علاقه استخدام تكنولوجيا الإقناع فى تصميم مواقع الصحف الإلكترونية بإتجاهات المراهقين نحو المضمون

أ.د.محمود حسن إسماعيل
أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال، جامعة عين شمس
د.هانى إبراهيم البطل
أستاذ الإعلام المساعد، جامعة بورسعيد
حسن فراج حسن فراج

الملخص

الهدف: هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تصفح المراهقين للمواقع الصحف الالكترونية على شبكة الانترنت، والتعرف على مدى رضى المراهقين عن تصميم مواقع الإلكترونية، والكشف عن تأير استخدام تكنولوجيا الإقناع على اتجاهات المراهقين، والتعرف على دوافع المراهقين من خلال استخدامهم لمواقع الصحف الإلكترونيه، صياغه نماذج يتوافر بها عناصر تكنولوجيا الأقناع فى مواقع الصحف الإلكترونيه محل الدراسه، معرفه تأثير استخدام مبادىء الأقناع فى تصميم مواقع الصحف الإلكترونيه على اتجاهات المراهقين

نوع البحث ومنهجه: ينتمى هذ البحث إلى البحوث الوصفية ويعتمد على منهج المسح الاعلامى بالعينة بشقه الميدانى لعينة من المراهقين فى عدد من الجامعات.

عينة البحث وأدواته: استخدم الباحث استمارة استبيان لتطبيقها على عينة عشوائية من المراهقين طلاب جامعة (القاهرة- الزقازيق- فاروس- ٦أكتوبر)، يبلغ قوامها ٣٠٠ مفردة.

النتائج: رتفاع نسبة من يتصفحون مواقع الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت من الذكور والإناث، وارتفاع نسبة رضى المبحوثين عن تصميم مواقع الصحف الإلكترونية التى يتصفحونها، وجاء فى الترتيب الأول لاستجابات المبحوثين لدوافع استخدامهم لمواقع الصحف الإلكترونيه سهوله التجوال بين أجزاء المواقع، وجاء فى الترتيب الثانى لأنها تقدم الأحداث فى صوره نصوص وصور وملفات فديو، وجاء فى الترتيب الثالث سرعة تغطيه الأحداث، لتوافر صفحه للصحيفة على مواقع التواصل الاجتماعى، وجاء فى الترتيب الرابع جاذبيه تصميم المواقع، وجاء فى الترتيب الاخير لتوافرها فى كل وقت وكل مكان. أظهرت النتائج أن أغلبية المبحوثين يعتمدون على مواقع الصحف الإكترونيه كمصدر مهم للحصول على المعلومات حول الأحداث الجاريه، وتوجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو المحتوى الصحفى تبعاً لاختلاف مستوى الإقناعية لديهم. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو مضمون الصحف الإلكترونية تبعا لاختلاف دوافع استخدام الصحف الإلكترونية

The relationship of the use of persuasion technology in the design of electronic newspaper sites with the attitudes of Teenagers towards content

Aims: Study objective to identify the extent to which adolescents are browsing the websites of electronic newspapers on the Internet, to know the extent to which adolescents are satisfied with the design of websites, to detect the use of persuasive technology on adolescents 'attitudes, to identify teenagers' motives through their use of electronic newspaper sites, The importance of the use of the principles of persuasion in the design of electronic newspaper sites on the attitudes of adolescents.

Type and method: The current study belongs to the qualitative type of studies

Tools: Counting on media survey with sample with its One- fold field part, being applied on a sample of adolescents in a number of Egyptian universities.

Sample and Tools: The study uses a questionnaire form to be applied on a sample consists of (300) items of adolescents in (Cairo- Ain Shams- Pharos- 6 octobr) universities.

Results: The high proportion of webmasters browse online and online male and female websites, High satisfaction of respondents on the design of the websites of electronic newspapers that they browse, In the first ranking of the responses of the respondents for the reasons of their use of the websites of electronic newspapers easy to roam between the parts of sites, and came in the second order because it provides events in the form of texts and pictures and video files, and ranked in the third ranking the speed of coverage events, the availability of a page of the newspaper on social networking sites, Ranking the fourth attractive web design, came in the last ranking for availability all the time and everywhere, There is a statistically significant correlation relationship. There are statistically significant differences between the mean scores of the respondents on the trend scale towards the journalistic content according to their different persuasive level.

المقدمة:

أدى ظهور الإنترنت والتطورات التى شهدتها الصحافة من تكنولوجيا الحاسب الرقمى وتكنولوجياالاتصال الشبكى (الإنترنت). إلى انتشار المواقع الإلكترونية التى تم تصميمها بهدف التحفيز والإقناع وتغيير اتجاة الافراد وتعتبر مواقع الصحف الإلكترونية من أكثر الاشكال الإلكترونية شيوعا للتكنولوجيا المقنعة بالنسبة للمترددين عليها.

وتسعى مواقع الصحف الإلكترونية فى تصميمها إلى إقناع المستخدمين بأهدافها السياسية والإجتماعية والثقافية والاقتصادية... إلخ من خلال المعلومات والأخبار التى تقدمها على مواقعها على شبكة الإنترنت بقوالب وأنماط تحريرية فنية وإلكترونية للتأثير فى المستخدمين وتغيير مواقفهم واتجاهاتهم نحو قضايا معينة قريبة من مجتمعهم.

