تقويم أوجه الثراء الإعلامي لصحافة البيانات والرسوم المعلوماتية علي مواقع الصحف الالكترونية

دراسة ميدانية علي مستخدمي مواقع الصحف الالكترونية المصرية

هويدا محمد السيد عزوز *

ملخص الدراسة:

سعت الدراسة إلي رصد وتحديد أولويات كل وجه من أوجه الثراء الإعلامي لصحافة البيانات لدي مستخدميها من الشباب، ودراسة المتغيرات التي تؤثر في تحديد هذه الأولويات من أجل الخروج بتفسير علمي يسهم في تحقيق هدف البحث".

أهداف الدراسة:

1- رصد أولويات أوجه الثراء الإعلامي للصحافة الالكترونية

2- تقييم مدي ثراء صحافة البيانات كوسيلة اتصالية من وجهة نظر المبحوثين.

3- الوقوف علي أكثر مواقع الصحف الالكترونية التي يتعرض لها المبحوثون.

4- تحديد رؤية عينة الدراسة في الأخبار المصحوبة بالرسوم البيانية والمعلوماتية ومدي ثقتهم فيها.

فروض الدراسة:

1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أولويات أوجه ثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية لدي المبحوثين حسب متغيراتهم الديموجرافية.

2- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين للصحف الالكترونية وأولويات أوجه الثراء الإعلامي لصحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية.

3- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية والإشباعات المتحققة منها.

4- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقييم المبحوثين لثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية كأداة اتصالية وبين معدل اعتمادهم عليها كأحد مصادر المعلومات والأخبار.

5-توجد علاقة ارتباطية بين درجة تقييم المبحوثين لثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية ومدي ثقتهم في صحافة البيانات.

* مدرس بقسم الصحافة بكلية الآداب - جامعة المنوفية

6-توجد علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين علي صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية والإشباعات المتحققة منها.

الإطار النظري للدراسة :

استخدمت الدراسة نظرية ثراء الوسيلة من خلال قياس ثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية و درجة فاعليتها في تبسيط المفاهيم بما تحتويه من أدوات و صور ثابتة ومتحركة ونصوص وفيديوهات التي تسهل عملية الفهم وترفع درجة ثراء الإنترنت.

نتائج الدراسة :

1. قبول الفرض الأول جزئيا بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أولويات أوجه ثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية لدي المبحوثين حسب متغيراتهم الديموجرافية
2. قبول الفرض الثاني جزئيا بوجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين للصحف الالكترونية و أولويات أوجه الثراء الإعلامي لصحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية
3. قبول الفرض الثالث بوجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية
4. قبول الفرض الرابع جزئيا بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقييم المبحوثين لثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية كأداة اتصالية و بين اعتمادهم عليها كأحد مصادر المعلومات و الأخبار.
5. قبول الفرض الخامس ،حيث توجد علاقة ارتباطية بين درجة تقييم المبحوثين لثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية ، و مدي ثقتهم في صحافة البيانات

قبول الفرض السادس بوجود علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين علي صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية و الإشباعات المتحققة منها .

Evaluating aspects of media richness in the press of data and information graphs on electronic newspapers websites: A field study on the users of Egyptian electronic newspaper sites

By/ Howaida Mohamed El-Sayed Azouz

Lecturer in Journalism, Department of Mass Communication, Faculty of Arts, Menoufia University

Problem of the study:

"Identifying and specifying priorities of each aspect of media richness of the data press among young users to investigate the variables that affect the identification of these priorities in order to come up with a scientific explanation contributing to the achievement of the research objective."

Objectives of the study:

1 - To identify the impact of exposure of young people to information graphs in attracting attention, understanding and perception.

2 - Monitoring the priorities of media richness of electronic journalism. 3. Evaluating the richness of data pressas a means of communication from the point of view of respondents.

4 - Identifying the most important contents covered by the information graphs on the websites of electronic newspapers.

5 - Identifying the sites of electronic newspapers to which the respondents are most exposed.

6 - Determining the vision of the sample of the study in the news accompanied by graphs and informatics and their reliability.

Study Questions:

1. What is the difference between fixed and interactive information graphs from the point of view of respondents?

2. What is the difference in how users view static and interactive graphs in terms of information quality, interaction and design?

3. What are the most commonly used types of charts in electronic press sites from the users' point of view?

4- To what extent does the exposure of young people to information graphs contribute to increasing the levels of attention, understanding and remembering?

5- What is the most important content covered by the information graphs in the websites of the electronic newspapers from the point of view of the respondents?

Study hypotheses:

1- There are statistically significant differences among the priorities of the richness of the data press on the websites of the electronic newspapers and demographic variables.

2 - There is a correlational relationship of statistical significance between the rate of exposure of respondents to electronic newspapers and the priorities of media richness of press data on the sites of electronic newspapers.

3 - There is a correlational relationship of statistical significance between the trends of the respondents towards the press data on the websites of electronic newspapers and the impressions obtained from them.

4 - There is a statistically significant relationship between respondents' assessment of the richness of data presson electronic newspaper sites as a communication tool and the rate of their dependence on them as sources of information and news.

5 - There is a correlation between the degree of evaluation of respondents to the richness of data presson the sites of electronic newspapers and their confidence in the data press.

6 - There is a correlation between the degree of dependence of the respondents on the press data on the websites of electronic newspapers and their impressions.

Applying the theory of richness on the subject of study:

By applying the theory of rich media to the press of data presented on the websites of electronic newspapers, we find that it may enjoy what enables them to achieve the hypotheses of richness. It is a technological means possessing a large amount of information, as well as the diversity of content. This can overcome the uncertainty resulting from the lack of information and doubt. It also has a strong, direct response through comments and allows its users to select, prefer or delete topics, thus enhancing privacy and personal focus. Data pressalso has the ability to convey information. In this study, the researcher measured the richness of the data press on the

websites of the electronic newspapers and their effectiveness in simplifying the concepts with its tools, stationary and motion images, texts and videos that facilitate understanding and increase the richness of the Internet.

Approach of the Study:

The study is based on the methodology of the media survey. It is a systematic scientific effort to obtain data, information and descriptions of a specific phenomenon through quantitative data obtained from the answer to a set of questions, which are obtained through the questionnaire.

Results:

- Acceptance of the first hypothesis; having statistically significant differences among the priorities of the richness of data presson the websites of the electronic newspapers of the respondents according to their demographic variables.
- Acceptance of the second hypothesis; having a relationship of statistical significance between the rate of exposure of respondents to electronic newspapers and the priorities of the rich media to press data on the websites of electronic newspapers.
- Acceptance of the third hypothesis; having a relationship of statistical significance among the attitudes of respondents towards the press data on the sites of electronic newspapers.
- Acceptance of the fourth hypothesis; having a statistically significant relationship between respondents' assessment of the richness of data press on electronic newspaper sites as a communication tool and their dependence on them as sources of information and news.
- Acceptance of the fifth hypothesis; having a correlation between the degree of evaluation of respondents to the richness of press data on the sites of electronic newspapers, and their confidence in the data press.
- Acceptance of the sixth hypothesis; having a correlation between the degree of reliance of the respondents on the press of data on the websites of the electronic newspapers and their impressions obtained.

Positive news: A professional definition of media news; that the journalist seeks to get to be unique to his newspaper, radio station, television or news agency.

Analytical article: a kind of journalistic article, a comprehensive presentation of the facts that constitute a phenomenon; a link between the parts explaining the relationship between them in order to reach the main results of these facts and the relationships among them.

Commentator: The person who writes the commentary or explains events, publishes, broadcasts or announces something, presented to the people by communicating with them personally and by narrating them. This may be through one of the special means such as newspapers or radio and television.

An editorial is an article published in a newspaper to express the opinion of this newspaper about a problem or issue. It is not signed by a particular writer because it expresses the opinion of the newspaper in general. It is not necessary to be published on the front page of the newspaper, but selected in internal pages.

Article: An art of journalistic editing, expressing the opinion of the writer or expressing the opinion of the newspaper if published without the signature of a particular writer and the article as a subjective vision and personal writer in the current events. It is on issues that occupy the public opinion, and there are several types of newspaper articles like the critical article, and analytical article, each with its own characteristics.

Headlines (*Manchette*) - headline in the newspaper:

The title that leads to the front page of the newspaper, and usually focuses on the most important news in the newspaper, the most important news on the page, usually spanning the width of the page and written in large letters to draw attention. It is called in French "*Manchette*". The name is frequently quoted in Arabic newspapers.

Editor-in-Chief: The person responsible for the entire editing system in a newspaper or a news agency, usually including all the main editorial support sections such as news sections, investigative reports, review, translation, photography, technical sections, and all sections that produce written material; information archives, library, etc. Therefore, the editor-in-chief is fully responsible for everything published. He decides what is published and what is not published and participates in the development of the newspaper's policy and follow-up implementation.

World news agencies:

A number of news agencies with great potential to receive and distribute news worldwide. These agencies are specifically the British Reuters, Agency France-Presse, the Associated Press of America.

مقدمة الدراسة:

في الآونة الأخيرة ازداد استخدام الرسوم البيانية والمعلوماتية في الصحف الالكترونية ،حيث ترغب هذه الصحف في إثارة اهتمام القراء وتعزيز فهمهم للأخبار، وبالتالي اعتمدت المنظمات الإخبارية علي مجموعة متنوعة من العناصر البصرية مثل الصور والرسوم التوضيحية والرسوم البيانية والخرائط لتبسيط المعلومات وسهولة قراءتها والقدرة علي تحليل البيانات بأسلوب شيق وجذاب، وبالتالي استطاعت المؤثرات البصرية توصيل المعلومة وتحويل المعلومات والبيانات من أرقام وحروف إلي صور ورسوم شيقة مع سهولة نشرها وانتشارها عبر الصحف الالكترونية

كما استخدمت الارتباطات التشعيبية أيضا في الرسوم البيانية كوسيلة لإشراك قراء الأخبار في اكتساب الأخبار وتسهيل الفهم والاستيعاب والتقييم لدي القارئ

وتعتبر صحافة البيانات والرسوم المعلوماتية بتصميماتها المتنوعة أحد الوسائل المهمة والفعالة في إضفاء شكل مرئي لتجميع وعرض المعلومات أو نقل البيانات في صور جذابة إلي المتلقي، فهي تمزج بين السهولة و السرعة و التسلية في عرض المعلومة و توصيلها إلي المتلقي، حيث يتم تصميمه بافتراض أن من يراه يعتقد أنه لم يكن يملك أي معلومة مسبقة عن المحتوي، و من أهم صور تقديم المعلومات بصريا: الإشارات ولغة الجسد، والفيديو، والقدرة علي تقديم النصوص والصور المدمجة من خلال أجهزة الحاسب الآلي، وبالتالي أصبحت مهارات الاتصال البصري ضرورة مهنية وعلمية يمكن الاعتماد عليها في بناء الصور البصرية .

وبالتالي فإن صحافة البيانات تنطوي علي عمل شاق، فهي تعكس التفاعل المتزايد بين الصحفيين والمتخصصين في مجالات أخري مثل مصمم الجرافيك ومحلل البيانات أو مبرمج الحاسوب، وبالتالي سعت الدراسة إلي تحديد وتقييم تفاعل الجمهور مع البيانات من خلال مبادئ صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية المصرية .

ثانيا: مشكلة الدراسة:

لا يمكن إنكار فضل الصحافة الالكترونية في استخدام صحافة البيانات، خاصة أنها وفرت ميزات التفاعلية التي تتيح جذب المزيد من القراء، كما أنها جعلت من إمكانية الإضافة والحذف التي تتيحها إمكانيات المواقع الالكترونية في عملية تحرير أنواع صحافة البيانات، كما أن المواقع الالكترونية تتيح سهولة باستخدام ألوان وتصميمات مختلفة لجذب القراء، كما تتميز تقنيات المواقع الالكترونية استخدام وسائل مختلفة للتعبير عن صحافة البيانات مثل استخدام الخرائط والرسم البياني والملفات التفاعلية ،ولذلك سعت الدراسة إلي :

"رصد وتحديد أولويات كل وجه من أوجه الثراء الإعلامي لصحافة البيانات لدي مستخدميها من الشباب، ودراسة المتغيرات التي تؤثر في تحديد هذه الأولويات من

أجل الخروج بتفسير علمي يسهم في تحقيق هدف البحث".

ثالثا: أهمية الدراسة:

1- قلة الدراسات العربية التي تناولت تقييم مدي ثراء صحافة البيانات كوسيلة اتصالية من وجهة نظر المبحوثين.
2- أهمية دراسة تأثير بعض الإمكانات الحديثة التي توفرها تكنولوجيا الاتصال في مجال الأخبار، بالإضافة إلي طبيعية هذه الوسيلة وميزاتها الفريدة كوسيلة اتصال مناسبة.
3- تقدم صور استفادة مواقع الصحف الالكترونية في تطوير شكل ومضمون المادة الإخبارية.

رابعا: أهداف الدراسة:

1- التعرف علي تأثير تعرض الشباب للرسوم المعلوماتية في جذب الانتباه والفهم والإدراك.
2- رصد أولويات أوجه الثراء الإعلامي للصحافة الالكترونية
3- تقييم مدي ثراء صحافة البيانات كوسيلة اتصالية من وجهة نظر المبحوثين.
4- التعرف علي أهم المضامين التي تتناولها الرسوم المعلوماتية علي مواقع الصحف الالكترونية.
5- الوقوف علي أكثر مواقع الصحف الالكترونية التي يتعرض لها المبحوثون.
6- تحديد رؤية عينة الدراسة في الأخبار المصحوبة بالرسوم البيانية والمعلوماتية ومدي ثقتهم فيها.

خامسا: تساؤلات الدراسة:

1- ما مدي الاختلاف بين الرسوم المعلوماتية الثابتة والتفاعلية من وجهة نظر المبحوثين ؟
2- ما مدي وجود فرق في كيفية نظر المستخدمين إلي الرسوم البيانية الثابتة والتفاعلية من حيث جودة المعلومات التفاعل، التصميم؟
3- ما الأنواع الأكثر استخداما من الرسوم البيانية في المواقع الصحفية الالكترونية من وجهة نظر المستخدمين؟
4- كيف يسهم تعرض الشباب للرسوم المعلوماتية في زيادة درجات الانتباه والفهم والتذكر؟
5- ما أهم المضامين التي تتناولها الرسوم المعلوماتية في مواقع الصحف الالكترونية من وجهة نظر المبحوثين؟
6- ما معدل متابعة المبحوثين لمواقع الصحف الالكترونية وأسباب متابعتهم؟
7- لماذا يثق المبحوثون في الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية؟
8- كيف يعتمد المبحوثين علي الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية؟
9- ما أولويات أوجه الثراء في الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية علي مواقع الصحف الالكترونية؟
10-ما أكثر مواقع الصحف الالكترونية التي يتابعها المبحوثون؟

سادسا: فروض الدراسة:

1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أولويات أوجه ثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية لدي المبحوثين حسب متغيراتهم الديموجرافية.
2- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين للصحف الالكترونية وأولويات أوجه الثراء الإعلامي لصحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية.
3- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية والإشباعات المتحققة منها.
4- توجد علاقة ارتباطية بين درجة تقييم المبحوثين لثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية ومدي ثقتهم في صحافة البيانات.
5- توجد علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين علي صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية والإشباعات المتحققة منها.

سابعا: الإطار النظري للدراسة:

الفرضيات الأساسية للثراء:

تفترض النظرية أن الجمهور هو الذي يشعر ويدرك حاجاته ،ومن هذا المنطلق يلجأ إلي استخدام وسيلة الإعلام التي تحقق هذه الرغبات وتشبعها، كما تفترض النظرية أيضا أن وسائل الإعلام لديها القدرة علي حل الغموض الذي يواجه الجمهور ويقدم تفسيرات متنوعة، وتيسير عملية الفهم علي الجمهور المستقبل للرسالة [1].

