم بتحميل ملف أم بالتسجيل أم بالتعبير عن الرأي.

فاستخدام الأساليب الإقناعية في تصميم المواقع الأخبارية الإلكترونية يجب أن تبدأ وتنتهي بناء على وجهة نظر الزوار فمركزية البناء الإقناعي تكون في الشخصية ومستمدة من العوامل الديموغرافية والنفسية والدراسة الطبوغرافية (الدراسات الخاصة بالمكان) عند الجمهور، والدوافع والحاجات تسمح بتصميم مقنع ومسارات التجوال من وجهة نظرهم.

أولاً: مشكلة البحث وتساؤلاته:

يمكن تحديد وبلورة مشكلة البحث فى تساؤل رئيسي هو: ما علاقة استخدام الأساليب الإقناعية فى تصميم المواقع الإخبارية الإلكترونية بمصدقية تلك المواقع لدى طلاب الجامعات ؟

وينبثق من هذا التساؤل الرئيسي مجموعة التساؤلات التالية:

- ما مدى تصفح المراهقين للمواقع الإخبارية على شبكة الانترنت؟
- ما مدى رضى المراهقين عن تصميم المواقع الإخبارية الإلكترونية؟
- ما السلوك الذي تثيره عناصر التصميم بالمواقع الإخبارية لدى طلاب الجامعات؟
- ما مدى تأثير الأساليب الإقناعية على مصداقية تلك المواقع ؟

ثانياً: أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من:

- ١- أهميه دراسته الإقناع فى التصميم حيث يساعد على توفير الأسس الفنيه والتقنيه للبناء موقع مقنع وفقاً لاحتياجات المستخدمين.
- ٢- معرفه تأثير استخدام مبادئ الأأنواع فى تصميم المواقع الإخبارية على اتجاهات المراهقين.
- ٣- تسليط الضوء على جانب من جوانب التصميم للمواقع الإخبارية حيث يمتلك هذا النشاط الإبداعي خصائص تعبيرية واتصالية، تستحق الدراسة والتحليل والرصد مما يوفر ميدانا خصبا لبحوث الاتصال بما يمكن أن نسميه الاتصال عبر التصميم وماله من قدرات اتصالية وإقناعية تفرض نفسها.

ثالثاً - أهداف الدراسة:

تستهدف الدراسة التعرف علي علاقته استخدام الأساليب الإقناعية في تصميم المواقع

الإخبارية على مصداقية تلك المواقع وذلك من خلال:

١. الكشف عن عناصر الإقناع في المستخدمه تصميم المواقع الإخبارية.
٢. تحديد كيف تؤثر عناصر الإقناع على مصداقية تلك المواقع.
٣. رصد المبادئ الإقناعيه الملائمه لاتجاهات طلاب الجامعات لتصميم مواقع الإخبارية مقنعه.

رابعاً - الإطار النظري للدراسة:

اعتمدت الدراسة في بنائها النظري وصياغة فروضها على نظرية الأرجونوميه ، وتمثل

الأرجونوميه في المنتج الذي تتعامل معه وتهتم بالتأثير على تصميم النظم والتكنولوجيا الجديده بحيث

تهتم بتوفير الراحة أكثر مما يساعد على أداء مهامهم بشكل أسرع وأسهل^(١)

وقد تعددت مجالات تخصص الأرجونوميه حيث انقسمت إلى ثلاث مجالات هي^(٢) :

أ- بيئه العمل الماديه (الأرجونوميه الماديه) والتي تهتم بالخصائص البشريه والفسولوجيه.

ب- بيئه العمل المعرفيه (الأرجونوميه المعرفيه) التي تهتم بالعمليات العقليه مثل الإدراك والذاكره.

ج- بيئه العمل التنظيميه (الأرجونوميه التنظيميه) والتي تهتم بالاستفاده من التكنولوجيا الاجتماعيه في

مجال الاتصال وإداره الموارد.

وبالرغم من أن علم الأرجونوميه بدأ بالاهتمام بمجال الإنتاج وتحسين علاقته الإنسان والاله أو

المنتج الذي يتم التعامل معه إلا أنه ايضاً شديد الارتباط بمجال الصحافه الإلكترونيه التي ماهى إلا

منتج يعرض من خلال جهاز كمبيوتر وبالتالي فهى تخضع لمقاييس الأرجونوميه التي تساعد الفرد أو

القارئ على الاستمتاع بعملية القراءه دون أن يشعر بالإجهاد البدنى أو العقلى من خلال التفاعل

٣

الجيد بينه وبين الكمبيوتر^(٣) .

وتسعى الأرجونوميه إلى تحقيق العناصر التيبوغرافيه والجرافيكيه (الصور والحروف والبياض واللون...) من راحه ووضوح للقارئ وذلك عن طريق الدراسات على تلك العناصر ومن خلال معرفه رأى القارئ فيها لتوضح لنا ميوله ورغباته فنضعها فى الاعتبار حيث يحدث التوافق بين العناصر التيبوغرافيه والقارئ^(١)

ونظراً لحدائه الربط بين بيئه العمل الصحفى وعلم الأرجونوميه نجد أن هناك بعض الدراسات التى تناولت هذا الربط من بينها دراسه (HILL 2010) لمعرفه مساهمه العناصر التيبوغرافيه فى انقراضه مواقع الويب عبرالتركيبيات اللونيه الأماميه والخلفيه ونوع الخط وشكل الكلمه فى محاوله لإيضاح الأبعاد الأرجونوميكيه لهذه العناصر والتى توصل فيها إلى وجود تأثير للتفاعلات الداخليه بين هذه العناصر بعضها لبعض^(١).

وتعد نظريه الأرجونوميه مدخلاً ملائماً لهذه الدراسة للأسباب الآتية:

- ارتباط محتوى المواقع الإخبارية بالتصميم حيث يجب أن يراعى التصميم اهتمامات المستخدم وتقضياته لتوفير الراحة والوضوح .