لذلك أصبح التصميم المقنع لمواقع الصحف الإلكترونية مسئولا الآن عن تحديد تفاعل المستخدمين سواء أكان هذا التفاعل بالاشتراك أم بالتسجيل بالموقع أم بالمشاركة فى خدمات الموقع أم بتحميل ملف أم بالتسجيل أم بالتعبير عن الرأي.

فاستخدام التصميم المقنع فى تصميم مواقع الصحف الإلكترونية يجب أن تبدأ وتنتهى بناء على وجهة نظر الزوار. ومركزية البناء الإقناعى تكون فى الشخصية ومستمدة من العوامل الديموغرافية والنفسية والدراسة الطبوغرافية (الدراسات الخاصة بالمكان) عند الجمهور، والدوافع والحاجات تسمح بتصميم مقنع ومسارات التجوال من وجهة نظرهم.

مشكلة البحث:

يعتبر الإنترنت هو الوسيط الفعال للتأثير على السلوك البشري، وتصميم تطبيقات الإنترنت بهدف زيادة الإقناع من أجل التأثير على معتقدات وتصورات واتجاهات مستخدمى الإنترنت بأسلوب يرغب فيه القائم بالإتصال، فالحسابات جزء من وسائل الإقناع التكنولوجي، ولا يقصد بها الاتصال عبر الحاسبات، وإنما يقصد بها التفاعل بين الإنسان والحاسوب (Human Computer Interactive (HCI، أى أن التكنولوجيا المقنعة تركز بشكل رئيسى على التصميم والبحث والتحليل التفاعلى لمنتجات الحاسبات التى تصمم لغرض تغيير مواقف الناس ووجهات النظر أو تصرفاتهم واتجاهات المستخدمين من خلال الإقناع، وبهذا المعنى يتضح أن التكنولوجيا المقنعة تصف تداخل تكنولوجيا الحاسبات والإقناع.

من هنا فقد تبلورت المشكلة البحثية فى اختبار علاقه استخدام تكنولوجيا الإقناع فى تصميم مواقع الصحف الإلكترونية بإتجاهات المراهقين نحو المضمون ويمكن بلورة مشكلة الدراسة فى تساؤل رئيسى هو علاقه استخدام تكنولوجيا الإقناع فى تصميم مواقع الصحف الإلكترونية بإتجاهات المراهقين نحو المضمون؟

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من:

١. أهميه دراسه الإقناع فى التصميم حيث يساعد على توفير الأسس الفنيه والتقينه للبناء موقع مقنع وفقا لاحتياجات المستخدمين.
٢. ندره الدراسات العربيه فى هذا المجال.
٣. صياغه نماذج يتوافر بها عناصر تكنولوجيا الأقناع الواجب توافرها فى مواقع الصحف الإلكترونيه محل الدراسه.
٤. معرفه تأثير استخدام مبادئ الأقناع فى تصميم مواقع الصحف الإلكترونيه على اتجاهات المراهقين.
٥. وتتمثل الأهميه النظريه لهذه الدراسه فى التعرف على عناصر تكنولوجيا الأقناع المستخدمه فى تصميم الصحف الإلكترونيه وتتمثل أهميتها التطبقيه فى تحديد العوامل المؤثره فى تصميم مواقع الصحف الإلكترونيه وتأثيرها على اتجاهات المستخدمين.
٦. محاولة الوصول إلى مقترحات تساهم فى تطوير المضمون الصحفى المقدم بالصحف الإلكترونية ليساهم فى التأثير على اتجاهات المستخدمين.

أهداف الدراسة:

تستهدف الدراسة التعرف على علاقه استخدام تكنولوجيا الإقناع فى تصميم مواقع الصحف الإلكترونية بإتجاهات المراهقين نحو المضمون وذلك من خلال:

١. الكشف عن عناصر تكنولوجيا الإقناع فى المستخدمه تصميم مواقع الصحف الإلكترونيه.
٢. تحديد كيف تؤثر عناصر تكنولوجيا الإقناع على اتجاهات المراهقيين نحو مضمون الصحف عينه الدرسه.
٣. التعرف على المبادىء الإقناعيه الملائمه لاتجاهات المراهقيين لتصميم مواقع إلكترونيه مقنعه.

الإطار النظرى للدراسة:

اعتمدت الدراسة فى بنائها النظرى وصياغة فروضها على نظرية الأرجونوميه، وتمثل الأرجونوميه فى المنتج الذى تتعامل معه وتهتم بالتأثير على تصميم النظم والتكنولوجيا الجديده بحيث تهتم بتوفير الراحه أكثر مما يساعد على أداء مهامهم بشكل أسرع وأسهل.(١)

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

١. بيئه العمل الماديه (الأرجونوميه الماديه) والتى تهتم بالخصائص البشريه والفسيولوجيه.
٢. بيئه العمل المعرفيه (الأرجونوميه المعرفيه) التى تهتم بالعمليات العقليه مثل الإدراك والذاكره.
٣. بيئه العمل التنظيميه (الأرجونوميه التنظيميه) والتى تهتم بالاستفاده من التكنولوجيا الاجتماعيه فى مجال الاتصال وإداره الموارد.