وتفترض النظرية فرضين أساسين:

الفرض الأول:

أن الوسائل التكنولوجية تمتلك قدرا كبيرا من المعلومات فضلا عن تنوع المضمون المقدم من خلالها، وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب علي الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

الفرض الثاني:

هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلي الأقل من حيث درجة الثراء وهي: سرعة رد الفعل، قدرتها علي نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل الوسائط المتعددة، التركيز الشخصي علي الوسيلة، استخدام اللغة الطبيعية[2].

معايير الثراء:

هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة الإعلامية، مرتبة من الأعلى إلي الأقل من حيث درجة الثراء الإعلامي لتتضح قدرة هذه الوسيلة الإعلامية علي إزالة الغموض الذي يلحق بالمؤسسات، وقد وضعها كل من دافت ولينجل لتمثل أساس النظرية وهي **كالآتي:**

1- رجع الصدى (سرعة رد الفعل):

يشير مفهوم رجع الصدى في نظرية ثراء الوسيلة إلي مدي سرعة ومباشرة ردود الأفعال علي الوسيلة الإعلامية، كما يشير إلي قدرة الوسيلة علي تمكين المرسل من استقبال رد فعل فوري للاتصالات التي يجريها، فهو يجعل المرسل يتأكد من وعي المتلقي بالرسالة بالشكل الذي يريده أو لا، بما يمكنه تقديم مزيد من الشرح والتوضيح لوجهة نظره[3]

2- تعدد الرموز:

كلما زادت قدرة الوسيلة علي توصيل رموز متنوعة في الرسائل زاد فهم المتلقي لتلك الرسائل، مثل الوسائل التي تقدم رسائلها مصحوبة بعناصر كالصوت والحركة والرسوم وغيرها بما يدعم فهم أفضل للرسالة، وتحقيق التواصل بين المرسل والملتقي بشكل أسرع.[4]

3- استخدام اللغة الطبيعية:

تأتي سهولة الأسلوب ضمن أسباب متابعة صحافة البيانات، التي عادة ما تتضمن أشكالا توضيحية أو رسوما بيانية، فهي تعتمد علي نقل الرسالة بأسلوب لغوي بسيط ،مع سهولة استقبال وفهم الرسالة من جانب المتلقي [5]

4- الخصوصية:

يعني قدرة الوسيلة علي فهم الأبعاد الشخصية للطرف الآخر في العملية الاتصالية، فهو المدى الذي يمكن أن يخصص المرسل الرسالة كي تفي بالاحتياجات الفردية للمستخدم، وكذا قدرة الوسيلة علي حمل العواطف والمشاعر الإنسانية[6].

نموذج نظرية ثراء وسائل الإعلام:

يفترض نموذج ثراء وسائل الإعلام أن الأفراد يقومون باختيار وسائل الإعلام التي يمكن بثرائها المعلوماتي أن تزيل الغموض الذي يحيط بالعملية الاتصالية، وأن وسائل الإعلام تختلف في قدرتها علي تغيير فهم المتلقي، مما يجعل اعتقاد الفرد بمدي ملائمة الوسيلة أكثر من التقييم الفعلي لها والاعتبارات المتعلقة بأدائها الفعلي، وبالتالي فمعظم الدراسات التي اختبرت هذه النظرية اهتمت بالمعتقدات المتعلقة بمدي ملائمة وسائل الإعلام، أكثر من التقييم الفعلي للوسيلة نفسها [7].

يتضمن النموذج السابق نقاطا أساسية في نظرية ثراء وسائل الإعلام وهي:

1- التفاعل الذي قد تحدثه وسائل الإعلام المختلفة، يتوقف علي مدي ملائمة الوسيلة المستخدمة للوظيفة التي تقوم بها، أو المحتمل قيامها بها.

2- يتوقف الأداء الوظيفي لوسائل الإعلام المختلفة علي عاملين أساسين هما:

- توقيت القرار: الذي تعني به اختيار الوسيلة المناسبة في التوقيت الملائم لاستخدامها.
- جودة القرار: ويقصد بها تمتع الوسيلة الإعلامية التي تم اختيارها لوظيفة ما بالمزايا المطلوبة، والتي تكفل لها تحقق الجودة الناتجة عن هذا الاختيار

3- تتوقف فاعلية وسائل الإعلام علي عدد من العوامل المهمة هي: العقلانية- القدرة علي التفاوض- مدي التناغم أو عدمه.

4- يظهر نجاح وسائل الاتصال المختلفة وأداء مهامها الوظيفية من خلال الرضا عن العملية الاتصالية، والرضا عن المنتج النهائي والتمثل في قدرة وسائل الإعلام علي إزالة الغموض الذي يحيط بالمتلقي ونجاحها في تقديم تفسيرات واضحة للجمهور بصفة عامة[8].

تطبيقات ثراء الوسيلة علي تكنولوجيا الاتصال[9] :

ظهرت خصائص جديدة لتحديد ثراء الوسائل التي تعتمد علي تكنولوجيا الاتصال والتي تعتبر رئيسية وضرورية من أجل فهم آثار استخدام وسائل الإعلام علي قدرة الأفراد علي التواصل وفهم المعلومات.

- **رد الفعل الفوري:**

تتوفر هذه الخاصية في وسائل الإعلام الالكتروني فقد مكنت تكنولوجيا الوسائط المتعددة من إمكانية تضمين الرسالة عددا من الوظائف المتكاملة مثل النص والصوت والصور مع وجود تفاعلية من جانب المستخدم، مع التغلب علي عنصري الزمان والمكان بين الأطراف المشاركة في العملية الاتصالية.

- **تعدد الرموز:**

ويقصد بها الطرق التي من خلالها يتم توصيل المعلومات من خلال الوسيط الذي يستوعب الإيماءات المتعددة والتنوع اللغوي، وقد أتاحت لغة HTMl لمواقع الإنترنت أن تقترح المعلومات في أشكال متعددة الرموز والرسوم والصوت والصورة المرئية والأنماط المختلفة للألوان والخلفيات.

- **التوجه المتعدد:**

يعني قدرة الوسيلة علي نقل المعلومات بشكل متزامن، كما يعني تمتع الوسيلة، بإمكانية استهداف عدة أشخاص، وهو ما يرتبط بإمكانيات نقل المعلومات وكثافة وتنوع الجمهور.

- **التزامن:**

تشير إلي عدد من المحادثات المتزامنة التي قد تحدث بشكل فعال، وهو يختلف عن (التوجه المتعدد) حيث يتم نقل المعلومات من المصدر لأكثر من شخص بشكل فوري وتفاعلي.

التسجيل الخارجي:

ويعني توفير إمكانية تسجيل العملية الاتصالية، أي إمكانية أرشفة المعلومات والرسائل.

- **ذاكرة حاسوبية معالجة:**

وتتعلق بتنظيم وإدارة الاتصال الالكتروني علي غرار إتاحة البحث في المعلومات المخزنة.

- **اللغة الطبيعية:**

يمكن أن تتحقق اللغة شبه الطبيعية من خلال الاتصال الهاتفي عبر الإنترنت أو غرف المحادثات.

- **التركيز الشخصي:**

التركيز والانتباه الشخصي للمشارك يعني مدي تقديم الوسيلة الإعلامية وإتاحتها فرصة التكيف الشخصي وفقا لرغبة المشارك، كما تشير إلي القدرة علي نقل المشاعر والعواطف الشخصية من خلال الاتصال.

تطبيق نظرية الثراء علي موضوع الدراسة:

بتطبيق نظرية ثراء الوسيلة علي صحافة البيانات المعروضة علي مواقع الصحف الالكترونية نجد أنها قد تتمتع بما يمكنها من تحقيق فرضيات الثراء، حيث كونها وسيلة تكنولوجية تمتلك قدرا كبيرا من المعلومات، فضلا عن تنوع مضمونها، مما يمكنها من التغلب علي الغموض الناتج عن نقص المعلومات والشك الناتج عن عدم تنوع المصادر، كما أنها تتمتع برجع الصدى القوي المباشر، ومن خلال التعليقات، كما أنها تتيح لمتصفحيها القدرة علي اختيار الموضوعات التي يفضل قراءتها، أو يفضل حذفها، مما يعزز من الخصوصية والتركيز الشخصي، كما تتمتع صحافة البيانات بقدرتها علي نقل المعلومات.

ولما كانت الدراسة تسعي ضمن أهدافها معرفة ما تتمتع به صحافة البيانات من عوامل الثراء، فقد تضمنت استمارة الاستبيان أسئلة حول قياس مدي سهولة وسرعة المتضمن لصحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية.

وبالتالي قد قامت الباحثة من خلال هذه الدراسة بقياس ثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية و درجة فاعليتها في تبسيط المفاهيم بما تحتويه من أدوات وصور ثابتة ومتحركة ونصوص وفيديوهات التي تسهل عملية الفهم وترفع درجة ثراء الإنترنت.

صحافة البيانات :

ظهر أخيرا مصطلح الصحافة المدفوعة بالبيانات Data Driven Journalism

ويمكن تعريف صحافة البيانات بأنها صحافة متخصصة في إبراز الدور المتزايد للمعطيات و البيانات الرقمية و المرسومة في إنتاج و توزيع المعلومات في العصر الرقمي، وهي تعكس التفاعل المتزايد بين منتجي المحتوي والمتخصصين في عدد آخر من المجالات مثل التصميم الفني وعلم الكمبيوتر والإحصاء "[10].

حيث انتشرت صحافة البيانات كأحد الأشكال الصحفية التي انتشرت في المواقع الالكترونية كمحاولة لجذب القارئ، فهو يقوم علي تقديم المعلومات باستخدام الرسوم البيانية والعلاقات البصرية المميزة لتسهيل الفهم والاستيعاب لدي القارئ، ويعتمد بشكل أساسي علي المعلومات المجردة بحيادية دون ظهور أي رأي للمحرر.[11]

مميزات صحافة البيانات:

1- سهولة فهم المعلومات المعقدة وتبسيطها باستخدام الرسوم والمؤثرات البصرية التي تجذب الناظر لها.
2- البيانات والمعلومات والأرقام والإحصائيات المعقدة التي تحتاج إلي متخصصين في مجالها لفهمها، ويتم تحويلها إلي رسوم بسيطة يفهمها غير المتخصصين حتى صغار السن وغير المتعلمين.
3- سهولة ونشر الرسوم المعلوماتية عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو طباعاتها كملصقات توعوية في الأماكن العامة.

مكونات صحافة البيانات:

بالرغم من تنوع وتعدد أشكال الرسوم المعلوماتية التي تلاحظ أن هناك عددا من المكونات الرئيسية التي تشترك فيها، وتختلف التفاصيل فيما بينها باختلاف ذوق وإبداع المصمم، ومن أهم المكونات الرئيسية:

- **العنصر البصري:**

يتضمن هذا العنصر استخدام الألوان والرسومات (كالأسهم- والأشكال التلقائية والرسوم البيانية) والصور .

- المحتوي النصي: ويشمل النصوص المكتوبة والتي ينبغي أن تكون مختصرة ومرتبطة بالعنصر السابق.

- **المعرفة أو المفهوم:**

وهو ما يميز الرسوم المعلوماتية، ويجعلها أكثر من كونها نصا وصورة، وإنما طريقة تقديمه بطريقة معينة تمثل المفهوم أو المعرفة المراد إحصاؤها.[12]

الرسوم المعلوماتية بالمواقع الالكترونية :

تتميز بإمكانية استخدام وسائل مختلفة للتعبير عن الرسوم المعلوماتية مثل استخدام الخرائط والرسم البياني والملفات التفاعلية وتحليل الخطاب في موضوع واحد.

مميزات صحافة البيانات في الصحف الالكترونية:

- تتيح المواقع الالكترونية سهولة استخدام ألوان وتصميمات مختلفة جذابة للقارئ.
- يتيح نشر الرسوم المعلوماتية علي المواقع الالكترونية ،الاستفادة من تعليقات القراء خاصة في حالة البيانات التفاعلية، يضاف لذلك سهولة تداوله علي وسائل التواصل الاجتماعي.
- يمكن المحرر أو مصمم الجرافيك تعديل أو تغيير أو حذف أجزاء من الرسوم المعلوماتية بسهولة[13].

هناك أسس للاستفادة من العرض البصري للمعلومات الكمية من الرسوم والمخططات في إيصال المعلومات وذلك من خلال :

- **عرض البيانات:**

حث المشاهد علي التفكير بجوهر الفكرة المراد نقلها، عوضا عن أشياء مثل تصميم الرسم وتقنية إنتاجه.

- **تجنب تشتيت الانتباه بعيدا عن الفكرة الأساسية:**

عرض أرقام عديدة في مساحة صغيرة.

- **عرض البيانات بشكل مترابط:**

تشجيع العين علي مقارنة البيانات المختلفة.

- **الكشف عن البيانات بمستويات مختلفة من التفصيل:**

تخدم غاية واضحة إلي حد ما.

- **متكاملة مع الوصف اللفظي والإحصائي للمعلومات.[14]**

مبادئ السرد البصري للبيانات:

يعتمد تصميم البيانات علي العديد من العناصر الرئيسية التي لا تقل أهمية عن البيانات نفسها فالألوان والأشكال والأحجام والخطوط تسهم في وضع التصور البصري للبيانات، ولكل منها مدلولها الذي يسهم في إظهار وتوضيح الرسالة الرئيسية المراد توصيلها للقارئ، ومن أبرز هذه المبادئ ما يلي:

1- الدقة:

ينبغي أن تكون البيانات في التصميم دقيقة، محدثة ومقدمة في سياق مناسب، كما ينبغي أن تكون قواعد النحو والإملاء صحيحة.

2- مراعاة الجمهور المستهدف:

ينبغي أن يتم إنتاج التصميم بأفضل طريقة لجذب انتباه القراء ومساعدتهم علي فهم البيانات المقدمة، وإضافة إلي ذلك يجب أن يكون التصميم قابلا للفهم، وإلا فلن يقرأه القراء أو يفهموه.

3- اختيار نموذج التصميم المناسب:

ينبغي أن يكون نموذج التصميم مناسبا للبيانات والمعلومات المقدمة، فهناك نماذج تصميم محددة مناسبة لأنواع من البيانات، وتكون غالبا غير ملائمة لأنواع أخري من البيانات.

4- استخدام مفاتيح استرشادية للتصميم:

يجب وضع مفاتيح لما ترمز إليه للألوان المختلفة في التصميم، وضع عنوان فوق كل مخطط بياني، ليدرك القارئ ما يشير هذا المخطط.

5- اختيار ألوانا متناسقة:

هناك عدد من التطبيقات التي تساعد مصمم البيانات علي اختيار درجات الألوان وتمكنه من خلق حالة من التوازن فيما بينها منها موقع colorbrewer2.org

6- القارئ يتحرك من اليسار إلي اليمين:

القراء يتصفحون الصحف من اليسار إلي اليمين ،ومن أعلي إلي أسفل، من هنا يبدأ القراء مطالعتهم للتصميم من مكان لآخر إذا كان هناك سبب وجيه لذلك، فمن الممكن أن يكون هذا السبب صورة ملونة زاهية في وسط الصفحة أو عنوانا دالا قويا علي الجانب الأيمن من الصفحة.

7- البساطة:

قد تكون الرسوم البيانية معقدة، لكن يجب أن يكون مظهرها غير متغير، حيث إن أحد الانتقادات لكثير من التصميمات أنها رسوم كرتونية، أي أن بها أشكالا صغيرة ورسومات زائدة علي اللازم.[15]

لماذا تعد صحافة البيانات مهمة؟

صحافة البيانات هي عبارة عن مجموعة جديدة من مهارات البحث والفهم، ومن ثم وضع تصور المصادر الرقمية في عالم لم تعد فيه المهارات الأساسية المستخدمة في الصحافة التقليدية، فصحافة البيانات ليست بديلا من الصحافة التقليدية، لكنها إضافة إليها، وفي وقت تحولت فيه المصادر إلي مصادر رقمية، أصبح ممكنا للصحفيين، لقد فتح الانترنت آفاقا تتجاوز مفهومنا الحالي، لذا يبدو أن صحافة البيانات ما هي إلا تطور لممارستنا العملية في الماضي حتى تتكيف مع الانترنت، وهي أيضا تخدم غرضين مهمين لوكالات الأنباء.