- يستخدم المتصفح بشكل أساسى الحاسب الآلى كوسيط لتصفح هذه الصحف مما يجعل بيئه العمل

(الأرجونوميه) عامل مشترك بين طرفى عمليه الاتصال المرسل والمتلقى حيث ان تطبيقات

الحاسب الآلى لا تقتصر على التصميم والايخارج فقط ولكن تمتد للمستخدم أيضاً.

- يجب أن يراعى فى تصميم الصحيفه العوامل الأرجونوميه بحيث تتلائم الأدوات التكنولوجيه بالتصميم مع كافه الإمكانيات التكنولوجيه لدى القراء.

- وأهميه الاعتماد على الرسومات التفاعليه مع مراعاة فى تصميمها الابعاد الأرجونوميه.

خامساً - الدراسات السابقة :

أمكن حصر عدد من الدراسات السابقة في الأدبيات البحثية ذات الصلة بالمجال الموضوعي للدراسة الحالية هي:

أظهرت دراسة : هاري أويناس **Harri Oinas** (٢٠١٧) ^(٦) حول: " تصميم النظم المقنعة"، وتقييم البحوث مع نموذج (بي اس دي) ، وتهدف هذه الدراسة إلى عرض إطاراً مفاهيمياً لتصميم وتقييم النظم المقنعة، والمعروفة باسم نموذج تصميم النظم المقنعة وتصف شعبة القطاع الخاص عملية تصميم وتقييم النظم المقنعة وتصف أي نوع من وظائف البرمجيات يمكن العثور عليها في المنتج النهائي. وتوصلت لعدد من النتائج من أهمها ، أنه يمكن تطبيق نموذج (بي اس دي) لتطوير أنظمة دعم تغيير السلوك الكاملة والتطبيقات المقنعة ، ويمكن لمجالات مثل تعزيز الصحة ، وتعزيز السلوكيات المستدامة / الخضراء ، وربما أيضا البيع الإلكتروني أن تستفيد من هذه المقاربات بشكل كبير. ومن المتوقع أن تلعب المواضيع التي تم تناولها في البرامج التعليمية دوراً محورياً في التقدم في مستقبل تكنولوجيا المعلومات لتصميم الأعمال والاقتصاد.

توصلت دراسة: نور الهدى ومهد فيرزو كوك ونج **Mohd Fairuz Nurulhuda & Kok Wai Wong Ibrahim** (٢٠١٦) ^(٧) حول: "تأثيرالتصميمات البصرية على الانترنت على دافع المستخدمين والنية السلوكية - مقارنة بين الصور المقنعة وغير المقنعة" تهدف هذه الدراسة إلى التحقيق حول تأثيرالتصميمات البصرية على المستخدمين من خلال مقارنة تأثير المرئيات المشتركة مع أخرى مقنعة، وتقترح مبادئ النفوذ الاجتماعي كقيمة مضافة لإقناع الويب، وهي دراسة تجريبية وتستخدم طريقة بلس-سيم لتحليل البيانات التي تم الحصول عليها، وأظهرت نتائج التحليلات الاستكشافية أن النموذج الهيكلي لديه نوعية أفضل عند اختباره مع عينة البيانات المقنعة مقارنة مع عينة البيانات غير مقنعة، وأوضح وجود معامل أقوى في البصريات المقنعة. وتوصلت إلى أن البصريات المقنعة توفر تأثيراً أفضل تجاه سلوك المستخدمين و النية سلوكية على شبكة الانترنت.

انتهت دراسة :كالس لونج **KAIXIANG YU** (٢٠١٦) ^(٨) حول: " اطار جديد لتصميم وتقييم التكنولوجيا المقنعة من خلال تجربة مقنعة لدعم تقنيات التصميم". ووضعت الدراسة إطاراً للتصميم والتقييم يوفر للباحثين والمصممين وسيلة لتحليل سياق تغيير سلوك المستخدم لمطابقة تقنيات التصميم مع السياق على نحو فعال، وأكدت الدراسة أن بحوث التكنولوجيا المقنعة تحتاج إلى طريقة جديدة تماما للتعامل مع

البحث، فليس من المفترض أن يقصر الباحثون نطاقهم على أبحاث تصميم الحاسبات فقط بعد الآن ويجب أن يتم تشجيع التعاون مع الباحثين في مجال علم النفس، وأكدت الدراسة أن نظرية الخبرة المقنعة والتي لا يزال إطارها في مرحلته الأولى من مراحل التنمية، هي تجريب عملية تغيير السلوك، فهي خطوة هامة نحو فهم آثار التكنولوجيا المقنعة. في المستقبل.

توصلت دراسة: **بسمة أحمد عبود (٢٠١٦)**^٩ حول: "تصميم البوابات الإخبارية على شبكة الإنترنت وعلاقته ببسر استخدام الشباب المصري لها". تهدف الدراسة التعرف على تصميم الصفحات الرئيسية للبوابات الإخبارية الإلكترونية المصرية ومدى تحقيق تصميم واجهات تلك البوابات للخطوط الإرشادية لبسر الإستخدام ومعرفة تفضيلات المستخدمين ومدى رضائهم عن البوابات. وكانت أهم النتائج ، تفوق بوابة أخبارك .نت على الموجز في وضوح التفاصيل والعناصر المختلفة في الصفحة الرئيسية ووضوح الخط المستخدم وتناسق ألوان النصوص والصور والعناوين والخلفية ، كذلك تأثير الصور الإيجابية والفيديوهات الموجودة في الصفحة الرئيسية، ووافق أغلبية المبحوثون على تحقيق بوابة أخبارك.نت لما كانوا يريدون منها بنسبة (٧٧%) ، وتتفوق أخبارك.نت على الموجز، حيث بلغت نسبة الموافقة على تحقيق هدف المبحوث من بوابة الموجز (٥٤%).