وبالرغم من أن علم الأرجونوميه بدأ بالاهتمام بمجال الإنتاج وتحسين علاقه الإنسان والاله أو المنتج الذى يتم التعامل معه إلا أنه ايضا شديد الارتباط بمجال الصحافه الإلكترونيه التى ماهى إلا منتج يعرض من خلال جهاز كمبيوتر وبالتالى فهى تخضع لمقاييس الأرجونوميه التى تساعد الفرد أو القارىء على الاستمتاع بعمليه القراءه دون أن يشعر بالإجهاد البدنى أو العقلى من خلال التفاعل الجيد بينه وبين الكمبيوتر.(٣)

وتسعى الأرجونوميه إلى تحقيق العناصر التيبوغرافيه والجرافيكيه (الصور والحروف والبياض واللون، ...) من راحه ووضوح للقارىء وذلك عن طريق الدراسات على تلك العناصر ومن خلال معرفه رأى القارىء فيها لتوضح لنا ميوله ورغباته فنضعها فى الاعتبار حيث يحدث التوافق بين العناصر التيبوغرافيه والقارىء.(٤)

ونظرا لحداثه الربط بين بيئه العمل الصحفى وعلم الأرجونوميه نجد أن هناك بعض الدراسات التى تناولت هذا الربط من بينها دراسه (Hill, 2010) لمعرفه مساهمه العناصر التيبواغرافيه فى انقرائيه مواقع الويب عبرالتركيبات اللونيه الأماميه والخلفيه ونوع الخط وشكل الكلمه فى محاوله لإيضاح الأبعاد الأرجونوميكيه لهذه العناصر والتى توصل فيها إلى وجود تأثير للتفاعلات الداخليه بين هذه العناصر بعضها لبعض.(٥)

وتعد نظريه الأرجونوميه مدخلا ملائما لهذه الدراسة للأسباب الآتية:

١. ارتباط محتوى الصحف الإلكترونيه بالتصميم حيث يجب أن يراعى التصميم اهتمامات المستخدم وتفضيلاته لتوفير الراحه والوضوح.
٢. يستخدم المتصفح بشكل أساسى الحاسب الآلى كوسيط لتصفح هذه الصحف مما يجعل بيئه العمل (الأرجونوميه) عامل مشترك بين طرفى عمليه الاتصال المرسل والمتلقى حيث ان تطبيقات الحاسب الآلى لا تقتصر على التصميم والاخراج فقط ولكن تمتد للمستخدم أيضا.
٣. يجب أن يراعى فى تصميم الصحيفه العوامل الأرجونوميه بحيث تتلائم الأدوات التكنولوجيه بالتصميم مع كافه الإمكانيات التكنولوجيه لدى القراء.

٤. أهميه الاعتماد على الرسومات التفاعليه مع مراعاه فى تصميمها الابعاد الأرجونوميه.

الدراسات السابقة:

تم الرجوع إلى الدراسات السابقة التى تتعلق بموضوع الدراسة والتى أجريت خلال العقد الأول من هذا القرن، كنوع من التدعيم لأفكار الدراسة والمساعدة فى بناء إطارها الفكري.

دراسة وين (Winn, Wendy 2000) حول "المواقع القائمة على التصميم المقنع" سعت إلى معرفة التراث الأدبى فى تحليل الخطاب للمواقع القائمة على التصميم المقنع والتى تعتمد على الخطاب اللفظى والبصرى وعلاقتها بالإقناع، وقد أثبتت الدراسات السابقة أن عناصر التصميم فى صفحات المواقع الإلكترونية تؤدى وظيفة الخطاب الإقناعي، وهى وسيلة لأقناع المستخدم باستكشاف الموقع والتفاعل معه، وكذلك فإن الدراسات التى تعتمد على تحليل الخطاب اللفظى والمرئى يمكن أن تسهل عملية تصميم العناصر التى تخاطب عواطف المستخدمين، وبإمكانها تسهيل عملية التصميم وجعله أكثر إقناعا.[٦] استهدفت توفير إطار نظرى لجماليات المواقع على شبكة الإنترنت، تبين أن الجوانب البصرية فى التصميم هى الأكثر أهمية فى تفسير موقف المستخدمين وسلوكهم تجاه المواقع.

أشارت دراسة سالا وميلاسيا (Haytham Siala& Cole, Melissa 2000) بعنوان "الجوانب المتعددة والتحقق من الأبعاد الكامنة فى السلوك الشرائى التقليدى للمستهلكين وكيفية تغيير سلوكهم الشرائى فى سياق التجارة الإلكترونية" إلى معرفة الجوانب المتعددة والتحقق من الأبعاد الكامنة فى السلوك الشرائى التقليدى للمستهلكين وكيفية تغيير سلوكهم الشرائى فى سياق التجارة الإلكترونية، كما سعت إلى إعادة التوازن للفهم من خلال مدخل تفاعل الإنسان مع الحاسوب وربطه بنماذج سلوك المستهلك، ووضع النتائج فى إطار منهج بحثى وتقديم الأسس المفاهيمية لواجهة المستخدم، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن واجهة المستخدم تتكون من ثلاثة عناصر منفصلة هي: تصميم الصفحات، ومحتوى الصفحات، وبناء الموقع.[٧] ولنجاح التجارة الإلكترونية يجب الفهم الدقيق للتفاعل الطبيعى بين بناء الصفحة الرئيسية وسلوك المستهلك والبيع المباشر، وتطوير واجهات الاستخدام لزيادة المبيعات المحتملة، كما أن هناك نوعين مهمين من المستخدمين الإلكترونيين الذين يقومون بالتصفح العرضى أو العفوى والبحث المحدد.