فهي تعمل علي العثور علي مواد إخبارية فريدة (بعيدا عن الطريقة التقليدية) وكذلك تساعدك علي القيام بدورك كحارس، وهذه أهداف مهمة جدا يجب علي الصحف أن تحققها خاصة في أوقات الأزمات المالية.

وصحافة البيانات أساسية علي الأقل بالنسبة للصحف الإقليمية فالأخبار المحلية تصل إليك وتؤثر فيك بشكل مباشر، وفي الوقت نفسه أصبح التحويل الرقمي مفعل في كل مكان، وبما أن الصحف المحلية لديها هذا التأثير المباشر، لأن المصادر الإخبارية أصبحت مرقمة، وجب علي الصحفي أن يعرف كيفية العثور علي القصة وتحليلها وتصورها من خلال البيانات والمعطيات[16].

الدراسات السابقة:

1- دراسة أنجيلا لوكوتو حول "المهام اليومية للرسوم البيانية الثابتة والتفاعلية قيم الاستخدام، دراسة جودة تفاعل المستخدم. (2017).[17]

سعت الدراسة إلي تقييم جودة المعلومات بأبعادها المختلفة ومراعاة الجوانب المختلفة مثل جودة التفاعل وسهولة الاستخدام وجودة التصميم، وكان الهدف الأساسي هو قياس ما إذا كانت نوعية الرسوم البيانية تؤثر علي إدراك المعلومات وتفاعل المستخدمين معها وثلاثة رسوم بيانية واحدة لكل موضوع، كما أجرت الدراسة استبيانا علي أشخاص انقسم عشوائيا إلي مجموعتين : الأولي تفاعلت مع نسخة ثابتة من كل انفوجرافيك أي لقطة منها، وتفاعلت المجموعة الثابتة مع الرسوم البيانية مع الشكل الكامل الرسوم البيانية.

وتشير النتائج إلي أنه علي الرغم من أن الرسوم البيانية التفاعلية تعتبر أكثر تعقيدا، ولكن إجراء التجربة معهم أفضل، ومن خلال ملاحظتنا فقد أنشأنا نموذجا لتقييم الجودة الشاملة للرسوم البيانية الثابتة والتفاعلية مستندا إلي المعلومات وجودة التصميم.

2- دراسة "بن جو لي ويو وين كيم حول "آثار الرسوم البيانية علي تطوير الأخبار الاقتناع، التقييم، المعرفة المسبقة ومشاركة القضية كعوامل وسيطة[18]:

هدفت هذه الدراسة إلي كيفية تأثير الرسوم البيانية علي معالجة أخبار الأفراد مع التركيز علي تعدد الوسائط والتفاعل كخصائصهم (مميزة)، اعتبرت الدراسة المعرفة السابقة للقراءة والأخبار ومشاركة القضية والتي تؤثر علي قدرتهم علي التحفيز لمعالجة المعلومات كعوامل وسيطة (نص مقابل الرسوم البيانية - مقابل النص بالرسم) – الارتباطات التشعيبية مقابل عدم وجود ارتباطات تشعيبيه).

بلغ عدد الموضوعات مجربة (360) وتعرض المشاركين كمقابلات إخبارية للقضايا الاقتصادية وأدت إضافة رسومات إلي الأخبار إلي زيادة مدي مشاركتهم في إعداد الأخبار، وإن كان ذلك فقط بين أولئك الذين لديهم مشاركة أكبر في القضية، ومع ذلك أعاقت الارتباطات التشعيبية في النص استدعاء المعلومات بين الأفراد الأقل حجما

ويبدو أن التمثيل البياني للأخبار يوجه نداءات مجردة إلي أولئك الذين تقل مشاركتهم في الموضوع الإخباري وأقل دراية به، مما يؤدي إلي تقييم أخبار أكثر ملائمة.

3- دراسة كونستش تابري، آني ماري بروفست الكسندر ترولیز، حول " الجهات الفاعلة في صحافة البيانات، الممارسات والمهارات، دراسة حالة (2010):[19]

سعت هذه الدراسة للتعرف علي أحداث صحافة البيانات بين عامي 2011-2013 فى مقاطعه كوبيك الكندية من أجل تحديد وفحص الحاسب الآلي والمهارات الإحصائية المطلوبة، قامت الدراسة بتحليل مشاريع من وسائل الإعلام في كيبيك، حيث لاحظت الدراسة نموا في إنتاج صحافة البيانات خلال هذه الفترة .

وتوصلت هذه الدراسة إلى أنه لم يلاحظ تطور مهارات الحاسوب والإحصاء بين الصحفيين المشاركين في صحافة البيانات، وتمكنا من تأكيد الفرضية القائلة بأن نوعا جديدا من المهنيين وصلوا إلى غرف الأخبار في المقاطعة، و وجدت الدراسة أيضا أن صحافة البيانات في كيبيك قد استفادت من تطور أدوات جديدة مفتوحة المصدر مع 72% من المشاريع المدروسة التي تنطوي على استخدام هذه الأدوات ولكن بشكل عام لا يبدو أن الصحفيين ينخرطون بحق هذا التطور.

4- دراسة نادية محمد عبد الحافظ ,حول "تعرض الشباب الجامعي للمواد البصرية، وعلاقتها باستجابتهم المعرفية والبصرية (2015)[20]

سعت الدراسة إلي اختيار تعرض الشباب الجامعي للمواد البصرية (الإنفوجراف) وعلى عمليات التمثيل المعرفي لها، والتي تظهر بوضوح في عمليات الانتباه والفهم والإدراك والتذكر للمعلومات والمعاني والدلالات الواردة بتلك المواد البصرية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات شبه التجريبية التي تهتم بالتوصل إلى الاستنتاجات العلمية والبراهين التجريبية و التي تساهم في درجة عالية من الدقة خاصة في صياغة النتائج مما يساعد على التصميم والتنبؤ في دراسة الظاهرة التجريبية خاصة في حالة نجاح الباحث في ضبط المتغيرات القابضة والمستقلة، ونجاحه في تحديد العلاقات السببية بين متغيرات الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من **النتائج أهمها :-**

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي دراسات المجموعة التجريبية بعد التعرض للأخبار، بدون مواد مصورة والمجموعة التجريبية بعد التعرض للأخبار بمواد بصرية في أسباب الانتباه للمواد البصرية لصالح المجموعة التي تعرضت للأخبار التي تحمل مواد مصورة حيث كانت قيم ت (14.290) وهى دالة عند مستوى 100. .

5- دراسة باتريك ميول حول" كيف تؤثر الرسوم البيانية الثابتة على الاهتمام والذاكرة والتقييم مقابل الرسوم البيانية الديناميكية في الأخبار على الإنترنت: دراسة تعقب العين [21]

تم استخدام الرسومات المصاحبة للمقالات الإخبارية على الإنترنت سواء في صيغ ثابتة وديناميكية، حيث تم جمع البيانات عن طريق تعقب العين و الإدراك والذاكرة، وتشير النتائج إلي أنه على الرغم من أن الرسوم الديناميكية أكثر من المشاركين الأقل كفاءة في توجه وتذكر أفضل صور ثابتة على الذاكرة والانتباه إلى الرسومات ينتقص من الذاكرة والانتباه إلى نص القصة والعكس بالعكس

6- دراسة ماركو جردينا حول" تصميم الرسوم المعلوماتية :- التحديات و إدارة سير العمل[22].

تستهدف هذه الورقة البحثية التعرف على تأثير إنتاج الرسوم البيانية ونشرها على إدارة سير العمل في وسائل الإعلام، واستنادا لنماذج الرسوم البيانات في صحيفة نيويورك تايمز المطبوعة و الالكترونية، وتستهدف هذه الدراسة التعرف على تطور الرسوم البيانية الثابتة ،أي الرسوم البيانية التفاعلية متعددة الوسائط وإمكانيات تصميم تحديات هذا المجال الصحفي الناشئ وأثره على أنشطة شركات الإعلام فيما يتعلق بالتغيرات التكنولوجية وأنماط استخدام الوسائط، وتسلط النتائج الضوء على بعض الأفكار الاستكشافية حول سير العمل و الأنشطة الصحفية اللازمة لنجاح بدء استخدام الرسوم البيانية في ممارسات نشر الأخبار عبر الانترنت لشركات الإعلام .

7- **دراسة ليكت، بونو ايننك حول " تحليل تصورات البيانات في الصحف اليومية من حيث التصميم والجرافيك"[23].**

الهدف من عرض البيانات بصريا هو نقل المعلومات مع أساليب رسومية بطريقة أكثر وضوحا وفاعلية، حيث إن عرض المعلومات بيانيا، وأيضا عرض المعلومات بصريا في الصحف اليومية يقدم وجهة نظر جديدة، ومختلفة عن الحوادث والموضوعات المرتبطة بالحوادث، حيث تم استخدام عرض المعلومات بصريا في الصحف اليومية يقدم معلومات أفضل بكثير من مقالات طويلة ومعقدة تتراكم بنسب وأرقام وبيانات متنوعة.

و توصلت نتائج الدراسة إلي ازدياد اهتمام استخدام الرسوم المعلوماتية المصاحبة للنصوص والتقارير في الصحف، فهي وسيلة مهمة ومؤثرة ومقنعة وموثوق بها علي وجه الخصوص، لأن الصحف الكبيرة تعطي مكانة للرسوم البيانية في منظماتها، فإن هذه المهمة تتطور تدريجيا إلي مجال تخصص من تلقاء نفسها.

8- دراسة ال[24]سيد بخيت حول صحافة البيانات في صحف الإمارات العربية "2009":

تناولت هذه الدراسة (180) قضية في ست صحف إماراتية، أجرت الدراسة استبيانا مع 19 فنيا متخصصا في الرسوم البيانية وإجراء مقابلات مع كبار الصحفيين لمعرفة الاستخدامات الحالية للتصميم الجرافيكي، والعوامل التي تؤثر علي استخدامه وتصورات صحفيي الرسومات وإدراكهم للرسوم المعلوماتية "الإنفوجرافيك".

وتظهر نتائج الدراسة أن صحف الإمارات العربية المتحدة لا تزال محدودة في استخدام الرسوم المعلوماتية أو الرسوم التوضيحية للرسوم المعلوماتية، ونادرا ما يتم الجمع بين الرسوم المعلوماتية والأخبار، خصوصا في الصفحات الأولي، وتظهر الدراسة فرقا كبيرا بين صحف الإمارات العربية المتحدة والإنجليزية والعربية في نوع الرسوم البيانية المستخدمة وفي أماكن تواجدها، ويري صحفيو وفنيو الرسوم عينة الدراسة أن الرسوم المعلوماتية يجب أن تستخدم لتكون مكملة أو إضافة للدخل وليس جزءا أساسيا ومحوريا لمحتوي المادة الصحفية.

9- دراسة ساندرا و ستيف باست يرنك حول" تحديث الرسوم البيانية علي الصحف الأمريكية":[25]

أجرت الدراسة استبيانا وتم إرساله بالبريد الالكتروني إلي 2022 صحيفة في نوفمبر 1997 إلي الأشخاص الذين كان عنوانهم محرري تصميم في الصحف اليومية.

وتم إرسال رسالة بريدية ثانية في ديسمبر 1997، ووردت ردود من 125 صحيفة بمعدل قدره 56.3% لمعرفة آراء المحررين حول استخدام الرسوم البيانية في كتابة الأخبار، وأوضحت النتائج أن السنوات الخمس الماضية شهدت تغيرات مهمة في الرسوم المعلوماتية في حين أن الصحف كانت تنشر رسومات بيانية أقل ولكنها أفضل في التصميم والمحتوي، كما حدث تعاون بين المسئولين عن كتابة الأخبار والمسئولين عن تصميم الرسوم البيانية.

10- دراسة حول القواعد والوضع الحقيقي لدراسة الرسوم والمعلومات في صحيفتي التايم ونيوزويك [26].

استهدفت هذه الدراسة التعرف علي محتوي الرسوم البيانية في الصحيفتين الأكثر تداولا للأخبار الأمريكية وهما التايم والنيوزويك، حيث استخدمت الصحفيتان منهجا متباينا في استخدام الرسوم البيانية.

وقد تم استخدام مصطلح "الإنفوجرافيك" في إطار محدود مشيرا إلي التمثيل البصري للبيانات الكمية في خمسة أشكال محدودة وحجم المخططات الخطية والرسوم البيانية الدائرية / الخرائط/ الرسوم البيانية المختلطة.

وتوصلت الدراسة إلي أن هناك اختلافا بين الأخطاء الواردة للدراسة الأكاديمية و بين الوضع الحقيقي للرسوم المعلوماتية، و باستخدام البحوث الموجودة في مجال الاتصالات البصرية، وجدت أن أكثر من نصف الرسوم المعلوماتية في مجلة التايمز ،عرضت خطأ واحد أو أكثر من خط، و لكن الصحفيين المهنيين يعتبرون أن هذه الأخطاء غير واقعية، و هذا يشير إلي ضرورة تحسين الاتصال بين الأوساط الأكاديمية و بين المهنة، و خاصة فيما يتعلق بمعايير الدقة للاتصال البصري للبيانات الكمية

ثانيا: الدراسات السابقة الخاصة بثراء الوسيلة:

1- دراسة إيمان عبد المنعم محمد عزب حول "استخدامات طلاب الجامعة في مصر والسعودية لموقع تويتر و الإشباعات المتخصصة منه" 2016" [27]

سعت هذه الدراسة للكشف عن أسباب دوافع استخدام الشباب المصري والسعودي لاستخدام موقع تويتر، والتعرف علي المظاهر الدالة علي كيفية استخدام الشباب المصري والسعودي لموقع تويتر، ومن ثم تشخيص الإشباعات التي يحققها الشباب المصري والسعودي من استخداماتهم لموقع تويتر من خلال ترتيبها قياسا بالقضايا الأساسية التي تنطوي عليها مجتمعاتهم، استخدمت الدراسة أداة الاستبيان وتم توزيعها علي عينة عشوائية من شباب الجامعات المصرية والسعودية، وبلغ عددهم 600 مفردة موزعة بالتساوي علي الجامعات والنوع، واعتمدت الباحثة علي النظريات الآتية: التحليل الشبكي، الاستخدامات والإشباعات ،نظرية الوسيلة، مدخل التفاعلية.

وتوصلت الدراسة إلي عدد من النتائج أهمها:

جمع المبحوثون من كلا الجنسين بين اتجاهات بعضها إيجابي والبعض الآخر سلبي نحو موقع تويتر، فيما يخص فوائد الموقع ومصداقيته والقبول الاجتماعي، فالمبحوث قد يري موقع تويتر إيجابيا في بعض جوانب استخداماتها وسلبيا في بعضها الآخر.

2- دراسة حينكا هورنونج حول "إعادة دراسة نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية و تأثير الرموز الاجتماعية علي الفهم في العالم النصي". 2015 [28]

سعت الدراسة إلي اختبار المستويات المختلفة للثراء الإعلامي التي حددتها نظرية ثراء الوسيلة ودورها في إمداد الباحثين بالدقة واليقين في تفسير الرسائل الغامضة، فقد تم تعريض المبحوثين للنصوص مثيرات غامضة.

وقد توصلت الدراسة إلي أن تأثير الحالة الاتصالية علي الدقة ظهرت بشكل كبير كذلك في الاتصال الصوتي في كافة الفئات العاطفية باستثناء المحبة،حيث وقع الاتصال الصوتي في درجة ثراء وسطا ما بين الفيديو و النص و لذلك حقق درجة من الدقة في منزلة وسط بين الاثنين أي أقل من الفيديو وأعلي من النص.

3- دراسة ماجدة محمود أحمد عبد العال حول "توظيف مواقع الإنترنت في البرامج الإخبارية بالقنوات الفضائية المصرية" دراسة تحليلية ميدانية علي المحتوي والقائم بالاتصال[29].