أشارت دراسة: **عائشة محمود عاطف (٢٠١٦)**^{١٠} حول: "تصميم مواقع وكالات الأنباء العالمية الناطقة باللغة العربية وعلاقتها ببسر استخدام هذه المواقع للحصول على الأخبار" استهدف الدراسة التعرف على استخدامات الصحفيين الذين يتعرضون لمواقع وكالات الأنباء للحصول على الأخبار ، وتوصلت إلى ان كلاً من نتائج الدراسة التحليلية الخاصة بشكل الصفحة الرئيسية لمواقع وكالات الأنباء العالمية ونتائج الدراسة الميدانية المتعلقة بالصحفيين الذين يتعرضون لتلك المواقع على استخدام العناوين والصور والرسوم والأرضيات والأيقونات لإبراز الشكل الجمالي للموقع وراحته لعين القارئ ، وأيضاً تنوع الوكالات في استخدام الفيديو الرقمي على صفحات الموقع ، وأشارت النتائج أيضاً أن وكالة رويترز أهم الوكالات التي يفضل الصحفيون استخدامها ، ومن أهم الصعوبات التي تواجه الصحفيين هو بطء تحميل الموقع الخاص بوكالات الأنباء.

وانتهت دراسة: **ماجد التريان وعبير لبد (٢٠١٦)**^{١١} حول: "تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية دراسة تحليلية مقارنة"، هدفت الدراسة الى وصف واقع إخراج وتصميم المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية، من خلال التعرف على تصميم

صفحاتها الرئيسية، والعناصر البنائية المكونة لها، وأساليب إخراجها، وطريقة وضع المضامين الإعلامية على صفحاتها.

توصلت دراسة : **محمد عبد العزيز** (٢٠١٢) (١٢) حول : " مصداقية وسائل الإعلام الرسمية المصرية : دراسة ميدانية على القائم بالاتصال وعينة من طلبة أقسام الإعلام بصعيد مصر " اهتمت هذه الدراسة بالتعرف على مصداقية الإعلام الرسمي أثناء وبعد ثورة يناير على مدار عام لدى عينة من طلاب أقسام الإعلام فى صعيد مصر، وتمثلت المشكلة البحثية للدراسة في تقييم طلاب أقسام الصحافة والإعلام بجامعة إقليم شمال الصعيد (بني سويف والمنيا وأسيوط وسوهاج) لمستوى مصداقية وسائل الإعلام الرسمية المطبوعة (الصحف القومية) والمرئية (التلفزيون المصري)، وكذلك تقييم القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية المصرية الرسمية والخاصة لأداء وسائل الإعلام الرسمية خلال تلك الفترة وأسباب هذا الأداء ومبرراته وعلاقته بمصداقية تلك الوسائل لدى الجمهور وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها: أن الباحثين فضلوا القنوات الإخبارية العربية كأهم مصادر المعلومات التي اعتمدوا عليها (أثناء) ثورة ٢٥ يناير، تلتها الفضائيات المصرية الخاصة، فالصحف الخاصة فالتلفزيون المصري، وتراجعت الصحف القومية إلى آخر الترتيب بين الوسائل التي اعتمد عليها الباحثون في استقاء معلوماتهم خلال فترة الثورة من ٢٥ يناير وحتى ١١ فبراير ٢٠١١. ويتضح من تلك النتائج زيادة نسبة اعتماد الطلاب على القنوات الإخبارية العربية ، ثم تلتها القنوات الفضائية الإخبارية العربية، لكن بعد عودة خدمة الانترنت وإقبال الكثيرين من الشباب على إنشاء صفحات على موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" كان من الطبيعي أن يتصدر الانترنت قائمة مصادر معلومات الباحثين عن الأحداث التي جرت خلال ذلك العام، سعت تلك الوسائل الرسمية من محاولات لاستعادة مصداقيتها لدى الجمهور المصري بوجه عام، وأكد الخبراء أيضاً على أن الإعلام الرسمي لازال بحاجة إلى الكثير من الوقت لاستعادة هذه المصداقية بنسب مرتفعة. "

أوجه الاستفادة من مراجعة الدراسات السابقة ذات الصلة بالدراسة وإطارها النظري:

- ١- فهم أبعاد المشكلة البحثية، وصياغتها، وتحديد أهميتها وهدفها الرئيسى وأهدافها الفرعية.
- ٢- التركيز في التصميم المنهجي على التأثيرات الوجدانية والمعرفية والسلوكية بين متصفحى المواقع الإخبارية عينه الدراسة.
- ٣- تحديد منهجية الدراسة من خلال الاعتماد على المنهج المسحي بشقه الوصفي، وتحديد المدخل النظري الملائم للدراسة متمثلاً في النظرية الأرجونومية.
- ٤- تفسير نتائج الدراسة الميدانية من خلال مقارنة ما تم التوصل إليه بنتائج بعض الدراسات السابقة ذات العلاقة.

سادساً- فروض الدراسة:

- الفرض الأول:
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس المصادقية نحو مضمون المواقع الإخبارية تبعاً لاختلاف كثافة استخدام المواقع الإخبارية.
- الفرض الثاني:
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس المحتوى المقدم تبعاً لاختلاف مستوى الإقناع لدى الباحثين.
- الفرض الثالث:
- توجد علاقة ارتباطية موجبة داله إحصائياً بين مستوى مصادقية المواقع الإخبارية الإلكترونية كمصدر للمعلومات واستخدام الأساليب الإقناعية في تلك المواقع.

سابعاً- الإجراءات المنهجية:

(أ) نوع الدراسة ومنهجها:

يعد البحث من البحوث الوصفية ويعتمد على منهج المسح الاعلامى بشقه الميداني لعينة من طلاب الجامعات المصرية.

(ب) مجتمع وعينة الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي بالجامعات المصرية ممن

تتراوح أعمارهم ما بين (١٨-٢١ عام). وتمثلت عينة الدراسة في عينة عشوائية بلغ قوامها (٣٠٠) مفردة من الشباب من الجنسين (٥٠ ذكور، و ١٥٠ إناث) في جامعات (عين شمس، والزقازيق، فاروس، وجامعه ٦ أكتوبر).