توصلت دراسة شريف درويش اللبان (٢٠٠٥)[٨] حول "الاتجاهات العالمية الحديثة فى بحوث تصميم مواقع الصحف الإلكترونية وتقييم فعاليتها" وتناولت الدراسة محورين المحور الأول البحوث التى تناولت تصميم مواقع الصحف الإلكترونية فى جميع أنحاء العالم سواء فى السويد أو اسبانيا أو فرنسا أو بريطانيا أو هولندا أو آسيا وفى الصين: وتوصلت إلى مجموعة من النتائج من أهمها طغيان الدراسات والأدبيات الأمريكية التى تناولت تصميم مواقع الصحف، بما يوحى بالنشاط البحثى المتزايد للمدرسة الأمريكية فى هذه السبل مقارنة بأقاليم العالم المختلفة. نظرا لحداثة الاهتمام بمجال تصميم مواقع الصحف الإلكترونية على شبكة الويب، فإن عديدا من الإسهامات المهمة فى هذا المجال كانت لبعض الخبراء الذين تحولوا من التصميم الجرافيكى للصحف المطبوعة إلى تصميم مواقع الصحف على الويب أو الذين أفرزتهم وسيلة الإعلام الجديدة، والمحور الثانى عن أساليب تقييم فعالية تصميم مواقع الويب وتعرض هذا المحور لأربعة قطاعات رئيسية هى الممارسات المثلى لتصميم الموقع دراسات تحليل دخول الويب ودراسات الاستخدام وأداة تحليل تغليف البيانات.

انتهت دراسة كيم (Kim, Heejun 2008) بعنوان "العوامل الرئيسية فى تصميم وتشكيل الانطباع تجاه واجهات مواقع الإنترنت السياحية" حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل الرئيسية فى تصميم وتشكيل الانطباع تجاه واجهات مواقع الإنترنت السياحية من خلال فحص كيفية تفاعل المستخدمين داخل المواقع المقصودة للسياحة، وكيفية تحقيق الانطباعات الإيجابية، وسعت الدراسة إلى توفير ما يساعد على تطوير تصميم مقنع للمواقع على شبكة الإنترنت، توصلت الدراسة إلى أن سهولة استخدام المواقع هى ميزة مهمة جدا فى إقناع المستخدمين بالتفاعل مع الموقع، وأن عاملى المصداقية والإلهام يؤثران فى عملية الإقناع، وكان لعنصر الإلهام أكبر قدر من التأثير فى عملية إقناع المستخدمين بالمواقع المقصودة، كما وجدت الدراسة أن المصداقية لها تاثير فى ترسيخ الانطباع الأول عن المواقع عينة الدراسة، وأن عاملى الجدارة بالثقة وخبرة المستخدم فى التصفح هى مصدر قلق كبير لزوار الموقع، كما أن عامل الرسمية يعطى نوعا من المصداقية للمواقع التى تعتمد على التصميم المقنع.[٩] وهناك جوانب إضافية لعبت دورا فى البحث عن المعلومات وعملية اتخاذ سلوك معين، وهذه الجوانب.

أظهرت دراسة معين صالح الميتمى (٢٠١٢)[١٠] حول "العوامل المؤثرة فى بناء الاقناع لمواقع الإنترنت" وهدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة فى بناء الإقناع الذى يؤثر فى نجاح مواقع الإنترنت وتأثير تلك العوامل فى بناء التصميم. تندرج هذة الدراسة تحت فئة بحوث التطوير والاستخدام. واستخدمت تلك الدراسة منهج المسح والمنهج المقارن. ومن أهم نتائجها: أكدت الدراسة على وجود علاقة دالة إحصائيا بين التفاعل والتصميم المقنع ووجد علاقة بين تحديث الموقع والتصميم المقنع له، وأكدت أيضا على انة كلما زاد اهتمام القائمين على الموقع بتقسيم وتخطيط الصفحات التى تظهر المواضيع والأشكال زاد اقتناع المستخدمين لتقسيم شكل الموقع. وأشارت إلى أن لا تلبى جميع المواقع الإعلامية جميع رغبات المستخدمين فى الطلاع على المعلومات فالمستخدمون يصعب إرضاؤهم وذلك لاختلاف الاتجاهات والمواقف والنوايا السلوكية لكل مستخدم.