سعت هذه الدراسة إلي التعرف علي دور مواقع الإنترنت وكيفية توظيفه في البرامج الإخبارية بالقنوات الفضائية المصرية والحكومية والخاصة، ومدي نجاح هذه البرامج الإخبارية من الاستفادة من مواقع الانترنت في تقديم خدماتها، وكيفية استفادة القائمين بالاتصال بالبرامج الإخبارية من مواقع الإنترنت وتقديم خدماتهم، وكيفية استفادة

القائمين بالاتصال بالبرامج الإخبارية من مواقع الإنترنت شكلا ومضمونا، واعتمدت الدراسة في إطارها النظري علي نظرية حارس البوابة، ثراء الوسيلة. واستخدمت الدراسة منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني وتوصلت الدراسة إلي:

أوضحت الدراسة أن أوجه الاستفادة من مواقع الإنترنت في العمل قد تبين تنوعها بين ثمان أوجه جاء في مقدمتها تزيد من حياديتي و موضوعيتي، يليها الحصول علي أي مواد سابقة، ثم أنها متطورة دائما، ثم سرعة نقل الحدث أي الفورية ثم الحصول علي المواد المصورة بسهولة.

4- دراسة أحمد عادل عبد الفتاح حول "التفاعلية بالمواقع الالكترونية الصحفية والاجتماعية وعلاقتها بمستوي التفاعل الاجتماعي والسياسي لدي الشباب المصري في إطار نظريتي ثراء الوسيلة والحضور الاجتماعي "2013"[30].

سعت الدراسة إلي مناقشة وتحليل وتفسير جوهر العلاقة بين التفاعلية وملامحها وأدواتها وأبعادها بالمواقع الالكترونية الصحفية وشبكات التواصل الاجتماعي ومستوي التفاعل الاجتماعي والسياسي لدي الشباب المصري.

وقد توصلت الدراسة إلي وجود علاقة ارتباطيه طردية بين إدراك الشباب المصري عينة الدراسة للتفاعلية بمواقع الشبكات الاجتماعية وأبعاد ثراء الوسيلة (الفورية، تعدد الرموز، اللغة الطبيعية، التركيز الشخصي، التوجيه المتعدد، الذاكرة الحاسوبية) ووجود تأثير لدرجة ثراء مواقع الشبكات الاجتماعية ككل في العلاقة بين أسباب استخدام المواقع الصحفية ومستوي التفاعل الاجتماعي والسياسي لدي الشباب.

5- دراسة "رشا فواز الضامن حول استخدام الشباب الكويتي لشبكة الإنترنت و علاقته بقارئية الصحف الكويتية المطبوعة " 2012" [31]

سعت الدراسة إلي دراسة العلاقة بين استخدام الشباب الكويتي لشبكة الإنترنت، وما تتضمنه من تطبيقات مختلفة و قارئية الصحف الكويتية المطبوعة وتحديد العوامل المؤدية لجذب الشباب الكويتي لاستخدام شبكة الإنترنت أو قراءة الصحف الكويتية المطبوعة، وتم استخدام نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية لمعرفة خصائص الوسيلة الإعلامية. وبتفضيل الشباب الكويتي لوسيلة إعلامية أكثر من غيرها.

وتوصلت الدراسة إلي أنه توجد علاقة ارتباطيه طردية بين كثافة استخدام شبكة الإنترنت والجوانب الايجابية لهذا الاستخدام، فكلما زادت كثافة استخدام شبكة الإنترنت من قبل المبحوثين زادت الجوانب الإيجابية لهذا الاستخدام.

6- دراسة خالد صلاح الدين حسن حول "اتجاهات الشباب المصري نحو شبكات التواصل الاجتماعي علي الشبكة العنكبوتية في إطار نظرية الثراء الإعلامي. "2011" (34)[32]

تناولت الدراسة رصد وقياس اتجاهات الشباب المصري نحو شبكات التواصل الاجتماعي علي الشبكات العنكبوتية بالإضافة إلي القياس العلمي والموضوعي لتقييم الشباب المصري للثراء لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية في ضوء المحددات الرئيسية لنظرية الثراء الإعلامي.

وقد توصلت الدراسة إلي وجود اتجاهات إيجابية لدي الشباب عينة الدراسة نحو أبعاد ومكونات الثراء الإعلامي لشبكات التواصل الاجتماعي ،فيما يتعلق بالمزايا الفريدة لتلك الشبكات، والتي تتمثل في تمكينهم من التوظيف الأمثل للوسائط المتعددة والرموز الاتصالية في إنتاج المحتوي الإعلامي، وتحميله الكترونيا.

7- دراسة أسامة سيد عبد العزيز ،حول "توظيف الإنترنت في الخدمات الإخبارية بالقنوات الأمريكية المتخصصة مدخل لتطوير الخدمة الإخبارية في القنوات الفضائية". 2010". [33]

سعت الدراسة للتعرف علي تأثير مناقشة شبكة الانترنت علي الخدمات الإخبارية المقدمة عبر القنوات الأمريكية المتخصصة وكيفية تطور العلاقة بين الوسيلتين من علاقة مناقشة إلي علاقة تكاملية، ومعرفة مدي التطور والتغير الذي طرأ علي شكل ومضمون الخدمة الإخبارية بها، واعتمدت الدراسة علي مداخل نظرية وهي نظرية الحضور الاجتماعي ونظرية ثراء الوسيلة، حيث يمكن اختبار فروض النظرية في إطار الدراسة، فضلا عن تقديم أبعاد جديدة في تفاعلية العلاقة بين الإنترنت ومتصفحها سواء كان من أفراد الجمهور العادي أو الإعلاميين.

7- دراسة سعيد صالح الميتمي بعنوان "تفضيلات مستخدمي الإنترنت لتصميم المواقع الإخبارية العربية (2009): [34]

هدفت الدراسة إلي توصيف تفضيلات مستخدمي المواقع الإخبارية لتصميم وجهات تلك المواقع فيما يتعلق بالعناصر التصميمية المختلفة التي تحقق جذت انتباه للمادة المنشودة، كما سعت الدراسة إلي التعرف علي نماذج استخدامات الجمهور لواجهات الوسيلة الجديدة، ومدي تفضيلاتهم لعناصر الجذب المكونة للشكل في صفحات المواقع الإخبارية العربية، وسعت إلي رصد وسائل وأساليب تحقيق أسس التصميم الفنية في المواقع الإخبارية. واستخدام الباحث نظريتي ثراء الوسيلة والاتصال عبر الحاسب كإطار نظري للدراسة **وتوصلت الدراسة إلي عدد من النتائج أهمها:**

يمتلك معظم المبحوثين خبرة لا بأس بها، واستخدام خدمات الإنترنت حيث إن الغالبية العظمي منهم يستخدمون البريد الالكتروني وخدمة البحث عن المعلومات وحفظ المواقع المتصلة في متصفحهم، ويقومون بنسخ أو طباعة أو تحميل الملفات والبرامج، ويتبادلون الملفات فيما بينهم.

8- دراسة داون مادي فينشر بعنوان "ثراء الوسيلة الإعلامية والحد من عدم اليقين والتفاعل المستقبلي المتوقع علي مواقع التواصل الاجتماعي(2009): [35]

سعت الدراسة إلي رصد طبيعة العلاقة بين ثراء الوسيلة الإعلامية وعدم اليقين في إطار البيئة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي، فهي تسعي للتعرف علي قدرة الأدوات الاتصالية مثل الوسائط المتعددة والمدونات والصور والفيديو علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحد من اليقين والتأثير علي سلوك المستخدمين في التفاعل المستقبلي.

توصلت الدراسة إلي أن استخدام الوسائط المتعددة يؤثر علي المستويات المختلفة لثراء الوسيلة، كما أن لها تأثيرا فوريا علي مستويات عدم اليقين علي كيفية حصول المستخدمين علي المعلومات ومعالجتها حيث إن مستخدمي هذه المواقع يتعرضون لدرجات متفاوتة من الثراء الإعلامي من خلال المواد السمعية والبصرية والنصية التي يتعرضون لها.

9- دراسة سماح عبد الرازق الشهاوي بعنوان "علاقة التفاعل باستخدام الشباب للمواقع الموجهة لهم علي شبكة الإنترنت – دراسة ميدانية علي الجمهور والقائم بالاتصال".[36]

سعت الدراسة لرصد أبعاد وآليات التفاعلية في المواقع الموجهة للشباب علي شبكة الإنترنت، والتعرف علي مستويات التفاعلية الوظيفية التي تتيحها هذه المواقع. بالإضافة إلي التعرف علي استخدامات الشباب للأدوات التفاعلية المتاحة علي شبكة الإنترنت، وأكثر أدوات التفاعلية استخداما وعلاقة بعض الأدوات التفاعلية باتجاه الشباب نحو المواقع.

وتوصلت الدراسة إلي أن المواقع الالكترونية وظفت الصور والألوان والرسوم والعناصر الأخرى كالنصوص والصور المتحركة، وانخفضت نسبة توظيف آلية أرشيف الموقع، كما قامت بتوظيف ثلاثة مستويات للتفاعلية وهي تفاعلية الاختبار حيث أعطت للمستخدمين حرية الاختبار وتفاعلية التشاور وتفاعلية الاختبار.

<u>التعليق علي الدراسات السابقة:</u>

1- معظم الدراسات السابقة الخاصة بصحافة البيانات و الإنفوجرافيك وتفاعل الجمهور معها دراسات أجنبية، بينما تندر الدراسات العربية في هذا المجال.

2- يتضح من مسح الدراسات السابقة أن بعض الدراسات السابقة استهدفت التعرف علي تأثير الرسوم البيانية التي تساعد علي الإدراك والتذكر للمعلومات .

3- اهتمت الدراسات السابقة بالتفريق بين الرسوم البيانية الثابتة والرسوم البيانية التفاعلية ودورها في تذكر الأخبار

أكدت الدراسات السابقة علي أن شبكة الإنترنت تتمتع بدرجة عالية من الثراء كوسيلة اتصالية.

الإجراءات المنهجية:

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث تستهدف الدراسات الوصفية جمع الحقائق والبيانات عن ظاهرة معينة مع محاولة تفسير هذه الحقائق، بل تتجه إلي تصنيف البيانات والحقائق وتحليلها تحليلا دقيقا كافيا، ثم الوصول إلي تعميمات بشأن الظاهرة موضوع الدراسة.

وبالتالي تقوم هذه الدراسة برصد واقع صحافة البيانات ومميزاتها وعيوبها، وتعد من الدراسات الميدانية، والتي تستهدف جمع البيانات الخاصة بموضوع الدراسة، بحيث تمثل هذه البيانات الركيزة الأساسية للدراسة، وبالتالي تقوم هذه الدراسة برصد اتجاهات الشباب نحو صحافة البيانات.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة علي منهج المسح الإعلامي، حيث يعتبر جهدا علميا منظما للحصول علي بيانات ومعلومات و أوصاف عن ظاهرة معينة من خلال بيانات كمية يتم الحصول عليها من إجابة مجموعة من التساؤلات، يتم الحصول عليها من خلال استمارة الاستبيان.

أدوات جمع البيانات:

انطلاقا من أهداف الدراسة والمتمثلة في التعرف علي رصد وتحديد أولويات أوجه الثراء الإعلامي لصحافة البيانات لدراسة مستخدميها من الشباب، وكذلك التعرف علي الفروق في اتجاهات أفراد العينة نحو صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية حسب متغيرات الدراسة، وبالتالي استخدمت الدراسة.

استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لهذه الدراسة عن طريق المقابلة المباشرة مع المبحوثين وكوسيلة لجمع البيانات، **حيث ارتكزت صياغة أسئلة صحفية الاستقصاء علي عدة محاور وهي:**

البيانات الأولية عن المبحوثين.

- تعرض المبحوثين لمواقع الصحف الإلكترونية
- اعتماد المبحوثين علي الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية
- ثقة المبحوثين في الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية
- أهم المضامين التي تتناولها الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية
- الإشباعات المتحققة من تعرض المبحوثين للأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية

-أهم السمات المميزة لصحافة البيانات من وجهة نظر المبحوثين

- اتجاهات المبحوثين نحو ثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية
- تقييم المبحوثين لصحافة البيانات والرسوم المعلوماتية

- **إجراءات الصدق والثبات:**

1- مراجعة الدراسات السابقة لتحديد أهم المتغيرات المرتبطة بموضوع الدراسة

2- التأكد من قدرة أسئلة صحيفة الاستقصاء علي قياس متغيرات الدراسة بدقة وبوضوح

3- التأكد من جدية المبحوث وفهمه لأسئلة الاستمارة وإجابته الدقيقة عنها.

كما قامت الباحثة بمراعاة إجراءات الثبات بالاعتماد علي:

1- إعادة تطبيق صحيفة الاستقصاء علي بعض أفراد العينة لتحديد مدي الاتفاق بين الإجابة الأولي والثانية للمبحوثين أنفسهم .

2- استخدام بعض الأسئلة في صحيفة الاستقصاء لكشف دقة إجابة المبحوث علي أسئلة مشابهة مع ملاحظة الباحثة لمدي الاتساق الداخلي في إجابات المبحوث ووجود تناقض بينهما من عدمه.

عينة الدراسة :

اعتمدت هذه الدراسة العينة العمدية وهي إحدى أنواع العينات غير الاحتمالية، نظرا لضرورة أن يتوافر في العينة الخاصة لا غني عنها وهي التعرض لمواقع الصحف الالكترونية التي تحتوي علي الرسوم البيانية المعلوماتية باعتباره المتغير الأساسي، حيث لا تتوافر معلومات كافية بشأن مجتمع الدراسة أو بشان النوع أو محل الإقامة، وطبقت هذه الدراسة علي عينة قوامها 400 مفردة، وبعد ذلك جمع هذه الاستمارة ومعالجتها إحصائيا.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

استخدمت الباحثة حزمة التحليل الإحصائي (SPSS) في استخلاص النتائج وكانت كالتالي:

1- المتوسطات والانحراف المعياري

2- اختبار كا 2 لدلالة الفروق بين المجموعات المرتبطة

3- اختبار كا2 لدلالة الفروق بين المجموعات المستقلة

4- معامل ارتباط بيرسون

5- الوزن النسبي .

جدول (1)

توزع عينة الدراسة وفقا للنوع

النوع	ك	%
ذكور	250	%62.5
إناث	150	%37.5
المجموع	400	%100

تتوزع عينة الدراسة وفقا للجدول السابق وتنقسم إلي نسبة 62.5% من الذكور، و 37.5 من الإناث.

جدول (2)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير الفئات العمرية

الفئات العمرية	ك	%
أقل من 20عام	128	32
من 20 إلي أقل من 30سنة	164	41
30 فأكثر	108	27
المجموع	400	%100

تتوزع عينة الدراسة وعددها 400 مفردة علي ثلاث فئات الفئة الأولي (أقل من 20عاما) وعدد مفرداتها 128 وبلغت نسبتها 32%.

الفئة الثانية (من 20 إلي أقل من 30سنة) وعدد مفرداتها 164 وبلغت نسبتها41%.

الفئة الثالثة (30فاكثر) وعدد مفرداتها 108 وبلغت نسبتها 27%.

جدول (3)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير مستوي التعليم

مستوي التعليم	ك	%
مؤهل متوسط	**44**	**11**
مؤهل جامعي	**272**	**68**
دراسات عليا	**84**	**21**
المجموع	**400**	**%100**

تتوزع عينة الدراسة وعدد مفرداتها 400 مفردة للحالة التعليمية التي تشتمل علي حملة مؤهل متوسط، وحملة المؤهل الجامعي، والحاصلين علي درجة علمية (ماجستير/ دكتوراه) وتتمثل في الآتي: عدد أفراد العينة الحاصل علي مؤهل جامعي بلغت نسبتهم (68%) بينما بلغت نسبة الحاصلين علي درجة علمية ماجستير ودكتوراه (21.0%) أما أفراد العينة الحاصلين علي مؤهل متوسط (11%).