ج) أدوات جمع البيانات: استخدمت الدراسة صحيفة الاستقصاء

ولتوفير صدق البيانات عُرضت الاستمارة على مجموعة من المحكمين^(٢٠)، وفي ضوء توجيهاتهم تم التعديل في صياغة بعض الأسئلة وإضافة البعض وحذف البعض الآخر، وبهذا تحقق الصدق الظاهري للبيانات. كما أُجري اختبار فعلي لاستمارة الاستقصاء من خلال تطبيقها على عينة نسبتها ٥% (أي ما يعادل ٢٠ مفردة من الشباب من الجنسين)؛ للتأكد من وضوح الأسئلة وسهولة فهمها، وإعادة صياغة الاستمارة على ضوء ذلك في صورتها النهائية وفقاً للملاحظات التي أوردتها المبحوثون.

ولقياس ثبات الصحيفة أُعيد تطبيق الاستمارة على العينة نفسها من المبحوثين وذلك بعد مضي أسبوعين تقريباً من تطبيق الاستمارة وتم حساب نسبة الثبات بين التطبيقين، وقد بلغت نسبة الثبات ٠.٩٤، وهي نسبة عالية تدل على قابلية استمارة الاستقصاء للتطبيق.

د) المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة: «معامل ارتباط بيرسون، واختبار كا^٢، واختبار "T-Test"، وتحليل التباين ذي البعد الواحد، ومعامل ألفا كرونباخ.

ثامناً: المفاهيم الإجرائية:

١- الأساليب الإقناعية : "توظيف مبادئ الأفتناع فى التصميم المواقع الإخبارية

الإلكترونية

٢- المصدقية: " هو مجهود مبذول للتأثير بصورة إيجابية على استجابات الباحثين عن معلومات

إعلامية أو غيرها تجاه موقع الإنترنت (أو صفحة الإنترنت)"

تاسعاً - نتائج الدراسة:

١- مدى استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية:

جدول رقم (١)

مدى استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية وفقاً للنوع.

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
32.00	٩٦	30.63	٤٩	33.57	٤٧	دائماً
59.33	١٧٨	65.00	١٠٤	52.86	٧٤	أحياناً
8.67	٢٦	4.38	٧	13.57	١٩	نادراً
١٠٠	٣٠٠	١٠٠	١٦٠	١٠٠	١٤٠	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ٩.٣٤٥ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.١٧٤ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠١

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ٩.٣٤٥ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠١ ، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٧٤ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومدى استخدام المبحوثين - إجمالي مفردات عينة الدراسة - للمواقع الإخبارية الإلكترونية.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمون المواقع الإخبارية بصفة منتظمة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٣٢.٠٠% ، موزعة بين ٣٣.٥٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٠.٦٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمونها بصفة غير منتظمة (أحياناً) من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٥٩.٣٣% موزعة بين ٥٢.٨٦% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٥.٠٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يستخدمونها نادراً من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٨.٦٧% موزعة بين ١٣.٥٧% من إجمالي مفردات عينة الجامعات الحكومية في مقابل ٤.٣٨% من إجمالي مفردات عينة الجامعات الخاصة.

٢- أهم المواقع الإخبارية الإلكترونية التي يفضل المبحوثين متابعتها عبر شبكة الإنترنت:

جدول رقم (٢)

أهم المواقع الإخبارية الإلكترونية التي يفضل المبحوثين متابعتها عبر شبكة الإنترنت وفقاً للنوع.

الترتيب	الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	دالة*	٢.٤١٢	81.33	٢٤٤	76.25	١٢٢	87.14	١٢٢	اليوم السابع
٢	غير دالة	٠.١٢٥	75.33	٢٢٦	75.63	١٢١	75.00	١٠٥	مصر وى
٣	غير دالة	٠.٩٥٥	51.33	١٥٤	48.75	٧٨	54.29	٧٦	أخبارك
٤	غير دالة	٠.٨٩٩	33.33	١٠٠	35.63	٥٧	30.71	٤٣	بوابة الأهرام
٥	غير دالة	١.٤٦١	31.33	٩٤	35.00	٥٦	27.14	٣٨	رصد
٦	غير دالة	٠.٥٨٨	27.33	٨٢	28.75	٤٦	25.71	٣٦	سكاى نيوز عربية
			٣٠٠		١٦٠		١٤٠		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم مواقع الصحف الإلكترونية التي يفضل المبحوثين متابعتها عبر شبكة الإنترنت وفقاً للنوع وفقاً للترتيب الأول صحيفة اليوم السابع، حيث جاءت بنسبة بلغت ٨١.٣٣% من إجمالي مفردات من يستخدمون المواقع الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٨٧.١٤% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٧٦.٢٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥ ، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٤١٢ وهى قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥

وجاء فى الترتيب الثانى موقع مصر وى، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧٥.٣٣% من إجمالي مفردات من يستخدمون المواقع الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٥.٠٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٧٥.٦٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير

دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.١٢٥ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الثالث موقع أخبارك، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥١.٣٣% من إجمالى مفردات من يستخدمون المواقع الإخبارية من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٤.٢٩% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٤٨.٧٥% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٩٥٥ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الرابع موقع بوابة الأهرام ، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٣.٣٣% من إجمالى مفردات من يستخدمون المواقع الإخبارية من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٠.٧١% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٣٥.٦٣% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٨٩٩ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الخامس موقع رصد، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣١.٣٣% من إجمالى مفردات من يستخدمون المواقع الإخبارية من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٧.١٤% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٣٥.٠٠% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٤٦١ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب السادس موقع سكاى نيوز، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٧.٣٣% من إجمالى مفردات من يستخدمون المواقع الإخبارية من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٥.٧١% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٢٨.٧٥% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٥٨٨ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

٣- رأى المبحوثين فى جودة الأخبار والمعلومات الموجودة فى المواقع الإخبارية الإلكترونية.