وانتهت دراسة حمدى أحمد على حامد (٢٠١٢)[١١] بعنوان "علاقة تصميم الصحف الإلكترونية المصرية باستخدامات شباب الجامعات لها"، اتبعت الدراسة منهج: المسح بالعينة، وبلغت العينة ٤٠٠ مفردة من شباب الجامعات الحكومية والخاصة، وعينة تحليلية من صحيفتى الأهرام واليوم السابع، مستخدمة استمارة استبيان، واستمارة تحليل مضمون كأدوات لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: ارتفاع معدلات تصفح المبحوثين (الذكور والإناث) عينة الدراسة للصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت تصل نسبتهم إلى ٩٦,٦%، (سرعة الحصول على المعلومات) جاءت فى مقدمة الأشياء التى تقدمها الصحف الإلكترونية للمبحوثين ولا يجدونها فى الطبعة الورقية بنسبة ٣٥,٢%، ثم (الفورية فى نقل الأخبار) فى المرتبة الثانية بنسبة ٢٣,٤%، ثم (التعليق على الموضوعات والتفاعل معها) فى المرتبة الثالثة بنسبة ٢٢%، وأخيرا (سهولة الإطلاع عليها) بنسبة ١٩,٤%. وتوصلت الدراسة إلى ثبات الشكل التصميمى للصفحات الأولى (البدء) فى كلا الصحيفتين محل الدراسة بنسبة ١٠٠%، مستخدمة الأسلوب المختلط فى تصميمها بنسبة ١٠٠%.

أوجه الاستفادة الدراسات السابقة:

١. فهم أبعاد المشكلة البحثية، وصياغتها، وتحديد أهميتها وهدفها الرئيسى وأهدافها الفرعية.
٢. التركيز فى التصميم المنهجى على التأثيرات الوجدانية والمعرفية والسلوكية بين متصفحى مواقع الصحف الإلكترونيه عينه الدراسه.
٣. تحديد منهجية الدراسة من خلال الاعتماد على المنهج المسحى بشقه الوصفي، وتحديد المدخل النظرى الملائم للدراسة متمثلا فى النظريه الأرجونوميه.
٤. تفسير نتائج الدراسة الميدانية من خلال مقارنة ما تم التوصل إليه بنتائج بعض الدراسات السابقة ذات العلاقة.

الإجراءات المنهجية

نوع الدراسة ومنهجها:

يعد البحث من البحوث الوصفية ويعتمد على منهج المسح الاعلامى بشقه الميدانى لعينة من المراهقين ببعض الجامعات المصرية.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة فى الشباب الجامعى بالجامعات المصرية ممن تتراوح

أعمارهم ما بين (١٨- ٢١) عام. وتمثلت عينة الدراسة فى عينة عشوائية بلغ قوامها ٣٠٠ مفردة من الشباب من الجنسين (١٥٠ ذكور، و١٥٠ إناث) فى جامعات (عين شمس، والزقازيق، فاروس، وجامعه ٦ أكتوبر).

أدوات جمع البيانات:

استخدمت الدراسة صحيفة الاستقصاء والمقابلة لتحقيق أهداف الدراسة واختبار فروضها.

ولتوفير صدق البيانات عرضت الاستمارة على مجموعة من المحكمين،(*) وفى ضوء توجيهاتهم تم التعديل فى صياغة بعض الأسئلة وإضافة البعض وحذف البعض الآخر، وبهذا تحقق الصدق الظاهرى للبيانات. كما أجرى اختبار فعلى لاستمارة الاستقصاء من خلال تطبيقها على عينة نسبتها ٥% (أى ما يعادل ٢٠ مفردة من الشباب من الجنسين)؛ للتأكد من وضوح الأسئلة وسهولة فهمها، وإعادة صياغة الاستمارة على ضوء ذلك فى صورتها النهائية وفقا للملاحظات التى أوردها المبحوثون.

ولقياس ثبات الصحيفة أعيد تطبيق الاستمارة على العينة نفسها من المبحوثين وذلك بعد مضى أسبوعين تقريبا من تطبيق الاستمارة وتم حساب نسبة الثبات بين التطبيقين، وقد بلغت نسبة الثبات ٠,٩٤، وهى نسبة عالية تدل على قابلية استمارة الاستقصاء للتطبيق.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية فى تحليل بيانات الدراسة، معامل ارتباط بيرسون، واختبار كا^2، واختبار T- Test، وتحليل التباين ذى البعد الواحد، ومعامل ألفا كرونباخ.

المفاهيم الإجرائية:

- تكنولوجيا الإقناع: "توظيف مبادىء الأقناع فى التصميم لتغير اتجاهات مستخدمى الصحف الإلكترونيه.
- الإقناع: هو مجهود مبذول للتأثير بصورة إيجابية على استجابات الباحثين عن معلومات إعلامية أو غيرها تجاه موقع الإنترنت (أو صفحة الإنترنت)

نتائج الدراسة:

- نتائج الدراسة الميدانية:

١. مدى استخدام المبحوثين للصحف الإلكترونية:

جدول (١) مدى استخدام المبحوثين للصحف الإلكترونية وفقا للنوع.