جدول (4)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير الوظيفة

الوظيفة	ك	%
طالب	72	18
موظف	136	34
مهنة حرفية	68	17
مهنة علمية	80	20
لا يعمل	44	11
المجموع	400	%100

تتوزع عينة الدراسة وعدد مفرداتها 400 مفردة لمتغير الوظيفة كالتالي، حيث تمثلت النسبة الأكبر من الذين يتعرضون لمواقع الصحف الالكترونية فئة :موظف بنسبة (34%)، أما نسبة من يعملون في مهنة علمية (20%)، ويليها طالب بنسبة 18%، و جاء أخيرا نسبة من لا يعمل (11%)

جدول (5)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغيرات المستوي الاقتصادي

الفئات المستوي الاقتصادي	ك ك	%%
منخفض	132	33
متوسط	144	36
مرتفع	124	31
المجموع	400	%100

يوضح الجدول السابق المستوي الاقتصادي لأفراد العينة أن أكثر من نصف أفراد العينة ينتمون إلي الفئة المرتفعة أو المتوسطة ،وبلغت نسبتهم (67%)، ثم جاءت نسبة من ينتمون إلي الفئة المنخفضة (33%).

جدول (6)

توزيع عينة الدراسة وفقا لتعرضك للصحافة الالكترونية

مدي التعرض	ك	%
نعم	356	89
لا	44	11
المجموع	400	%100

تشير بيانات الجدول السابق إلي أن المبحوثين يطالعون آخر الأخبار علي مواقع الصحف الالكترونية، حيث بلغت نسبة المتصفحين من عينة الدراسة مواقع الصحف الالكترونية بنسبة 89%، في حين بلغت نسبة الذين لا يتصفحون مواقع الصحف الالكترونية (11%).

جدول (7)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمعدل تعرضك للصحف الالكترونية

معدل التعرض	ك	%
دائما	192	48
أحيانا	164	41
لا	44	11
المجموع	400	%100

يتبين من الجدول السابق أن (48%) من أفراد العينة يتعرضون بشكل دائم لمواقع الصحف الالكترونية، بينما يتعرض (41%) من أفراد العينة أحيانا إلي مواقع الصحف الالكترونية، بينما لم يتعرض (11%) من أفراد العينة لمواقع الصحف الالكترونية.

جدول (8)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمعدل تعرضك للصحف الالكترونية

معدل التعرض	ك	%
مرة في اليوم	228	57
مرة في الأسبوع	48	12
أكثر من ثلاث مرات في الأسبوع	84	21
مرة في الشهر	16	4
عدة مرات في الشهر	14	6
المجموع	400	%100

تشير بيانات الجدول السابق إلي عدد مرات دخول المبحوثين لتصفح المواقع الصحف الالكترونية، وقد احتل "الدخول مرة واحدة في اليوم" في المرتبة الأولي في عدد مرات الدخول للتصفح بنسبة (57%)، و هذا يدل علي مدي تقديم هذه المواقع للمعلومات والأخبار الحديثة، وتوزعت نسبة عدد المبحوثين المتبقيين علي الدخول للمواقع الإخبارية أكثر من ثلاث مرات في الأسبوع بنسبة (20%)، ثم يليها مرة في الأسبوع بنسبة (12%)، ثم نسبة (6%)هي نسبة الدخول عدة مرات في الشهر، وأخيرا جاءت نسبة (4%) ممن يتعرضون مرة واحدة في الشهر في الشهر، وهي نسبة ممن لا يتعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي.

ويلاحظ أن نسبة الدخول إلي مواقع الصحف الالكترونية مرة في اليوم هي نسبة معقولة نظرا لما تتمتع به هذه المواقع من خصائص مثل السرعة في نقل الخبر وحرية الرأي وإحساس المستخدم بحرية التعرض لهذه الوسيلة .

جدول (9)

عينة الدراسة وفقا للوقت الذي تقضية علي مواقع الصحف الالكترونية

الوقت	ك	%
اقل من ربع ساعة	16	4
ربع ساعة	88	22
نصف ساعة	112	28
أكثر من نصف ساعة	44	11
ساعة	76	19
أكثر من ساعة	64	16
المجموع	400	%100

تشير بيانات الجدول السابق إلي أن الفترات الزمنية التي يستغرقها المبحوثون تصفح مواقع الصحف الالكترونية تمثلت في (28%) للذين يقضون نصف ساعة في التصفح والحصول عل المعلومات، تليها فترة ربع ساعة بنسبة 22%، ثم جاءت الفترة (ساعة) بنسبة 19%، وجاءت نسبة 16% ممن يتصفحون مواقع الصحف الالكترونية أكثر من ساعة، وبالتالي يلاحظ أن نسبة الدخول لمواقع الصحف الالكترونية للمبحوثين من نصف ساعة إلي أكثر من ساعة بنسبة 74% من المدة الزمنية لتصفح مواقع الصحف الالكترونية.

ثم جاءت في الترتيب الأخير نسبة من يقضون أقل من ربع ساعة في تصفح مواقع الصحف الالكترونية 4%.

جدول (10)

توزيع عينة الدراسة وفقا لأسباب تعرضك لمواقع الصحف الالكترونية

الأسباب	ك	%
توفر لي الوقت والمال	52	13
تمدني بالمعلومات والأخبار بشكل فوري وسريع	168	42
توفر لي كل ما أحتاجه من موضوعات سياسة واقتصادية ورياضية وسياسية	96	24
بدافع التسلية وقضاء وقت الفراغ	44	11
تقديم الأخبار بطرق متنوعة مصحوبة بالصوت والفيديو والمشاهد الحيوية	40	10
المجموع	400	%100

يتضح من بيانات الجدول السابق أن (42%) من أفراد الدراسة يتعرضون لمواقع الصحف الالكترونية لأنها "تمدهم بالمعلومات والأخبار بشكل فوري وسريع" ويعود ذلك لتوفير خدمة تحديث المعلومات والأخبار وفورية صدور النسخة الإلكترونية من الصحف بما تمد له من مستجدات الأمر الذي يجعل مستخدم شبكة الإنترنت علي اطلاع دائم بما يدور علي الساحة المحلية والعربية والعالمية من أحداث، بينما جاءت نسبة (24%) من أفراد العينة ممن يتعرضون لمواقع الصحف

الالكترونية (لأنها توفر كل ما احتاجه من موضوعات سياسية واقتصادية ورياضية)، حيث إن الخدمات التفاعلية التي تقدمها مواقع الصحف الالكترونية في توفير معلومات أكثر حول كل ما ينشر من أخبار وقضايا وأحداث، وبينما جاءت نسبة (13%) من أفراد العينة لمواقع الصحف الالكترونية. توفير الوقت والمال، بينما جاءت نسبة (11%) من أفراد العينة "بدافع التسلية وقضاء وقت الفراغ، وجاء آخر أسباب تعرض أفراد العينة لمواقع الصحف الالكترونية، تقديم الأخبار بطرق متنوعة مصحوبة بالصوت والفيديو والمشاهد الحيوية

جدول (11)

توزع عينة الدراسة وفقا لأسباب عدم تعرضك للصحافة الالكترونية

أسباب عدم التعرض	ك	%
لأني أتعرض للأخبار من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	96	24
لأني أشاهد الأخبار علي القنوات التليفزيونية	124	31
لأني لا أثق في هذا النوع من الصحف	116	29
ضعف القدرات المهنية للعاملين بالصحف الالكترونية	61	16
المجموع	400	%100

يتضح من بيانات الجدول أن من أهم أسباب عدم تعرض أفراد العينة لمواقع الصحف الالكترونية أن (31%) يفضلون التعرف علي الأخبار من خلال مشاهدة القنوات التليفزيونية، بينما أشار (29%) من أفراد العينة أنهم لا يثقون في محتوي مواقع الصحف الالكترونية.

بينما أشار (24%) من أفراد العينة أنهم يتعرضون للأخبار من خلال مواقع التوصل الاجتماعي لأن كثيرا من الأفراد ينشرون روابط الأخبار علي مواقع التواصل الاجتماعي، وأخيرا جاءت نسبة 16% من أفراد العينة بضعف القدرات المهنية للعاملين لمواقع الصحف الالكترونية .

جدول (12)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمدي الاعتماد علي مواقع الصحف الالكترونية كمصدر للمعلومات

مدي الاعتماد	ك	%
نعم	236	59
إلي حد ما	116	29
لا	48	12
المجموع	400	%100

تشير بيانات الجدول السابق إلي أن 236 مفردة وتبلغ نسبتهم (59%) قد أشاروا إلي اعتمادهم علي مواقع الصحف الالكترونية كمصدر للمعلومات، كما أجاب 29% من أفراد العينة أنهم يعتمدون علي مواقع الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات إلي حد ما . كما أشار 12% أنهم لا يعتمدون علي مواقع الصحف الالكترونية كمصدر للمعلومات.

جدول (13)

توزيع عينة الدراسة وفقا لأكثر مواقع الصحف الالكترونية التي تتعرض لها.

مواقع الصحف الالكترونية	ك	%
الأهرام	132	33
الأخبار	128	32
اليوم السابع	228	57
الجمهورية	44	11
المجموع	400	%100

جاءت صحيفة اليوم السابع في مقدمة المواقع الصحف الإلكترونية الأكثر تفضيلا لدي أفراد العينة بنسبة (57%)، ويليها جاءت الأهرام في الترتيب الثاني بنسبة 33%، وجاء "الأخبار" في الترتيب الثالث بنسبة 32%، ثم جاء في الترتيب الرابع "الجمهورية " بنسبة 11%.

جدول (14)

توزيع عينة دراسة وفقا لأكثر ما تقرؤه في مواقع الصحف الالكترونية

أكثر ما تقرأه	ك	%
قراءة العناوين فقط	48	12
قراءة العناوين والنصوص المهمة	36	9
قراءة أهم الأخبار	76	19
المشاركة في الرأي حول المعلومات والأخبار	92	23
استخدام خاصية البحث عن المعلومات	16	4
دخول المنتدى الخاص المصحوب بالموقع	12	3
قراءة الأخبار المصحوبة بالرسوم البيانية	120	30
المجموع	400	%100

تشير بيانات الجدول السابق إلي أن قراءة الأخبار المصحوبة بالرسوم البيانية جاءت في الترتيب الأول بنسبة 30% ويرجع ذلك إلي أن صحافة البيانات والرسوم المعلوماتية يتم عرضها بلغة سهلة وبسيطة في عرض الأفكار.

ويليها في المرتبة الثانية المشاركة في الرأي حول المعلومات والأخبار بنسبة 23%.

جدول(15)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمدي مساهمة الخدمات التفاعلية المتوفرة في الصحف الإلكترونية في زيادة تعرضك للصحف الإلكترونية

مدي مساهمة الخدمات التفاعلية	ك	%
نعم	348	87
لا	52	13
المجموع	400	%100

يلاحظ في الجدول السابق أن 87% من أفراد عينة الدراسة يشيرون إلي أن الخدمات التفاعلية قد أسهمت في زيادة التعرض لمواقع الصحف الالكترونية، بينما يري (13%) أن الخدمات التفاعلية المتوفرة لم تسهم في زيادة تعرضهم للصحف الالكترونية، ويعود ذلك إلي توفر خدمة الفيديو الذي يعمل علي نقل الحدث بشكل موثق وأكثر ثراء لتقديم خدمة إخبارية متميزة تجاوزت المادة النصية.

جدول (16)

توزيع عينة الدراسة وفقا لأسباب مساهمة الخدمات التفاعلية في زيادة تعرضك لنمط الصحف الالكترونية

أسباب مساهمة الخدمات التفاعلية	ك	%
تعرضي للخدمات التفاعلية زاد من إدراكي وفهمي للأخبار	220	55
قدمت لي الفرصة في المشاركة وحرية التعبير عن الرأي	96	24
وفرت المعلومات أكثر حول ما ينشر من أخبار وقضايا	84	21
المجموع	400	%100

يتبين من الجدول ومن خلال النسب المئوية الموضحة النتائج الآتية، فقد أشار (55%) من أفراد عينة الدراسة أن تعرضهم الخدمات التفاعلية تزيد من إدراكهم وفهمهم للأخبار، بينما أشار (24%) من أفراد العينة أن الخدمات التفاعلية لمواقع الصحف الالكترونية قدمت لهم الفرصة في المشاركة وحرية التعبير عن الرأي وتبادل الآراء مع الآخرين حول الأحداث والقضايا المطروحة، كما ذكر (21%) من أفراد العينة أنها وفرت لهم معلومات أكثر حول ما ينشر من قضايا وأخبار.

جدول (17)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمدي اهتمامك بمتابعة الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية

مدي الاهتمام	ك	%
نعم	208	59
إلي حد ما	148	37
لا	44	11
المجموع	400	%100

تشير بيانات الجدول السابق إلي اهتمام 52% من أفراد العينة بمتابعة الأخبار المصحوبة للرسوم المعلوماتية بينما اهتم 37% من أفراد العينة إلي حد ما بمتابعة الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية.

جدول(18)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمدي تمتع الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية بالمصداقية

المصداقية	ك	%
نعم	220	55
إلي حد ما	148	37
لا	32	8
المجموع	400	%100

تشير بيانات الجدول السابق إلي أن 55% من أفراد العينة يرون أن الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية تتمتع بالمصداقية، كما أشار (37%) من أفراد العينة إلي أن الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية تتمتع بالمصداقية إلي حد ما، كما أوضح (8%) من أفراد العينة أن الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية لا تتمتع بالمصداقية.

جدول (19)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمدي اعتمادك علي الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية

مدي الاعتماد	ك	%
درجة ضعيفة	132	33
درجة متوسطة	112	28
درجة كبيرة	156	39
المجموع	400	%100

يلاحظ في الجدول السابق أن 39% من أفراد العينة أنهم يعتمدون علي الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية بدرجة ضعيفة، كما أوضح (28%) من أفراد العينة أنهم يعتمدون علي الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية بدرجة متوسطة.

جدول (20)

توزيع عينة الدراسة وفقا لأسباب اعتمادك علي الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية

أسباب الاعتماد	ك	%
لأني أثق بها	80	20
لأني لا أتابع الأخبار بوسائل الإعلام التقليدية	52	13
لأنها تعتمد علي طريقة مبسطة في عرض الأخبار	268	67
المجموع	400	%100

تشير بيانات الجدول إلي أن أهم أسباب الاعتماد علي الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية أنها تعتمد علي طريقة مبسطة في عرض الأخبار بنسبة 67%، كما أشار 20% من أفراد العينة أنهم يثقون في الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية، كما أوضح 83% من أفراد العينة أنهم لا يتابعون الأخبار بوسائل الإعلام التقليدية.

جدول (21)

توزيع عينة الدراسة وفقا للإشباعات المتحققة من تعرضك للأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية

الإشباعات	دائما		أحيانا		لا		المجموع
	ك	%	ك	%	ك	%	400 %100
معرفية	224	56	132	33	44	11	
ترفيهية	156	36	204	51	40	10	
اختبار مربع كا							
المعنوية	Sig.= 0.001						

توجد فروق بين الإشباعات المعرفية والترفيهية بالنسبة لاستجابات المبحوثين لصالح الإشباعات المعرفية، و يرجع ذلك إلي أن 56%من أفراد العينة يتعرضون للأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية لأسباب معرفية بشكل دائم، بينما يتعرض 36%من أفراد العينة للأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية لأسباب ترفيهية بشكل دائم .

جدول (22)

توزيع عينة الدراسة وفقا لأنواع صحافة البيانات

أنواع الرسوم البيانية	ك	%
الرسوم البيانية الثابتة	84	21
الرسوم البيانية الثابتة والمتحركة	76	19
الخرائط	128	32
الرسوم البيانية المتحركة المتنوعة بالصورة أو الروابط نفسها	112	28
المجموع	400	%100

تشير بيانات الجدول السابق أن 32% من أفراد العينة يفضلون التعرض للخرائط، ثم يليها نسبة 28% من أفراد العينة يفضلون التعرض للرسوم البيانية المتحركة المتبوعة. بالصورة أو روابط معينة، ويليها أن 21% من أفراد العينة يفضلون التعرض للرسوم البيانية الثابتة،بينما يفضل 19% من أفراد العينة التعرض للرسوم البيانية الثابتة أو المتحركة .

جدول (23)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمدي مشاركتك للأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية

مدي مشاركتك للرسوم المعلوماتية	ك	%
نعم	128	32
إلي حد ما	192	48
لا	80	20
المجموع	400	%100

تشير بيانات الجدول السابق أن 48% من أفراد العينة يشاركون الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية أحيانا، كما أشار (32%) من أفراد العينة أنهم يشاركون الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية، كما أوضح 20% من أفراد العينة أنهم لا يشاركون الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية.