جدول رقم (٣)

رأى المبحوثين فى جودة الأخبار والمعلومات الموجودة فى المواقع الإخبارية الإلكترونية

الترتيب	درجة الموافقة	المتوسط	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة	العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
١	موافق	٢.٤٢	9.33	٢٨	39.33	١١٨	51.33	١٥٤		أجد كل ما احتاجه فى الموقع
٢	موافق	2.36	13.33	٤٠	37.33	١١٢	49.33	١٤٨		سهولة فهم المعلومات
٣	موافق	2.34	6.00	١٨	54.00	١٦٢	40.00	١٢٠		المعلومات منظمة
٤	محايد	2.28	8.67	٢٦	54.00	١٦٢	37.33	١١٢		تأكد معلوماتى السابقه عن الموضوعات المعروضه فى الموقع
5	محايد	2.27	10.00	٣٠	52.67	١٥٨	37.33	١١٢		ذات مصداقية
٦	محايد	2.21	23.33	٧٠	32.00	٩٦	44.67	١٣٤		يحتوى على أخبار ومعلومات كثيرة
7	محايد	2.18	27.33	٨٢	27.33	٨٢	45.33	١٣٦		توجد فيها تغطية دقيقة للاحداث الجارية
									٣٠٠	جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى رأى المبحوثين فى جودة الأخبار والمعلومات الموجودة فى المواقع الإخبارية وجاءت على النحو التالى :

- اقتنع المبحوثون فى الترتيب الأول بأجد كل ما احتاجه فى الموقع بدرجة تقدير موافق بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٤٢
- وجاء فى الترتيب الثانى اقتناعهم بسهولة فهم المعلومات بدرجة تقدير موافق بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٣٦ وجاء فى الترتيب الثالث المعلومات منظمه بدرجة تقدير موافق بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٣٤
- وجاء فى الترتيب الرابع تأكد معلوماتى السابقه عن الموضوعات المعروضة فى الموقع بدرجة تقدير محايد بمتوسط حسابى بلغت قيمته

- وجاء فى الترتيب الخامس ذات مصداقية بدرجة تقدير محايد بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٢٧
 - وجاء فى الترتيب السادس يحتوى على أخبار ومعلومات كثيرة بدرجة تقدير محايد بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٢١
 - وجاء فى الترتيب السابع توجد فيها تغطية دقيقة للأحداث الجارية بدرجة تقدير محايد بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.١٨
- ويرى الباحث أن توفير الموقع للمستخدم الأخبار والمعلومات ومدى جودتها وعرضها بأسلوب منظم وجذاب عامل هام يسهم فى حث المستخدم على إعادة التصفح مرة أخرى فعندما يجد المستخدم كل ما يريد فى الموقع يجعله دائم التصفح ولا ينصرف عن الموقع بحثاً عن ما يريد فى مواقع أخرى.

٤-مدى شعور المبحوثين بالثقة فى الموقع الإخبارية الإلكترونية.

جدول رقم (٤)

مدى شعور المبحوثين بالثقة فى المواقع الإخبارية الإلكترونية

العبارة	درجة الموافقة		معارض		محايد		موافق		العبارة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
وجود شعار للموقع	٢٣٦	78.67	٥٢	17.33	١٢	4.00	١٢	4.00	1
وجود معلومات للاتصال بالصحيفة	١٠٨	36.00	١٨٢	60.67	١٠	3.33	١٠	3.33	2
وجود مقر معروف للصحيفة	١١٤	38.00	١٦٦	55.33	٢٠	6.67	٢٠	6.67	3
الشكل الثابت للموقع	١٢٨	42.67	١٣٦	45.33	٣٦	12.00	٣٦	12.00	4
يوضح الموقع معلومات عن الجهة الصادرة للموقع	١٢٦	42.00	١١٠	36.67	٦٤	21.33	٦٤	21.33	5
جملة من سئلوا	٣٠٠								

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى شعور المبحوثين بالثقة فى المواقع الإخبارية الإلكترونية

وجاءت على النحو التالى :

- جاء فى الترتيب الأول وجود شعار للموقع بدرجة تقدير موافق بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٧٥.
- وجاء فى الترتيب الثانى وجود معلومات للاتصال بالصحيفة بدرجة تقدير محايد بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٣٣ .
- وجاء فى الترتيب الثالث وجود مقر معروف للصحيفة بدرجة تقدير محايد بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٣١ .

- وجاء فى الترتيب الرابع الشكل الثابت للموقع بدرجة تقدير محايد بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٣٠ .
- وجاء فى الترتيب الخامس يوضح الموقع معلومات عن الجهة الصادرة للصحيفة بدرجة تقدير محايد بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٢١ .

٥-مدى إمداد المبحوثين المواقع الإخبارية الإلكترونية بأخبار لاقتناعهم بما تقدمه ودرجة مصداقيتها لديهم

جدول رقم (٥)

مدى إمداد المبحوثين المواقع الإخبارية الإلكترونية بأخبار لاقتناعهم بما تقدمه ودرجة مصداقيتها لديهم وفقاً للنوع.

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي
مدى الاقتناع		ك	%	ك	%	%
أحيانا		٤٧	59.49	٣٧	40.66	49.41
نعم		٢٩	36.71	٥١	56.04	47.06
لا		٣	3.80	٣	3.30	3.53
الإجمالي		٧٩	١٠٠	٩١	١٠٠	١٧٠

قيمة كا^٢ = ٦.٤٢٥ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.١٩١ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠٥

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ٦.٤٢٥ وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥ ، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٩١ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومدى إمداد المبحوثين - إجمالى مفردات من يستخدمون المواقع الإخبارية من إجمالى مفردات عينة الدراسة - بأخبار لاقتناعهم بما تقدمه ودرجة مصداقيتها لديهم.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن :

- وبلغت نسبة من يمدون المواقع الإخبارية ببعض الفيديوهات والصور والأخبار أحياناً لاقتناعهم بما تقدمه ودرجة مصداقيتها لديهم من إجمالى مفردات من يمدون المواقع الإخبارية ببعض الفيديوهات والصور والأخبار من إجمالى مفردات من يستخدمون المواقع الإخبارية من إجمالى مفردات عينة الدراسة ٤٩.٤١% ، موزعة بين ٥٩.٤٩% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٤٠.٦٦% من إجمالى مفردات عينة الإناث.
- نسبة من يمدون المواقع الإخبارية ببعض الفيديوهات والصور والأخبار دائماً لاقتناعهم بما تقدمه ودرجة مصداقيتها لديهم من إجمالى مفردات

من يمدون المواقع الإخبارية ببعض الفيديوهات والصور والأخبار من إجمالي مفردات من يستخدمون المواقع الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٤٧.٠٦%، موزعة بين ٣٦.٧١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٦.٠٤% من إجمالي مفردات عينة الإناث،

كما بلغت نسبة من لا يمدون المواقع الإخبارية ببعض الفيديوهات والصور والأخبار لاقتناعهم بما تقدمه ودرجة مصداقيتها لديهم من إجمالي مفردات من يمدون المواقع الإخبارية ببعض الفيديوهات والصور والأخبار من إجمالي مفردات من يستخدمون المواقع الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٣.٥٣%، موزعة بين ٣.٨٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣.٣٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

٦- رأى المبحوثين في مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية.