النوع / مدى الاستخدام	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	٤٧	٣٣,٥٧	٤٩	٣٠,٦٣	٩٦	٣٢,٠٠
أحيانا	٧٤	٥٢,٨٦	١٠٤	٦٥,٠٠	١٧٨	٥٩,٣٣
نادرا	١٩	١٣,٥٧	٧	٤,٣٨	٢٦	٨,٦٧
الإجمالي	١٤٠	١٠٠	١٦٠	١٠٠	٣٠٠	١٠٠

قيمة كا^2 = ٩,٣٤٥ درجة الحرية= ٢ معامل التوافق= ٠,١٧٤ مستوى الدلالة= دالة عند ٠,٠١

بحساب قيمة كا^2 من الجدول السابق عند درجة حرية=٢، وجد أنها= ٩,٣٤٥ وهى قيمة دالة إحصائيا عند مستوى دلالة= ٠,٠١، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠,٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,١٧٤ تقريبا مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائيا بين النوع (ذكور- إناث) ومدى استخدام المبحوثين (إجمالى مفردات عينة الدراسة) للصحف الإلكترونية.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمون الصحف الإلكترونية بصفة منتظمة من إجمالى مفردات عينة الدراسة بلغت ٣٢,٠٠%، موزعة بين ٣٣,٥٧% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٣٠,٦٣% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمونها بصفة غير منتظمة (أحيانا) من إجمالى مفردات عينة الدراسة ٥٩,٣٣% موزعة بين ٥٢,٨٦% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٦٥,٠٠% من إجمالى مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يستخدمونها نادرا من إجمالى مفردات عينة الدراسة ٨,٦٧% موزعة بين ١٣,٥٧% من إجمالى مفردات عينة الجامعات الحكومية فى مقابل ٤,٣٨% من إجمالى مفردات عينة الجامعات الخاصة.

٢. أهم مواقع الصحف الإلكترونية التى يفضل المبحوثين متابعتها عبر شبكة الإنترنت:

جدول (٢) أهم مواقع الصحف الإلكترونية التى يفضل المبحوثين متابعتها عبر شبكة الإنترنت وفقا للنوع

النوع / المضامين	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة (Z)	الدلالة	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%			
اليوم السابع	١٢٢	٨٧,١٤	١٢٢	٧٦,٢٥	٢٤٤	٨١,٣٣	٢,٤١٢	دالة*	١
المصرى اليوم	١٠٥	٧٥,٠٠	١٢١	٧٥,٦٣	٢٢٦	٧٥,٣٣	٠,١٢٥	غيردالة	٢
الوطن	٧٦	٥٤,٢٩	٧٨	٤٨,٧٥	١٥٤	٥١,٣٣	٠,٩٥٥	غيردالة	٣
الأهرام	٤٣	٣٠,٧١	٥٧	٣٥,٦٣	١٠٠	٣٣,٣٣	٠,٨٩٩	غيردالة	٤
فيتو	٣٨	٢٧,١٤	٥٦	٣٥,٠٠	٩٤	٣١,٣٣	١,٤٦١	غيردالة	٥
الشروق	٣٦	٢٥,٧١	٤٦	٢٨,٧٥	٨٢	٢٧,٣٣	٠,٥٨٨	غيردالة	٦
جملة من سئلوا	١٤٠		١٦٠		٣٠٠				

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم مواقع الصحف الإلكترونية التى يفضل المبحوثين متابعتها عبر شبكة الإنترنت وفقا للنوع وفقا للنوع، حيث جاء فى الترتيب الأول صحيفة اليوم السابع، حيث جاءت بنسبة بلغت ٨١,٣٣% من إجمالى مفردات من يستخدمون الصحف الإلكترونية من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٨٧,١٤% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٧٦,٢٥% من إجمالى مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائيا عند مستوى ٠,٠٥، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٢,٤١٢ وهى قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥

وجاء فى الترتيب الثانى صحيفة المصرى اليوم، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧٥,٣٣% من إجمالى مفردات من يستخدمون الصحف الإلكترونية من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٥,٠٠% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٧٥,٦٣% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيا، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,١٢٥ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الثالث صحيفة الوطن، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥١,٣٣% من إجمالى مفردات من يستخدمون الصحف الإلكترونية من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٤,٢٩% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٤٨,٧٥% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيا، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٩٥٥ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الرابع صحيفة الأهرام، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٣,٣٣% من إجمالى مفردات من يستخدمون الصحف الإلكترونية من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٠,٧١% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٣٥,٦٣% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيا، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٨٩٩ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الخامس صحيفة فيتو، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣١,٣٣% من إجمالى مفردات من يستخدمون الصحف الإلكترونية من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٧,١٤% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى

(*) أسماء السادة المحكمين مرتبة ترتيبًا أبجديًّا وحسب الدرجة العلمية:
أ.د.اعتماد خلف معبد أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال، جامعة عين شمس.
د.ايناس محمود حامد أستاذ مساعد الإعلام وثقافة الأطفال، جامعة عين شمس.

مقابل ٣٥,٠٠% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيا، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ١,٤٦١ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%، وجاء فى الترتيب السادس صحيفة الشروق، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٧,٣٣% من إجمالى مفردات من يستخدمون الصحف الإلكترونية من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٥,٧١% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٢٨,٧٥% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيا، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٥٨٨ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

٣. دوافع استخدام المبحوثين للصحف الإلكترونية.