جدول (24)

توزيع عينة الدراسة وفقا لأهم السمات المميزة لصحافة البيانات من وجهة نظر المبحوثين

السمات المميزة	ك	%
الفورية و الحداثة	108	27
الموضوعية	56	14
الثقة	32	8
المصداقية	40	10
الإتاحة وسهولة الوصول	84	21
الانفرادية	20	5
توافر المعلومات الخلفية	108	27
المجموع	400	%100

تشير نتائج الجدول السابق إلي تنوع السمات المميزة لصحافة البيانات، حيث احتلت كل من الفورية وتوافر المعلومات الخلفية المركز الأول بنسبة مئوية (27%)، مما يعني أن صحافة البيانات حققت أكثر استفادة ممكنة من الميزة الخاصة بالفورية حيث تعرض تحديثات الأخبار، باستمرار يليها "الإتاحة وسهولة الوصول" في الترتيب الثاني بنسبة 21% ثم تلاها "الموضوعية بنسبة 14% ثم المصداقية بنسبة 15% وأخيرا جاءت الانفرادية بنسبة 5%.

جدول (25)

توزيع عينة الدراسة وفقا لأهم المضامين التي تتناولها الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية.

أهم المضامين	ك	%
سياسية	108	27
اقتصادية	76	19
اجتماعية	32	8
جغرافية	20	5
دينية	44	11
ثقافية	96	24
المجموع	400	%100

يتبين من الجدول السابق أن المضامين السياسية جاءت في الترتيب الأول، حيث يفضلها 27% من أفراد العينة، ويعود ذلك إلي ما شهده العالم العربي من أحداث وثورات، بينما جاءت المضامين الثقافية في الترتيب الثاني بنسبة 24% بينما جاءت

المضامين الاقتصادية في الترتيب الثالث بنسبة 19% ،ويرجع ذلك إلي الأحداث الاقتصادية من ارتفاع الأسعار وتعويم الجنيه وارتفاع سعر الدولار.

جدول (26)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمدي ثقتك بالأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية

درجة الثقة	ك	%
أثق بدرجة قوية	116	29
أثق بدرجة متوسطة	92	23
أثق بدرجة ضعيفة	192	48
المجموع	400	%100

تشير بيانات الجدول السابق إلي أن 48% من أفراد العينة يثقون بدرجة ضعيفة بالأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية، بينما أشار (29%) من أفراد العينة أنهم يثقون بدرجة قوية في الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية، بينما أجاب 23% أنهم يثقون بدرجة متوسطة بالأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية.

جدول (27)

توزيع عينة الدراسة وفقا لاتجاهات نحو ثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية

الاتجاهات	أوافق		أوافق إلي حد ما		لا أوافق		الوزن بالنسبة
	ك	%	ك	%	ك	%	
تتمتع صحافة البيانات بالآنية والتحديث الفوري	152	38	196	49	52	13	75
تتمتع صحافة البيانات بالتفاعلية	88	22	224	56	88	22	66.6
تعتمد صحافة البيانات علي لغة بسيطة وسهلة في عرض الأفكار	44	11	268	67	88	22	63
تمتع صحافة البيانات علي مواقع الصحف الإلكترونية بتوفير الأرشيف الإلكتروني إلي رسومات بعد فترة زمنية	84	21	116	29	200	50	57
قدرة صحافة البيانات علي الوفاء بالاحتياجات الفردية ونقل المعلومات البيانية	236	59	120	30	44	11	82.6
استخدام الوسائط التفاعلية المصاحبة لصحافة البيانات بالصوت والرسوم والأدوات والموسيقي	272	68	84	21	44	11	85.6
وجود روابط بناء داخلي واعتمادها علي روابط نشطة تقدم معلومات مهمة	196	49	160	40	44	11	7903

أشارت إجابات المبحوثين أمام كل عبارة من عبارات مقياس اتجاهات الجمهور نحو ثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية إلي أن أعلي وزن مرجح بنسبة 85.6% كانت هي الأكثر تأثيرا في اتجاهات الجمهور نحو استخدام الوسائط

التفاعلية المصاحبة لصحافة البيانات "قدرة صحافة البيانات علي الوفاء بالاحتياجات الفردية ونقل المعلومات البيانية بوزن نسبي "(82.6%)، يليها وجود روابط بناء داخلي، واعتمادها علي تقدم معلومات مهمة بوزن نسبي (79.2%).

يليها "تمتع صحافة البيانات بالآنية والتحديث الفوري بوزن مرجح (75%)، ثم تمتع صحافة البيانات بالتفاعلية بوزن نسبي (66.6%) ،ويليها "تعتمد صحافة البيانات علي لغة سهلة وبسيطة وعرض الأفكار بوزن نسبي 63%، وأيضا تتمتع صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية بتوفير أرشيف الكتروني للرسومات بعد مرور فترة زمنية.

جدول (28)

توزيع عينة الدراسة وفقا لتقييم الجمهور نحو ثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية

التقييم	أوافق		أوافق إلي حد ما		لا أوافق		الوزن بالنسبة
	ك	%	ك	%	ك	%	
صحافة البيانات تضفي علي الخبر أهمية	192	48	164	41	44	11	79
تضيف صحافة البيانات معلومات بصرية غير واردة بالخبر	124	31	224	56	52	13	72.9
تزيد صحافة البيانات من مصداقية الخبر	116	29	132	33	152	38	63.6
تساعد صحافة البيانات عملية قراءة الخبر	152	38	164	41	84	21	72.3
تسهل صحافة البيانات عملية قراءة الخبر	204	51	184	46	12	3	82.6
يحول صحافة البيانات إلي معلومات في صورة رقمية قابلة للوصف والمقارنة	128	21	156	39	116	29	67.7
تنظيم صحافة البيانات المعلومات ويجعلها أكثر قابلية للانتباه والتذكر	84	21	228	57	88	22	66.3
تترجم المعاني والدلالات في صورة أرقام وجداول إحصائية تسهل علمية الاتصال	268	67	96	24	36	9	86

أشارت إجابات أفراد العينة أمام كل عبارة من عبارات مقياس تقييم المبحوثين لقراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية إلي أن أعلي وزن نسبي (86%) كانت هي الأكثر تأثيرا في تقييم الجمهور وهي "تترجم المعاني والدلالات في صورة جداول إحصائية تسهل عملية الاتصال، ويليها "تسهل صحافة البيانات عملية قراءة الخبر بوزن نسبي "82.6%" وهي نسبة طبيعية فبعد تحويل النصوص إلي أرقام وإحصائيات فلابد أن تكون النتيجة الطبيعية هي سهولة قراءة الخبر، ثم يليها تضفي صحافة البيانات معلومات بصرية غير واردة بالخبر " بوزن نسبي 79%، تم تساوي كل من تضيف صحافة البيانات إلي معلومات في صورة رقمية قابلية للوصف والمقارنة "بوزن نسبي 67.7% ثم يليها تنظيم صحافة البيانات المعلومات وتجعلها أكثر قابلية للانتباه والتذكر "بوزن نسبي (66.3%) وأخيرا جاءت "تزيد صحافة البيانات من مصداقية الخبر" بوزن نسبي 63.3%.

فروض الدراسة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أولويات أوجه الثراء لصحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية لدي المبحوثين حسب متغيراتهم الديموجرافية

جدول (29)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقا للنوع واتجاهاتهم نحو عبارات أوجه الثراء

النوع / أوجه الثراء		ذكور		إناث		المجموع		كا2	مستوي المعنوية
		ك	%	ك	%	ك	%		
تتمتع صحافة البيانات بالآنية والتحديث الفوري	موافق	36	14.4	16	10.7	52	13	0.479	غير دالة 0.061
	إلي حد ما	118	47.2	78	52	196	49		
	غير موافق	96	38.4	56	37.3	152	38		
تتمتع صحافة البيانات بالتفاعلية	موافق	60	24	28	18.7	88	22	0.310	0.76
	إلي حد ما	133	23.2	91	60.7	224	56		
	غير موافق	57	22.8	1	20.7	88	22		
تعتمد صحافة البيانات علي لغة سهلة بسيطة	موافق	60	24	28	18.7	88	22	0.459	0.062
	إلي حد ما	163	65.2	105	70	268	67		
	غير موافق	27	10.8	17	11.3	44	11		
تتمتع صحافة البيانات بتوفير الأرشيف الالكتروني	موافق	131	52.8	69	46	200	50	0.154	0.097
	إلي حد ما	64	25.6	52	34.7	116	29		
	غير موافق	55	22	29	19.3	84	21		
قدرة صحافة البيانات علي الوفاء بالاحتياجات الفردية	موافق	30	12	140	9.3	44	11	0.573	0.053
	إلي حد ما	77	30.8	43	28.7	120	30		
	غير موافق	143	57.2	93	62	236	59		
استخدام الوسائط الفردية	موافق	30	12	14	9.3	44	11	0.615	0.097
	الي حد ما	54	21.6	30	20	84	21		
	غير موافق	166	66.4	106	70.7	272	68		
وجود روابط بناء داخلي	موافق	30	12	14	9.3	44	11	0.287	0.053
	إلي حد ما	105	42	55	36.7	160	40		
	غير موافق	115	46	81	54	169	49		

لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير النوع وبين اتجاهات المبحوثين نحو أولويات أوجه ثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية وهذه العبارات هي علي التوالي "تتمتع صحافة البيانات بالآنية والتحديث الفوري" "تمتع صحافة البيانات بالتفاعلية " "تمتع صحافة البيانات علي لغة سهلة وبسيطة " "قدرة صحافة البيانات علي الوفاء بالاحتياجات الفردية" وجود روابط بناء داخلي" حيث بلغ مستوي المعنوية لهذه العبارات علي التوالي كالآتي "(0.061) (0.076) (0.76) (0.062) (0.097) (0.053) (0.079).

بينما توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير النوع وبين اتجاهات المبحوثين نحو عبارة استخدام الوسائط التفاعلية المصاحبة "لصالح الذكور" حيث بلغت مستوي المعنوية. 0.49.

جدول (30)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقا للوظيفة واتجاهاتهم نحو عبارات أوجه الثراء

أوجه الثراء		طالب		موظف		مهنة حرفية		مهنة علمية		لا يعمل		كا2	نسبة المعنوية
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
تتمتع صحافة البيانات بالآنية والتحديث الفوري	موافق	8	11.3	16	11.8	10	14.7	13	16.3	5	11.1	0.969	0.044
	إلي حد ما	35	49.3	64	47.1	34	50	40	50	23	51		
	غير موافق	28	39.4	56	41.2	24	35.3	27	33.8	17	37.8		
يتمتع صحافة البيانات بالتفاعلية	موافق	18	25.4	28	20.6	14	20.3	19	23.8	9	20	0.983	0.015
	إلي حد ما	37	52.1	78	57.4	39	57.4	46	57.5	24	53.3		
	غير موافق	16	22.5	30	22.1	15	22.1	15	18.8	12	26.7		
يعتمد صحافة البيانات علي لغة سهلة بسيطة	موافق	18	25.4	28	20.6	14	20.6	19	23.8	9	20	0.523	0.016
	إلي حد ما	42	59.2	97	71.3	46	67.7	55	68.8	28	62.2		
	غير موافق	11	15.5	11	8.1	8	11.8	6	7.5	8	17.8		
تتمتع صحافة البيانات بتوفير الأرشيف الإلكتروني	موافق	35	49.3	66	48.5	37	54.4	37	463	25	55.6	0.577	0.029
	إلي حد ما	20	28.2	43	31.6	16	23.5	29	36.3	8	17.8		
	غير موافق	16	22.5	13	19.9	15	22.1	14	17.5	12	26.7		
قدرة صحافة البيانات علي الوفاء بالاحتياجات الفردية	موافق	7	9.9	27	9.6	9	3.2	10	12.5	5	11.1	0.879	0.040
	إلي حد ما	23	34.4	36	26.5	23	33.8	22	60	16	35.6		
	غير موافق	41	57.7	87	64	36	52.9	48	60	24	53.3		
استخدام الوسائط التفاعلية المصاحبة	موافق	7	9.9	13	9.6	9	13.2	10	12.5	5	11.1	0.713	0.063
	إلي حد ما	20	28.2	25	18.4	17	25	14	17.5	8	17.8		
	غير موافق	44	62	98	72.1	42	61.8	56	70	32	71.1		
وجود روابط بناء داخلي	موافق	7	9.9	13	9.6	9	13.2	10	12.5	5	11.1	.0 989	0.063
	إلي حد ما	28	39.4	54	18.4	28	41.2	30	37.5	20	44.4		
	غير موافق	36	50.7	69	72.1	31	45.6	40	50	20	44.4		

- توجد فروق دالة إحصائيا بين متغير الوظيفة وبين اتجاهات المبحوثين نحو أولويات أوجه ثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية وهذه العبارات هي علي التوالي
- تمتع صحافة البيانات بالآنية والتحديث الفوري
- تعتمد صحافة البيانات علي لغة سهلة وبسيطة
- قدرة صحافة البيانات علي الوفاء بالاحتياجات الفردية
- وجود روابط بناء داخلي

حيث بلغت مستوي المعنوية لهذه العبارات علي التوالي كالآتي:
(0.044) (0.015) (0.016) (0.029) (0.040) (0.038)
- بينما لا توجد فروق دالة إحصائيا بين متغير الوظيفة وبين اتجاهات المبحوثين نحو استخدام الوسائط التفاعلية المصاحبة، حيث بلغت مستوي المعنوية (0.063)، وهي نسبة غير دالة إحصائية.

جدول (31)

توزيع إجابات عينة الدراسة وفقا لمستوي التعليم واتجاهاتهم نحو عبارات أوجه الثراء

النوع / أوجه الثراء		مؤهل متوسط		مؤهل جامعي		دراسات عليا		كا2	مستوي المعنوية
		ك	%	ك	%	ك	%		
تتمتع صحافة البيانات بالآنية والتحديث الفوري	موافق	5	10.9	32	11.9	15	17.9	0.365	0.072
	إلي حد ما	27	58.7	129	47.8	40	47.6		
	غير موافق	14	30.4	109	40.4	29	34.5		
تتمتع صحافة البيانات بالتفاعلية	موافق	8	17.4	58	214	22	26.2	0.683	0.061
	إلي حد ما	29	63	149	55.2	46	54.8		
	غير موافق	9	19.6	63	23.3	16	19		
تعتمد صحافة البيانات علي لغة سهلة بسيطة	موافق	8	17.4	58	21.5	22	26.2	0.587	0.070
	إلي حد ما	33	71.7	179	66.3	56	66.7		
	غير موافق	5	10.9	33	12.2	6	7.1		
تتمتع صحافة البيانات بتوفير الأرشيف الإلكتروني	موافق	27	58.7	128	47.4	45	53.3	0.599	0.020
	إلي حد ما	10	21.7	83	30.7	23	17.4		
	غير موافق	9	19.6	59	21.9	16	19		
قدرة صحافة البيانات علي الوفاء بالاحتياجات الفردية	موافق	4	8.7	27	10	13	15	0.475	0.080
	إلي حد ما	14	30.4	78	28.9	28	33.3		
	غير موافق	28	60.9	165	61.1	43	51.2		
استخدام الوسائط التفاعلية المصاحبة	موافق	4	8.7	27	10	13	15.5	0.662	0.070
	إلي حد ما	10	21.7	56	20.7	18	21.4		
	غير موافق	32	69.6	187	69.3	53	63.1		

لا توجد فروق دالة إحصائية بين متغير مستوي التعليم وبين اتجاهات المبحوثين نحو أولويات أوجه ثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية، وهذه العبارات هي علي التوالي:

- تمتع صحافة البيانات بالآنية والتحديث الفوري
- تمتع صحافة البيانات بالتفاعلية

- تعتمد صحافة البيانات علي لغة سهلة وبسيطة
- قدرة صحافة البيانات علي الوفاء بالاحتياجات الفردية
- وجود روابط بناء داخلي

حيث بلغت مستوي المعنوية لهذه العبارات علي التوالي كالآتي:

(0.072) (0.061) (0.070) (0.080) (0.070)

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائيا بين متغير المستوي التعليمي وبين اتجاهات المبحوثين نحو "قدرة صحافة البيانات علي الوفاء بالاحتياجات الفردية حيث بلغت نسبة المعنوية (0.020).