جدول رقم (٦)

رأى المبحوثين في مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية

الترتيب	درجة الدافع	المتوسط	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة	العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
١	مرتفع	٢.٧١	4.00	١٢	21.33	٦٤	74.67	٢٢٤	دقة المعلومات والأخبار المنشورة	
2	مرتفع	٢.٦٥	6.00	١٨	23.33	٧٠	70.67	٢١٢	من خلال عدد زوار الموقع	
3	مرتفع	2.63	3.33	١٠	30.67	٩٢	66.00	١٩٨	مواقع مشهود لها بالمصداقية من الاصدقاء	
٤	مرتفع	٢.٦٠	4.67	١٤	30.67	٩٢	64.67	١٩٤	التوازن والموضوعية في عرض الاحداث	
٥	مرتفع	2.57	9.33	٢٨	44.00	١٣٢	46.67	١٤٠	تعتمد على مصادر موثوقة	
٦	مرتفع	2.53	3.33	١٠	40.67	١٢٢	56.00	١٦٨	سمعة الصحيفة وخبرتها	
٧	مرتفع	2.48	13.33	٤٠	25.33	٧٦	61.33	١٨٤	عدم المبالغة وتضخيم الاحداث	
٨	مرتفع	2.46	10.67	٣٢	32.67	٩٨	56.67	١٧٠	عدم تحيزها لاتجاه معين في التغطية الاخبارية	
٩	مرتفع	2.42	12.67	٣٨	32.67	٩٨	54.67	١٦٤	الانطباع الاول (التصميم وسهولة الاستخدام)	
١٠	مرتفع	2.37	14.00	٤٢	34.67	١٠٤	51.33	١٥٤	تحديث المواد باستمرار	
١١	مرتفع	2.35	12.67	٣٨	39.33	١١٨	48.00	١٤٤	تهتم بالتفاعل مع المستخدمين	
			٣٠٠						جملة من سنلوا	

- تشير بيانات الجدول السابق إلى رأى المبحوثين فى مصداقية المواقع الإخبارية وجاءت على النحو التالى :
- جاء فى الترتيب الأول دقة المعلومات والأخبار المنشورة بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٧١.
- وجاء فى الترتيب الثانى من خلال عدد زوار الموقع بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٦٥.
- وجاء فى الترتيب الثالث مواقع مشهود لها بالمصداقية من الأصدقاء بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٦٣.
- وجاء فى الترتيب الرابع التوازن والموضوعية فى عرض الأحداث بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٦٠.
- وجاء فى الترتيب الخامس تعتمد على مصادر موثوقة بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٥٧ .
- وجاء فى الترتيب السادس سمعة الصحيفة وخبرتها بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٥٣.
- وجاء فى الترتيب السابع عدم المبالغة وتضخيم الأحداث بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٤٨.
- وجاء فى الترتيب الثامن عدم تحيزها لاتجاه معين فى التغطية الإخبارية بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٤٦.
- وجاء فى الترتيب التاسع الانطباع الاول التصميم وسهولة الاستخدام بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٤٢.
- وجاء فى الترتيب العاشر تحديث المواد باستمرار بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٣٧.
- وجاء فى الترتيب الحادى عشر تهتم بالتفاعل مع المستخدمين بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٣٥.

وتتفق نتائج هذه الدراسة :

- مع دراسة "منى جابر (٢٠١٢)"^(١٣) حيث أكدت علي التزام الصحف القومية بالمصداقية والموضوعية فى تناولها للموضوعات والأحداث مما زادت درجة الثقة لدى الجمهور فى الصحف القومية
- و مع دراسة أحمد فتحي^(١٤) (٢٠١٧) حيث أكدت الدراسة علي معايير المصداقية فى مقدمة أسباب قراءة المبحوثين للمواد الصحفية المختلفة

جاء أن تكون الموضوعات منسوبة لمصادر في المقدمة ثم أن تتمتع بقدر عالي من الدقة في الترتيب الثاني .

واتفقت نتائج المبحوثين جزئياً مع نتائج الدراسة التحليلية حيث سعت مواقع الصحف عينة الدراسة إلى زيادة مصدقيتها عن طريق التحديث الفوري للاحداث والموضوعات بنسبة ٧٥ % واعتمدها على مصادر موثوقة بنسبة ٥٠ % و أهتتمام المواقع عنية الدراسة بالتوازن والموضوعية فى عرض الاحداث بنسبة ٥٠ %.

٧-تقييم المبحوثين لتصميم المواقع الإخبارية الإلكترونية التى يتصفحونها وفقاً لإقتناعم بها.