جدول (٣) دوافع استخدام المبحوثين للصحف الإلكترونية

الدوافع / درجة الموافقة	موافق		محايد		معارض		المتوسط	درجة الدافع	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%			
سهوله التجوال بين أجزاء المواقع	٢١٢	٧٠,٦٧	٧٠	٢٣,٣٣	١٨	٦,٠٠	٢,٦٥	مرتفع	١
لأنها تقدم الاحداث فى صوره نصوص وصور وملفات فديو وملفات صوتيه	١٧٦	٥٨,٦٧	٩٤	٣١,٣٣	٣٠	١٠,٠٠	٢,٤٩	مرتفع	٢
سرعه تغطيه الأحداث	١٧٤	٥٨,٠٠	٩٦	٣٢,٠٠	٣٠	١٠,٠٠	٢,٤٨	مرتفع	٣
لتوافر صفحه للصحيفه على مواقع التواصل الاجتماعى	١٨٤	٦١,٣٣	٧٦	٢٥,٣٣	٤٠	١٣,٣٣	٢٤٨	مرتفع	٣
جاذبيه تصميم المواقع	١٧٠	٥٦,٦٧	٩٨	٣٢,٦٧	٣٢	١٠,٦٧	٢,٤٦	مرتفع	٤
لتوافرها فى كل وقت وكل مكان	١٦٤	٥٤,٦٧	٩٨	٣٢,٦٧	٣٨	١٢,٦٧	٢,٤٢	مرتفع	٥
وضوح وتنظيم المواقع	١٤٤	٤٨,٠٠	١١٨	٣٩,٣٣	٣٨	١٢,٦٧	٢,٣٥	مرتفع	٦
الروابط مفيده وسهله	١٣٨	٤٦,٠٠	١٢٤	٤١,٣٣	٣٨	١٢,٦٧	٢,٣٣	متوسط	٧
تخطيط الصفحات سهل وواضح	١٤٤	٤٨,٠٠	١١٠	٣٦,٦٧	٤٦	١٥,٣٣	٢,٣٣	متوسط	٧
عناوين الموضوعات سهله والمحتوى واضح وبسيط	١٣٠	٤٣,٣٣	٤٠	١٣,٣٣	٣٠	١٠,٠٠	٢,٣٣	متوسط	7
تعجبنى الالوان الموقع وشكل الصور الموجوده	١٢٠	٤٠,٠٠	١٣٦	٤٥,٣٣	٤٤	١٤,٦٧	٢,٢٥	متوسط	٨
جملة من سئلوا	٣٠٠								

تشير بيانات الجدول السابق إلى دوافع استخدام المبحوثين للصحف الإلكترونية التى اختارها وجاءت كالتالى جاء فى الترتيب الأول سهوله التجوال بين أجزاء المواقع بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢,٦٥، وجاء فى الترتيب الثانى لأنها تقدم الأحداث فى صوره نصوص وصور وملفات فيديو وملفات صوتيه بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢,٤٩، وجاء فى الترتيب الثالث سرعة تغطيه الأحداث، لتوافر صفحه للصحيفة على مواقع التواصل الاجتماعى بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢,٤٨، وجاء فى الترتيب الرابع جاذبيه تصميم المواقع بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢,٤٦، وجاء فى الترتيب الخامس لتوافرها فى كل وقت وكل مكان بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢,٤٢، وجاء فى الترتيب السادس وضوح وتنظيم المواقع بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢,٣٥، وجاء فى الترتيب السابع تخطيط الصفحات سهل وواضح، الروابط مفيدة وسهله، عناوين الموضوعات سهله والمحتوى واضح وبسيط بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢,٣٣، وجاء فى الترتيب الثامن تعجبنى الألوان الموقع وشكل الصور الموجودة بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابى ٢,٢٢ بلغت قيمته ٢,٢٥.

٤. تقييم المبحوثين لتصميم مواقع الصحف الإلكترونية التى يتصفحونها وفقا لتكنولوجيا الإقناع.

جدول (٤) تقييم المبحوثين لتصميم مواقع الصحف الإلكترونية التى يتصفحونها وفقا لتكنولوجيا الإقناع

العبارات / درجة التقييم	موافق		محايد		معارض		المتوسط	درجة التقييم	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%			
تصميم الموقع جذاب وسهل الاستخدام	٢١٠	٧٠,٠٠	٦٨	٢٢,٦٧	٢٢	٧,٣٣	٢,٦٣	مرتفع	١
الألوان المستخدمة مناسبة وجذابة	١٧٠	٥٦,٦٧	١٠٤	٣٤,٦٧	٢٦	٨,٦٧	٢,٤٨	مرتفع	٢
موقع قوائم محتويات الموقع مناسب	١٦٢	٥٤,٠٠	١١٤	٣٨,٠٠	٢٤	٨,٠٠	٢,٤٦	مرتفع	٣
توزيع الأخبار والموضوعات مناسب	١٥٨	٥٢,٦٧	١٢٠	٤٠,٠٠	٢٢	٧,٣٣	٢,٤٥	مرتفع	4
يساعدنى فى تفضيل هذا الموقع عن غيره	١٦٢	٥٤,٠٠	١٠٢	٣٤,٠٠	٣٦	١٢,٠٠	٢,٤٢	مرتفع	٥
التصميم يساعدنى على الاستمرار فى تصفح الموقع	١٥٤	٥١,٣٣	١١٢	٣٧,٣٣	٣٤	١١,٣٣	٢,٤٠	مرتفع	٦
يساعدنى فى فهم محتويات الموضوعات	١٥٠	٥٠,٠٠	١١٤	٣٨,٠٠	٣٦	١٢,٠٠	٢,٣٨	مرتفع	٧
الشعور بالمتعة من خلال استخدام الموقع	١٤٢	٤٧,٣٣	١٢٤	٤١,٣٣	٣٤	١١,٣٣	٢,٣٦	مرتفع	8
وجود خريطة للموقع تجعلنى أستطيع أن أجد ما ابحث عنه بسهوله	١٤٦	٤٨,٦٧	١١٠	٣٦,٦٧	٤٤	١٤,٦٧	٢,٣٤	مرتفع	٩
تصميم الصفحة مقنع	١٣٦	٤٥,٣٣	١٢٨	٤٢,٦٧	٣٦	١٢,٠٠	٢,٣٣	متوسط	١٠
جملة من سئلوا	٣٠٠								