جدول (32)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير المستوي الاقتصادي واتجاهاتهم نحو عبارات أوجه الثراء

النوع / أوجه الثراء		مستوي متوسط		مستوي مرتفع		كا2	مستوي المعنوية
		ك	%	ك	%		
تتمتع صحافة البيانات بالآنية والتحديث الفوري	موافق	20	13.9	32	12.5	0.848	0.029
	إلي حد ما	68	47.2	128	50		
	غير موافق	56	38.9	96	37.5		
تتمتع صحافة البيانات بالتفاعلية	موافق	33	22.9	55	21.9	0.0931	0.019
	إلي حد ما	79	54.9	145	56.6		
	غير موافق	32	22.9	56	21.9		
تعتمد صحافة البيانات علي لغة سهلة بسيطة	موافق	33	67.4	55	21.5	0.809	0.033
	إلي حد ما	97	9.7	171	66.8		
	غير موافق	14	50.7	30	11.7		
تتمتع صحافة البيانات بتوفير الأرشيف الإلكتروني	موافق	73	27.8	127	49.6	0.920	0.043
	إلي حد ما	40	21.5	76	29.7		
	غير موافق	31	10.4	53	20.7		
قدرة صحافة البيانات علي الوفاء بالاحتياجات الفردية	موافق	15	32.6	29	11.3	0.0686	0.020
	إلي حد ما	47	56.9	73	28.5		
	غير موافق	82	10.4	154	60.2		
استخدام الوسائط التفاعلية المصاحبة	موافق	15	25	29	11.3	0.338	0.074
	إلي حد ما	36	64.6	48	18.8		
	غير موافق	93	64.6	179	69.9		
وجود روابط بناء داخلي	موافق	15	10.4	29	11.3	0.869	0.026
	إلي حد ما	60	41.7	100	39.1		
	غير موافق	69	47.9	127	49.6		

- توجد فروق دالة إحصائيا بين متغير المستوي الاقتصادي واتجاهات المبحوثين نحو أولويات أوجه ثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية وهذه العبارات بالترتيب كالآتي:
- تمتع صحافة البيانات بالآنية والتحديث الفوري
- تمتع صحافة البيانات بالتفاعلية

- اعتماد صحافة البيانات علي لغة سهلة وبسيطة
- قدرة صحافة البيانات علي الوفاء بالاحتياجات الفردية
- وجود روابط بناء داخلي

حيث بلغت مستوي المعنوية لهذه العبارات علي التوالي كالآتي:

(0.029) (0.019) (0.033) (0.020) (0.43) (0.026)

وهي نسب دالة إحصائيا لا توجد فروق دالة إحصائيا بين متغير المستوي الاقتصادي وبين اتجاهات المبحوثين نحو أولويات أوجه ثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية، وهذه العبارة هي "استخدام الوسائط التفاعلية المصاحبة".

- ثبت صحة الفرض جزئيا بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أولويات أوجه الثراء لصحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية لدي المبحوثين حسب متغيراتهم الديموجرافية

الفرض الثاني :

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين للصحف الالكترونية أولويات أوجه الثراء الإعلامي لصحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية .

جدول 33

	أولويات أوجه الثراء الإعلامي	معامل الارتباط	مستوي المعنوية
معدل تعرض المبحوثين للصحف الالكترونية	تتمتع صحافة البيانات بالآنية والتحديث الفوري	0.064	0.204
	تتمتع صحافة البيانات بالتفاعلية	0.056	0.266
	تعتمد صحافة البيانات علي لغة بسيطة وسهلة في عرض الأفكار	0.039	0.437
	تعتمد صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية بتوفير الأرشيف الإلكتروني إلي رسومات بعد فترة زمنية	0.160	0.756
	قدرة صحافة البيانات علي الوفاء بالاحتياجات الفردية ونقل المعلومات البيانية	0.078	0.159
	استخدام الوسائط التفاعلية المصاحبة لصحافة البيانات بالصوت والرسوم والأدوات والموسيقي	0.088	0.079
	وجود روابط بناء داخلي واعتمادها علي روابط نشطة تقدم معلومات مهمة	0.057	0.252

لا توجد علاقة ارتباطية بين معدل تعرض المبحوثين للصحف الالكترونية وبين تمتع صحافة البيانات بالآنية والتحديث الفوري، حيث بلغت نسبة المعنوية 0.064 وهي نسبة غير دالة إحصائية.

توجد علاقة ارتباطية بين معدل تعرض المبحوثين للصحف الالكترونية، وبين تمتع صحافة البيانات بالتفاعلية، حيث بلغت مستوي المعنوية (0.05)، وهي نسبة دالة إحصائية .

توجد علاقة ارتباطية بين معدل تعرض المبحوثين للصحف الالكترونية وبين اعتماد صحافة البيانات علي لغة سهولة وبسيطة، حيث بلغ مستوي المعنوية (0.039) وهي نسبة دالة إحصائيا

لا توجد علاقة ارتباطية بين معدل تعرض المبحوثين للصحف الالكترونية وبين تمتع صحافة البيانات بتوفير الأرشيف الالكتروني حيث بلغ مستوي المعنوية (0.016)

لا توجد علاقة ارتباطية بين معدل تعرض المبحوثين للصحف الالكترونية وبين قدرة صحافة البيانات علي الوفاء بالاحتياجات الفردية، حيث بلغ مستوي المعنوية (0.071)

لا توجد علاقة ارتباطية بين معدل تعرض المبحوثين للصحف الالكترونية وبين "استخدام الوسائط التفاعلية المصاحبة حيث بلغ مستوي المعنوية (0.088)

ثبت صحة الفرض جزئيا بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين للصحف الالكترونية وأولويات أوجه الثراء الإعلامي لصحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية .

الفرض الثالث :-

توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية والإشباعات المتحققة منها.

جدول (34)

الاتجاهات	الإشباعات	معامل الارتباط	مستوي المعنوي
صحافة البيانات تضفي علي الخبر أهمية	معرفية	0.548	0.03
	ترفيهية	0.983	0.01
تصنيف صحافة البيانات معلومات بصرية غير واردة للخبر	معرفية	0.906	0.006
	ترفيهية	0.871	0.008
تزيد صحافة البيانات من مصداقية الخبر	معرفية	0.586	0.054
	ترفيهية	0.484	0.035
تساعد صحافة البيانات علي توقع الخبر	معرفية	0.482	0.035
	ترفيهية	0.420	0.04
تسهل صحافة البيانات عملية قراءة الخبر	معرفية	0.898	0.006
	ترفيهية	0.682	0.021
تحول صحافة البيانات المعلومات إلي صورة رقمية قابلة للوصف	معرفية	0.358	0.046
	ترفيهية	0.913	0.006
تنظيم صحافة البيانات المعلومات وتجعلها أكثر قابلية للانتباه والتذكر	معرفية	0.806	0.012
	ترفيهية	0.711	0.019
تزيد المعاني والدلالات في صورة أرقام وجداول إحصائية	معرفية	0.397	0.042
	ترفيهية	0.342	0.048

باستخدام معامل ارتباط بيرسون، ثبت وجود علاقة دالة إحصائيا بين "تضفي صحافة البيانات علي الخبر أهمية " وبين الإشباعات المعرفية والترفيهية المتحققة من التعرض لصحافة البيانات، حيث بلغت قيم مستوي المعنوية (0.03) (0.01) ،كما توجد علاقة دالة إحصائيا بين اتجاهات المبحوثين نحو"تصنيف صحافة البيانات معلومات بصرية غير واردة بالخبر، والإشباعات المعرفية والترفيهية المتحققة من التعرض لصحافة البيانات ،وبلغت قيم مستوي المعنوية (0.006) (0.008).

ثبت أيضا وجود علاقة دالة إحصائيا بين اتجاهات المبحوثين نحو تزيد صحافة البيانات من مصداقية الخبر، و الإشباعات المعرفية والترفيهية المتحققة من التعرض لصحافة البيانات وبلغت قيم مستوي المعنوية (0.054) (0.04).

كما ثبت أيضا وجود علاقة دالة إحصائيا بين اتجاهات المبحوثين نحو"تساعد صحافة البيانات علي توقع الخبر" والإشباعات المعرفية والترفيهية المتحققة من التعرض لصحافة البيانات، وبلغت قيم مستوي المعنوية (0.35) (0.04) .

توجد علاقة دالة إحصائيا بين اتجاهات المبحوثين نحو "تسهل صحافة البيانات عملية قراءة الخبر" وبين الإشباعات المتحققة من التعرض لصحافة البيانات وبلغت قيم مستوي المعنوية (0.06) (0.021).

توجد علاقة دالة إحصائيا بين اتجاهات المبحوثين نحو "تحول صحافة البيانات والمعلومات إلي ضرورة أهمية قابلة للوصف "وبين الإشباعات المتحققة من دالة مصدر الصحافة البيانات (المعرفية، الترفيهية) وبلغت قيم مستوي المعنوية (0.046) و (0.006) .

توجد علاقة دالة إحصائيا بين اتجاهات المبحوثين نحو "تزيد صحافة البيانات المعلوماتية وتجعلها أكثر قابلية للانتباه والتذكر وبين الإشباعات المعرفية والترفيهية المتحققة من التعرض لصحافة البيانات وبلغت قيم مستوي المعنوية (0.12) (0.019).

توجد علاقة دالة إحصائيا بين اتجاهات المبحوثين نحو" تترجم المعاني والدلالات في صورة أرقام وجداول إحصائية وبين الإشباعات المعرفية والترفيهية المتحققة من التعرض لصحافة البيانات وبلغت قيم مستوي المعنوية (0.042) (0.048).

ثبت صحة الفرض بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية والإشباعات المتحققة منها .

الفرض الرابع :-

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقييم المبحوثين لثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية كأداة اتصالية وبين معدل اعتمادهم عليها كأحد مصادر المعلومات والأخبار.

جدول (35)

	أولويات أوجه الثراء الإعلامي	معامل الارتباط	مستوي المعنوية
معدل اعتماد أفراد العينة علي الرسوم المعلوماتية	تتمتع الإنفوجرافيك بالآنية والتحديث الفوري	0.201	0.064
	تتمتع الإنفوجرافيك بالتفاعلية	0.424	0.040
	يعتمد الإنفوجرافيك علي لغة بسيطة وسهلة في عرض الأفكار	0.179	0.067
	تمتع الإنفوجرافيك علي مواقع الصحف الالكترونية بتوفير الأرشيف الإلكتروني	0.167	0.069
	قدرة الإنفوجرافيك علي الوفاء بالاحتياجات الفردية	0.281	0.054
	استخدام الوسائط التفاعلية المصاحبة الإنفوجرافيك بالصوت والرسوم والأدوات والموسيقي	0.535	0.031
	وجود روابط بناء داخلي واعتمادها علي روابط نشطة	0.113	0.079

استخدام معامل ارتباط بيرسون لقياس دلالة العلاقة بين تقييم المبحوثين لثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية كأداة اتصالية وبين معدل اعتمادهم عليها كأحد مصادر المعلومات و الأخبار، ثبت أنه لا توجد علاقة بين معدل اعتماد المبحوثين علي الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية وبين تمتع الإنفوجرافيك بالآنية والتحديث الفوري حيث بلغت نسبة مستوي المعنوية (0.064).

توجد علاقة دالة إحصائيا بين معدل اعتماد المبحوثين علي الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية وبين تمتع صحافة البيانات بالتفاعلية، حيث بلغت مستوي المعنوية (0.4) وهي نسبة دالة إحصائية.

لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين معدل اعتماد المبحوثين علي الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية وبين اعتماد صحافة البيانات علي لغة سهلة وبسيطة وعرض الأفكار، حيث بلغت مستوي المعنوية (0.067).

لا توجد علاقة دالة إحصائية بين معدل اعتماد المبحوثين علي الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية وبين تمتع صحافة البيانات بتوفير الأرشيف الالكتروني، حيث بلغت مستوي المعنوية (0.069).

توجد علاقة دالة إحصائيا بين معدل اعتماد المبحوثين علي الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية وبين قدرة صحافة البيانات علي الوفاء بالاحتياجات الفردية، حيث بلغت نسبة مستوي المعنوية (0.054).

توجد علاقة دالة إحصائيا بين معدل اعتماد المبحوثين علي الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية وبين استخدام الوسائط التفاعلية المصاحبة بالرسوم المعلوماتية كالصوت والرسوم الأدوات الموسيقي، حيث بلغت مستوي المعنوية (0.039).

توجد علاقة دالة إحصائيا بين معدل اعتماد المبحوثين علي الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية وبين وجود روابط بناء داخلي واعتمادها علي روابط نشطة حيث بلغت مستوي المعنوية (0.079) وهي غير دالة إحصائية.

ثبت صحة الفرض بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقييم المبحوثين لثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية كأداة اتصالية وبين معدل اعتمادهم عليها كأحد مصادر المعلومات و الأخبار .

الفرض الخامس:-

توجد علاقة ارتباطيه بين درجة تقييم المبحوثين لثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية ومدي ثقتهم في صحافة البيانات

جدول (36)

	أولويات أوجه الثراء الإعلامي	معامل الارتباط	مستوي المعنوية
مدي ثقة أفراد عينة الدراسة بالأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية	تتمتع صحافة البيانات بالآنية والتحديث الفوري	0.815	0.000
	تتمتع صحافة البيانات بالتفاعلية	0.775	0.000
	تعتمد صحافة البيانات علي لغة بسيطة وسهلة في عرض الأفكار	0.640	0.000
	تمتع صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية بتوفير الأرشيف الالكتروني إلي رسومات بعد فترة زمنية	0.940	0.000
	قدرة صحافة البيانات علي الوفاء بالاحتياجات الفردية ونقل المعلومات البيانية	0.714	0.000
	استخدام الوسائط التفاعلية المصاحبة لصحافة البيانات بالصوت والرسوم والأدوات والموسيقي	0.593	0.000
	وجود روابط بناء داخلي واعتمادها علي روابط نشطة تقدم معلومات مهمة	0.871	0.000

باستخدام معامل ارتباط بيرسون وبين درجة تقييم المبحوثين لثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية ومدي ثقتهم في صحافة البيانات، ثبت وجود علاقة دالة إحصائيا بين عبارات تقييم المبحوثين لثراء صحافة البيانات وهذه العبارات كالأتي: تتمتع صحافة البيانات بالآنية والتحديث الفوري".

"تمتع صحافة البيانات بالتفاعلية
"تعتمد صحافة البيانات علي لغة سهلة وبسيطة في عرض الأفكار"
"تتمتع صحافة البيانات بتوفير الأرشيف الإلكتروني".
"قدرة صحافة البيانات علي الوفاء بالاحتياجات الفردية "

"استخدام الوسائط التفاعلية المصاحبة للرسوم المعلوماتية كالصوت والرسوم".

"وجود روابط بناء داخلي واعتمادها علي روابط نشطة".

"وبين مدي ثقتهم المبحوثين في صحافة البيانات، حيث بلغت مستوي معنويتهم (0.000) وهي نسب دالة إحصائيا.

ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطيه بين درجة تقييم المبحوثين لثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية، ومدي ثقتهم في صحافة البيانات

الفرض السادس:-

توجد علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين علي صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية والإشباعات المتحققة منها.

جدول (37)

الإشباعات	درجة اعتماد المبحوثين علي صحافة البيانات	
	كا2	مستوي المعنوية
معرفية	0.105	0.031
ترفيهية	0.53	0.036

باستخدام معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباطيه بين درجة اعتماد المبحوثين علي صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية وبين الإشباعات المعرفية والترفيهية المتحققة حيث بلغت قيم مستوي المعنوية (0.031) (0.036) وهي قيم دالة إحصائية لصالح الإشباعات المعرفية

ثبت صحة الفرض بوجود علاقة ارتباطيه بين درجة تقييم المبحوثين لثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية والإشباعات المتحققة منها.