جدول (٧)

تقييم المبحوثين لتصميم المواقع الإخبارية التى يتصفحونها وفقاً لإقتناعم بها

الترتيب	درجة التقييم	المتوسط	معارض		محايد		موافق		درجة التقييم	العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك		
١	مرتفع	2.63	7.33	٢٢	22.67	٦٨	70.00	٢١٠	تصميم الموقع جذاب وسهل الاستخدام	
٢	مرتفع	2.48	8.67	٢٦	34.67	١٠٤	56.67	١٧٠	الالوان المستخدمة مناسبة وجذابة	
٣	مرتفع	٢.٤٦	8.00	٢٤	38.00	١١٤	54.00	١٦٢	موقع قوائم محتويات الموقع مناسب	
4	مرتفع	2.45	7.33	٢٢	40.00	١٢٠	52.67	١٥٨	توزيع الأخبار والموضوعات مناسب	
٥	مرتفع	2.42	12.00	٣٦	34.00	١٠٢	54.00	١٦٢	يساعدني فى تفضيل هذا الموقع عن غيره	
٦	مرتفع	2.40	11.33	٣٤	37.33	١١٢	51.33	١٥٤	التصميم يساعدني على الاستمرار فى تصفح الموقع	
٧	مرتفع	2.38	12.00	٣٦	38.00	١١٤	50.00	١٥٠	يساعدني فى فهم محتويات الموضوعات	
8	مرتفع	2.36	11.33	٣٤	41.33	١٢٤	47.33	١٤٢	الشعور بالمتعة من خلال استخدام الموقع	
٩	مرتفع	2.34	14.67	٤٤	36.67	١١٠	48.67	١٤٦	وجود خريطة للموقع تجعلني أستطيع أن أجد ما ابحت عنه بسهولة	
١٠	متوسط	2.33	12.00	٣٦	42.67	١٢٨	45.33	١٣٦	تصميم الصفحة مقنع	
٣٠٠									جملة من سنلوا	

تشير بيانات الجدول السابق إلى تقييم المبحوثين لتصميم المواقع الإخبارية الإلكترونية التى يتصفحونها وجاءت على النحو التالى:

جاء فى الترتيب الأول تصميم الموقع جذاب وسهل الاستخدام بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٦٣، وجاء فى الترتيب الثانى الالوان المستخدمة مناسبة وجذابة بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٤٨، وجاء فى الترتيب الثالث موقع قوائم محتويات الموقع مناسب بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٤٦، وجاء فى الترتيب الرابع توزيع الأخبار والموضوعات مناسب بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٤٥، وجاء فى الترتيب

الخامس يساعدني في تفضيل هذا الموقع عن غيره بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٤٢، وجاء في الترتيب السادس التصميم يساعدني على الاستمرار في تصفح الموقع بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٤٠، وجاء في الترتيب السابع يساعدني في فهم محتويات الموضوعات بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٣٨، وجاء في الترتيب الثامن الشعور بالمتعة من خلال استخدام الموقع بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٣٦، وجاء في الترتيب التاسع وجود خريطة للموقع تجعلني أستطيع أن أجد ما ابحت عنه بسهولة بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٣٤، وجاء في الترتيب العاشر تصميم الصفحة مقنع بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٣٣.

ب) نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس المصدقية نحو مضمون المواقع الإخبارية تبعاً لاختلاف كثافة استخدام المواقع الإخبارية.

جدول رقم (٨)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو مضمون المواقع الإخبارية الإلكترونية تبعاً لاختلاف كثافة استخدام المواقع الإخبارية الإلكترونية

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	0.017	٢	17.580	٦٦.٧٤٧	دالة ***
داخل المجموعات	102.703	297	0.263		
المجموع	178.720	299			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات

المبحوثين الذين يمثلون مستويات الاستخدام المختلفة للمواقع الإخبارية، وذلك على

مقياس الاتجاه نحو مضمون المواقع الإخبارية، حيث بلغت قيمة ف ٦٦.٧٤٧ وهذه

القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي

ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على

مقياس الاتجاه نحو مضمون المواقع الإخبارية تبعاً لاختلاف كثافة استخدام المواقع

الإخبارية.

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي ، حيث ظهر أن الاتجاه الإيجابي نحو مضمون المواقع الإخبارية يزداد لدى المبحوثين مرتفعي استخدام المواقع الإخبارية أكثر من متوسطي وقليلي الاستخدام.

جدول (٩)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس المصادقية نحو مضمون المواقع الإخبارية

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢.٦٢٢
متوسط	***0.5850	-		2.037
منخفض	***١.٠٣٥٨	***0.4508	-	1.586

حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضي استخدام المواقع الإخبارية والمبحوثين كثيفي استخدام المواقع الإخبارية بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ١.٠٣٥٨ لصالح المبحوثين كثيفي استخدام المواقع الإخبارية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي استخدام المواقع الإخبارية والمبحوثين كثيفي استخدام المواقع الإخبارية ، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠.٥٨٥٠ لصالح المبحوثين كثيفي استخدام المواقع الإخبارية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١، كما ظهر أيضاً أنه هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي استخدام المواقع الإخبارية والمبحوثين منخفضي استخدام المواقع الإخبارية ، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠.٤٥٠٨ لصالح المبحوثين متوسطي استخدام المواقع الإخبارية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١.

الفرض الثاني : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس المحتوى المقدم تبعاً لاختلاف مستوى الإقناع لدى المبحوثين

جدول رقم (١٠)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على المحتوى نحو المواقع الإخبارية تبعاً لاختلاف مستوى الإقناعية

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دالة ***	١٢.٢٢٣	٦.٧٩٦	٢	13.591	بين المجموعات
		0.556	297	165.129	داخل المجموعات
			299	178.720	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات الإقناعية المختلفة بالتصميم المقنع بالمواقع الإخبارية الإلكترونية، وذلك علي مقياس مضمون تلك المواقع، حيث بلغت قيمة ف ١٢.٢٢٣ وهذه القيمة دالة عند جميع مستويات الدلالة، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس المضمون تبعاً لاختلاف مستوى الإقناعية لديهم .

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطيه موجبة داله إحصائيا بين مستوى مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية كمصدر للمعلومات واستخدام الأساليب الإقناعية في تلك المواقع

جدول رقم (١١)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس الأساليب الإقناعية ودرجاتهم في مستوى مصداقية الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات

مستوى الإقناعية			المتغير	
الدالة	مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	العدد	المتغير
دالة عند ٠.٠٥	٠.٠١٦	٠.٢٤١	٣٠٠	مستوى مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية كمصدر للمعلومات

تشير نتائج الجدول السابق إلى أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون اتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين درجات المبحوثين على مقياس مستوى

الإقناعية فى مضمون المواقع ودرجاتهم فى مستوى مصداقية الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٢٤١ ، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥ ، أى أنه كلما زادت مصداقية المواقع يزداد الإقتناع بمضمون المواقع الإخبارية الإلكترونية كمصدر للمعلومات ، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه موجبة داله إحصائيا بين مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية كمصدر للمعلومات ومستوى الإقتناع .

ويرى الباحث أن مراعاة موقع الصحيفة المصداقية فى المحتوى المقدم فى الموقع من أهم العوامل التى تؤثر فى نجاح الموقع ، فالتوازن فى عرض وجهات النظر ، والموضوعية فى نقل الأحداث ، والبعد عن الأثارة والتهويل والمبالغة ، ونقل الأخبار عن مصادر موثوقة ، وتحديث الأخبار والمعلومات ووجود روابط سابقة للموضوعات ، ومتابعة الأحداث الهامة وتصحيح الأخبار الغير مؤكدة يجعل المستخدم يثق فى مصداقية الموقع مما يجعله متابع دائم لها ويسهم ذلك فى اقتناع المستخدمين بالشكل والمضمون الخاص بالمواقع الإخبارية الإلكترونية.

خاتمة الدراسة:

- أكدت نتائج الدراسة ارتفاع معدلات تعرض المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية ، وأثبتت النتائج وجود العلاقة بين استخدامهم لتلك المواقع ووتأثيرها على اقتناعهم بالمحتوى.
- أظهرت النتائج أن أغلبية المبحوثين يعتمدون على المواقع الإخبارية الإلكترونية كمصدر مهم للحصول على المعلومات حول الأحداث الجارية، وهو ما يشير إلى أهمية الدور الإخباري لهذه المواقع فيما يتعلق بقضايا وأحداث المجتمع،
- توجد علاقة ارتباطيه موجبة داله إحصائيا بين مستوى مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية كمصدر للمعلومات واستخدام الأساليب الإقناعية فى تلك المواقع ، فكلما زادت مصداقية الموقع لدى المستخدم يزداد اقتناعه بالمضمون المقدم فالتصميم المقنع لشكل الموقع ومصداقية الموقع عاملان اساسيان فى زيادة استخدام الموقع وزيادة الثقة والمصداقية بين المستخدم والموقع.

مراجع البحث:

(1) Ergonomics. <http://www.ergo-eg.com>. Available online 5/4/2017.

(2) Human Factors Engineering and Ergonomics are Scientific and technical. Available online : <http://www.combo.vom/ergo/artwork.html>.retrieved 7/5/2017.

(3) شريف درويش اللبان. " الصحة والسلامة المهنية في بيئه العمل الصحفى"، **المجله المصريه لبحوث الرأى العام،**كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثانى، ابريل ٢٠٠١، ص٤٢-٤٣ ص.

(4) حسنين شفيق السركى. " إخراج كتب الأطفال فى مصر وطباعتها" رساله دكتوراه غير منشوره، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعه عين شمس ٢٠٠٠.

(5) Aly son hill. Readability Various Foreground, available online

: <http://hubel.spasv.edu/research/ahncur.html>.retrieved 10/4/2017.

(6) Harri Oinas-Kukkonen, **Persuasive Systems Design, Evaluation and Research with the PSD Model**, Adjunct Proceedings of the 12th International Conference on Persuasive Technology, April 3-6,

2017, Amsterdam. Available at: <http://www://search.proquest.com/docview/304857919/13B4DDB/1?accountid=37552>. (accessed January .. 2017).

(7) Nurulhuda Ibrahim. Mohd Fairuz, Kok Wai Wong. **The Impact of Online Visual on Users' Motivation and Behavioural Intention - A Comparison between Persuasive and Non-Persuasive Visuals**, in International Conference on Applied Science and Technology 2016 (ICAST'16)p4. Available at: <http://aip.scitation.org/doi/abs/10.1063/1.49608>

(8) KAIXIANG YU. **A NEW FRAMEWORK FOR THE DESIGN AND EVALUATION OF PERSUASIVE TECHNOLOGY: PERSUASIVE EXPERIENCE** (Master of Science in Industrial and Systems Engineering in the Graduate School of Binghamton University State University of New York), 2016p5. Available at: <https://search.proquest.com/docview/1861680399>

(9) بسمة أحمد عبود. "تصميم البوابات الإخبارية على شبكة الإنترنت وعلاقتها ببسر استخدام الشباب المصرى لها"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم صحافة، ٢٠١٦م).

(10) عائشة محمود عاطف. "تصميم مواقع وكالات الأنباء العالمية الناطقة باللغة العربية وعلاقتها ببسر استخدام هذه

المواقع للحصول على الأخبار"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم صحافة، ٢٠١٦م).

(11) ماجد التريان و عبير لبد. "تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية دراسة تحليلية مقارنة" **بحث منشور فى مجلة البحوث الانسانية**، (غزة: الجامعة الإسلامية، ٢٠١٦م).

(١٢) **أسماء السادة المحكمين مرتبة ترتيباً أبجدياً وحسب الدرجة العلمية:**

- أ.د: اعتماد خلف معبد: أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال، جامعة عين شمس.
- أ.د/ ايناس محمود حامد: أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال، جامعة عين شمس.
- أ.م.د/ صالح عراقى: أستاذ مساعد الإعلام ورئيس قسم الإعلام، جامعة الزقازيق.
- أ.د/ محمد زين: أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام، جامعة بنى سويف.
- أ.د/ محمود إسما عيل: أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال، جامعة عين شمس
- أ.م.د/ مصطفى صابر النمر: : أستاذ مساعد الإعلام، جامعة الزقازيق.

(١٣) منى جابر عبد الهادي. " مصداقية مواقع بعض الصحف المصرية علي الانترنت وعلاقتها بتفصيلات الجمهور المصري"، **مرجع سابق**.

(14) أحمد فتحي محمد. "مصداقية المادة الصحفية المقدمة في البوابات الالكترونية الإخبارية المصرية وعلاقتها بالقارئية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٧م).