النتائج العامة للدراسة :

يتضح في ضوء النتائج السابقة للدراسة أن أكثر من 90% من أفراد العينة يتعرضون لمواقع الصحف الالكترونية، ووضح المبحوثون أفراد العينة أن أهم أسباب تعرضهم لمواقع الصحف الالكترونية هي أنها تمدهم بالمعلومات و الأخبار بشكل فوري وسريع، كما أنها توفر لهم كل ما يحتاجونه من موضوعات متنوعة سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو رياضية أو اجتماعية أو دينية، كما ذكروا أيضا أنها توفر لهم الوقت والمال، كما أنها تقدم لهم الأخبار بطرق متنوعة مصحوبة بالصوت والفيديو والمشاهد الحيوية، إلي جانب أن أسباب عدم تفضيل 11% من أفراد العينة لمواقع الصحف الالكترونية هي أنهم يفضلون مشاهدة الأخبار علي القنوات التليفزيونية، كما ذكر بعضهم أنهم لا يثقون في هذا النوع من الصحف و أنهم يفضلون التعرض للصحف المطبوعة، كما أوضحوا أنهم يفضلون التعرض للأخبار من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلي ضعف القدرات المهنية للعاملين بالصحف الالكترونية

ويدعم هذا التفسير ما توصلت إليه دراسة إيمان بهجت أحمد شامية[37] التي تم تطبيقها علي عينة من الصفوة الإعلامية من مستخدمي الإنترنت و توصلت الدراسة إلي أن الغالبية العظمي من أفراد العينة يتعرضون لمواقع الصحف الالكترونية، كما ذكر أفراد العينة أسباب تعرضهم لمواقع الصحف الالكترونية، كما ذكر البعض أيضا أسباب عدم تعرضهم لمواقع الصحف الالكترونية .

- كما أوضحت الدراسة أن اليوم السابع جاء في مقدمة مواقع الصحف الالكترونية الأكثر تفضيلا لدي أفراد العينة، ويليها الأهرام، ثم جاءت الأخبار في الترتيب الثالث، وأخيرا جاءت الجمهورية في الترتيب الرابع

و يدعم هذا التفسير ما جاء في دراسة ماجدة محمود أحمد عبد العال [38] التي تم تطبيقها علي القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية المصرية الخاصة و الحكومية، وتوصلت الدراسة إلي أن اليوم السابع من أهم ثلاثة مواقع يعتمد عليها القائم بالاتصال في الحصول علي المواد الإخبارية

- جاءت قراءة الأخبار المصحوبة بالرسوم البيانية والمعلوماتية في الترتيب الأول وفقا لأكثر ما يقرؤه أفراد العينة في مواقع الصحف الالكترونية، و يليها المشاركة في الرأي حول المعلومات والأخبار، ثم جاءت قراءة أهم الأخبار، ثم قراءة العناوين فقط

و تختلف هذه النتيجة مع دراسة معين صالح يحي الميتمي[39] التي تم تطبيقها علي الطلبة العرب الدارسين في الجامعات المصرية، حيث توصلت إلي أن قراءة العناوين والنصوص المهمة هي أهم عادات التصفح، بينما جاء استخدام الخدمات التفاعلية في الترتيب الأخير

- أكثر من ثلاثة أرباع أفراد العينة أجابوا بأن الخدمات التفاعلية أسهمت في زيادة تعرضهم للصحف الالكترونية، ومن أهم أسباب مساهمة الخدمات التفاعلية في زيادة تعرض أفراد العينة لمواقع الصحف الالكترونية، وهي أن تعرضهم للخدمات التفاعلية زادت من إدراكهم و فهمهم للأخبار، ثم قدمت لهم الفرصة في المشاركة، ثم وفرت لهم معلومات أكثر حول ما ينشر من أخبار و قضايا .

- أشار 67% من أفراد العينة إلي أنهم يعتمدون علي الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية، و من أهم أسباب اعتمادهم علي هذه النوعية من الأخبار أنها تعرض الأخبار بطريقة سهلة و مبسطة، كما أن بعضهم لا يفضل متابعة الأخبار بالوسائل التقليدية .

- كما أوضحت الدراسة أن أفراد العينة يفضلون التعرض للخرائط كأفضل أنواع صحافة البيانات، ثم يليها الرسومات البيانية المتحركة، ثم الرسومات البيانية الثابتة

و يدعم هذا التفسير دراسة Patrick .F. Meral[40] حيث أشارت نتائج هذه الدراسة أنه علي الرغم من أن الرسوم الديناميكية تم تقييمها سلبا، و أن تذكر الرسوم الديناميكية كان للأفراد الأقل كفاءة، في حين أنه كان هناك تذكر أفضل للصور الثابتة

علي الذاكرة و الانتباه من الرسومات التي تنتقص من الذاكرة، و الانتباه إلي نص القصة و العكس بالعكس .

- كما أشارت دراسة Angela Lacto[41] إلي أنه علي الرغم من أن الرسوم البيانية التفاعلية تعد أكثر تعقيدا، و لكن إجراء التجربة عليهم كانت أفضل.

- أوضحت الدراسة أن أهم السمات المميزة لصحافة البيانات من وجهة نظر أفراد العينة هي أن كلا من (الفورية – الحداثة) و (توافر المعلومات الخلفية) احتلت الترتيب الأول، ثم يليها الإتاحة و سهولة المعلومات، ثم الموضوعية، ثم المصداقية

جاءت المضامين السياسية في الترتيب الأول لأهم المضامين التي تناولتها الأخبار المصحوبة بالرسوم المعلوماتية ،ثم يليها المضامين الاقتصادية، ثم المضامين الثقافية.

– من أهم اتجاهات المبحوثين نحو ثراء صحافة البيانات علي مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في الترتيب الأول هي "باستخدام الوسائط التفاعلية المصاحبة لصحافة البيانات كالصوت و الرسوم و الأدوات و الموسيقي، ثم " قدرة صحافة البيانات علي الوفاء بالاحتياجات الفردية ونقل المعلومات البيانية، ثم وجود روابط بناء داخلي، واعتمادها علي روابط نشطة تقدم معلومات مهمة، ثم تتمتع صحافة البيانات بالآنية و التحديث الفوري "

– و جاءت إجابات المبحوثين نحو تقييم الجمهور نحو صحافة البيانات علي مواقع الصحف الإلكترونية ،هي كالتالي " تترجم المعاني و الدلالات في صورة أرقام وجداول إحصائية تسهل عملية الاتصال، ثم "تسهل صحافة البيانات عملية قراءة الخبر "، تضفي صحافة البيانات علي الخبر أهمية " ،ثم تضيف صحافة البيانات معلومات بصرية غير واردة بالخبر" ، ثم تساعد صحافة البيانات علي توقع الخبر "

– قبول الفرض الأول جزئيا بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أولويات أوجه ثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية لدي المبحوثين حسب متغيراتهم الديموجرافية

– قبول الفرض الثاني جزئيا بوجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين للصحف الالكترونية و أولويات أوجه الثراء الإعلامي لصحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية

– قبول الفرض الثالث بوجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية

– قبول الفرض الرابع جزئيا بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقييم المبحوثين لثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية كأداة اتصالية وبين اعتمادهم عليها كأحد مصادر المعلومات و الأخبار.

- قبول الفرض الخامس ،حيث توجد علاقة ارتباطية بين درجة تقييم المبحوثين لثراء صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية، ومدي ثقتهم في صحافة البيانات

- قبول الفرض السادس بوجود علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين علي صحافة البيانات علي مواقع الصحف الالكترونية والإشباعات المتحققة منها .

هوامش الدراسة :

1 - نها السيد عبد المعطي، **صحافة المواطن، نحو نمط اتصالي جديد** ، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة، 2015، ص 126

2 - سهير عثمان عبد الحليم "علاقة تعرض الشباب الصحافة المطبوعة والالكترونية باتجاهاتهم نحو ظاهرة الإرهاب، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، 2006، ص 38.

3- Alan R. Dennis and Susan. T.kinneey 1998: Testing media richness Theory in the new media the Effect of Cues, Feedback and Task Equivocality, **information system Research September** ,vol.9,p.p256-274,available at: http://homebusiness.utah.edu/actm/7410/dennis.pdf .

4 - أحمد عادل عبد الفتاح، "التفاعلية بالمواقع الالكترونية الصحفية والاجتماعية وعلاقتها بمستوي التفاعل الاجتماعي والسياسي لدي الشباب المصري في إطار نظريتي ثراء الوسيلة والحضور الاجتماعي، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، 2013، ص 653 محمد رضا حبيب، علاقة التعرض للصحافة المطبوعة والانترنت بمستوي المعرفة السياسية للشباب المصري، دراسة تحليلية ميدانية، **رسالة ماجستير غير منشورة** ، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2007. ص 68.

5 - محمد رضا حبيب، علاقة التعرض للصحافة المطبوعة والانترنت بمستوي المعرفة السياسية للشباب المصري، دراسة تحليلية ميدانية، **رسالة ماجستير غير منشورة** ، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2007. ص 68.

6 - إيمان محمد احمد سعيد، التوظيف السياسي لتراكيب الصورة الفوتوغرافية في شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها علي الشباب الجامعي المصري، دراسة سيميولوجية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام ، 2016، ص 76.

7- K.S. Suh. Impact of communication media on task performance and satisfaction examination of media richness theory, **Information& management**, vol, 35, issue 5, may 1999. Available at, http://www.science direct ./articale/so378206.

8- **Media richness theory,** Available online at http://www.u twenty. Nl/cw/theorienoverzicht/theory20%clusters/massmedia-richness-throry.doc/

9- تم الرجوع إلي

- Sumit Lodhia ; web based social and environmental communication in the Australian Minerals industry on application of media richness frame works, **journal of cleaner production**, vol. 25, 2011, pp 85.

- James R. Coyle and Esther thorsan ,the effects of progressive levels of interactivity and richness in web marketing sites ,**journal of Advertising** ,volxxx,n.3.fall.2011,p65

- سماح الشهاوي "علاقة التفاعلية باستخدام الشباب لمواقع الموجهة لهم علي شبكة الانترنت، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام ، 2009، ص 67.

- فاطمة الزهراء، عبد الفتاح :" العلاقة بين المدونات الالكترونية والمشاركة السياسية في مصر" **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2010 ص 82-83.

10 - صحافة البيانات و تطبيقاتها، متاح علي http:// .slideshare.net .

11-- http://infographic 4 you blog. spot .com .e.g.

12 - روان التركي، الانفوجرافيك ، (كلية التربية، جامعة الملك سعود)1437 متاح علي http://www.slideshare.net.

13-http://infographic 4 you .blog spot .com .e.g.

14 - عمرو العراقي "صحافه البيانات قضايا حقوق الإنسان "عمان.الأردن. 2017) صـ91-93

15 - الانفوجرافيك ... نظرة تاريخيه فاحصه وتحليل في متاح على http://www.google.com.eg/amp/s/aitnen)s.com/ampl

16 - ترجمة:أبوبكر إبراهيم خلاف،**دليل صحافة البيانات**،(القاهرة :دار الكتب المصرية،2014)،ص4

17- Angela lacato,Federico cabitiza ,rossana actis crasso,carlo batini ,"static and interactive info graphics in daily tasks: a value in use and quality of interaction users study ,**computer in human behavior** (2017) p.p24o-257.

18- Eun-Ju lee and Ye weon Kim, Effects of info graphics on news elaboration, acquisition, and evaluation, prior knowledge. And issue involvement as moderators (republic of is area) **crew media V society 2016.** Vol. 1818) , pp 1579-1597

19- Constance Tabory, Anne, Marie provost, Alexndre Troltier, Data Journalism actors study form Quebec'**, journalism,** 2016, vol. 17. Pp . 66: 84. Available at sage pub. Co. Uk journals .permission .nav.

20 - نادية محمد عبد الحافظ، تعرض الشباب الجامعي للمواد البصرية وعلاقتها باستجاباتهم المعرفية والبصرية، **المجلة المصرية، لبحوث الرأي العام**، المجلد الرابع عشر: العدد الرابع – أكتوبر ديسمبر 2015

21- Patrick f. Meral , Gay Callison, and R Gleen Gumnins, How Arithmetic Attitude impact Attention, Memory, and Evaluation of static versus Dynamic info graphics on line news; An Eye. Tracking Study**, electronic news 2014,** vol. 813. Pp 177-197 available at sage pub.com

22- Marco Gardenia, information Graphics Design Challenges and works flow Management, **online journal of communication and media technologies**, vol3, issus1, January. 2013.

23- Lect. Bonu Inanc uyan , Analysis of data visualization in daily news papers in terms of graphic design, tunnis, ST., No 35 (2012) pp. 275-284 available at www. science direct.com

24- El-sayed Bekhit, "info graphics in the united Arab emigrates news papers**, journalism**, vol. 10 (14) . 2009 pp 492- 505

25- Sandra H. UTT. and Steve Pasternak, update on info

Graphic in American news papers. **News paper research journal**, vol. 21

26-Matthew Reavy ,Rules and the real world on examination of information graphics in time and news week, visual communication quarterly,2003 Available at ,http;//www.tandf online .com/loi/hvcq20

27 - إيمان عبد المنعم محمد عزب: "استخدام طلاب الجامعات في مصر والسعودية لموقع توتير و الإشباعات المتحققة منه، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام ، 2016.

28- Jenicka M.Hornug, M.S.E.D, revisiting Media Richness theory social Cues impact on understanding in a textual world, **PHD Deportment of psychology, pase university , new work 2015.** -

29 - ماجدة محمود احمد عبد العال:" توظيف مواقع الانترنت في البرامج الإخبارية بالقنوات الفضائية المصرية، دراسة تحليلية ميدانية علي المحتوي والقائم بالاتصال" **رسالة ماجستير غير منشورة** ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، 2015.

30 - احمد عادل عبد الفتاح :" التفاعلية بالمواقع الالكترونية الصحفية والاجتماعية وعلاقتها بمستوي التفاعل الاجتماعي والسياسي لدي الشباب المصري في إطار نظريتي ثراء الوسيلة والحضور الاجتماعي،**رسالة ماجستير غير منشورة** ، جامعة القاهرة، كلية الإعلام ، 2013.

31 - رشا فواز الضامن :"استخدام الشباب الكويتي الشبكة الانترنت وعلاقته بقائية الصحف الكويتية المطبوعة، **رسالة دكتوراه غير منشورة** ،جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 2012

32 - خالد صلاح الدين حسن :" اتجاهات الشباب المصري نحو شبكات التواصل الاجتماعي علي الشبكة العنكبوتية في إطار نظرية الثراء الإعلامي ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد العاشر، العدد الرابع جامعة القاهرة كلية الإعلام ، 2011.

33 - أسامة سيد عبد العزيز :" توظيف الإنترنت في الخدمات الإخبارية بالقنوات الأمريكية المتخصصة مدخل لتطوير الخدمات الإخبارية في القنوات الفضائية، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2012

34 - معين صالح الميتمي:" تفضيلات مستخدمي الانترنت لتصميم المواقع الإخبارية العربية " **رسالة ماجستير غير منشورة** ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 2009

35- Dawn Maria Fichera, "Media Richness uncertainly reeducation and Anticipated future interaction on social media sites**, M.A.S** (the department of communication , Villanova, university , USA, 2009.

36 - سماح عبد الرازق الشهاوي ،علاقة التفاعلية باستخدام الشباب للمواقع الموجهة علي شبكة الإنترنت " دراسة ميدانية علي الجمهور والقائم الاتصال،مرجع سابق.

37 - إيمان بهجت شامية، اتجاهات الصفوة الإعلامية نحو الصحافة الالكترونية و عوامل تطورها "دراسة تطبيقية"، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة المنصورة ، كلية الآداب ،2016 .

38 ماجدة محمود عبد العال،مرجع سابق،ص 87 .

39 - معين صالح الميتمي، مرجع سابق ،ص184 .

40-Patrick f. Meral , Gay Callison, and R Gleen Gumnins,op.cit,

Angela. lacato,Federico cabitiza ,Rosanna actis crasso,carlo batini 41-, op.cit