تشير بيانات الجدول السابق إلى تقييم المبحوثين لتصميم مواقع الصحف الإلكترونية التى يتصفحونها كالتالى جاء فى الترتيب الأول تصميم الموقع جذاب وسهل الاستخدام بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢,٦٣، وجاء فى الترتيب الثانى الألوان المستخدمة مناسبة وجذابة بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢,٤٨، وجاء فى الترتيب الثالث موقع قوائم محتويات الموقع مناسب بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢,٤٦، وجاء فى الترتيب الرابع توزيع الأخبار والموضوعات مناسب بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢,٤٥، وجاء فى الترتيب الخامس يساعدنى فى تفضيل هذا الموقع عن غيره بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢,٤٢، وجاء فى الترتيب السادس التصميم يساعدنى على الاستمرار فى تصفح الموقع بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢,٤٠، وجاء فى الترتيب السابع يساعدنى فى فهم محتويات الموضوعات بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢,٣٨، وجاء فى الترتيب الثامن الشعور بالمتعة من خلال استخدام الموقع بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢,٣٦، وجاء فى الترتيب التاسع وجود خريطة للموقع تجعلنى أستطيع أن أجد ما ابحث عنه بسهوله بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢,٣٤، وجاء فى الترتيب العاشر تصميم الصفحة مقنع بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابى بلغت

قيمته ٢,٣٣.

- نتائج اختبار فروض الدراسة:

١. الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو مضمون الصحف الإلكترونية تبعا لاختلاف كثافة استخدام الصحف الإلكترونية.

جدول (٥) تحليل التباين أحادى الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو مضمون الصحف الإلكترونية تبعا لاختلاف كثافة استخدام الصحف الإلكترونية

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	٠,٠١٧	٢	١٧,٥٨٠	٦٦,٧٤٧	دالة***
داخل المجموعات	١٠٢,٧٠٣	٢٩٧	٠,٢٦٣		
المجموع	١٧٨,٧٢٠	٢٩٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الاستخدام المختلفة للصحف الإلكترونية، وذلك على مقياس الاتجاه نحو مضمون الصحف الإلكترونية، حيث بلغت قيمة (ف) ٦٦,٧٤٧ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة= ٠,٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو مضمون الصحف الإلكترونية تبعا لاختلاف كثافة استخدام الصحف الإلكترونية، ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدى L.S.D بطريقة أقل فرق معنوى، حيث ظهر أن الاتجاه الإيجابى نحو مضمون الصحف الإلكترونية يزداد لدى المبحوثين مرتفعى استخدام الصحف الإلكترونية أكثر من متوسطى وقليلى الاستخدام.

جدول (٦) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس الاتجاه نحو مضمون الصحف الإلكترونية

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	–			٢,٦٢٢
متوسط	٠,٥٨٥٠***	–		٢,٠٣٧
منخفض	١,٠٣٥٨***	٠,٤٥٠٨***	–	١,٥٨٦

حيث اتضح أن هناك اختلافا بين المبحوثين منخفضى استخدام الصحف الإلكترونية والمبحوثين كثيفى استخدام الصحف الإلكترونية بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ١,٠٣٥٨ لصالح المبحوثين كثيفى استخدام الصحف الإلكترونية، وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافا بين المبحوثين متوسطى استخدام الصحف الإلكترونية والمبحوثين كثيفى استخدام الصحف الإلكترونية، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠,٥٨٥٠ لصالح المبحوثين كثيفى استخدام الصحف الإلكترونية، وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، كما ظهر أيضا أنه هناك اختلافا بين المبحوثين متوسطى استخدام الصحف الإلكترونية والمبحوثين منخفضى استخدام الصحف الإلكترونية، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠,٤٥٠٨ لصالح المبحوثين متوسطى استخدام الصحف الإلكترونية، وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

٢. الفرض الثانى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو مضمون الصحف الإلكترونية تبعا لاختلاف دوافع استخدام الصحف الإلكترونية.

جدول (٧) تحليل التباين أحادى الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو مضمون الصحف الإلكترونية تبعا لاختلاف دوافع استخدام الصحف الإلكترونية

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	٤,٣٣٣	٢	٢,١٦٧	٣,٦٩٠	دالة*
داخل المجموعات	١٧٤,٣٨٧	٢٩٧	٠,٥٨٧		
المجموع	١٧٨,٧٢٠	٢٩٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات دوافع الاستخدام المختلفة للصحف الإلكترونية، وذلك على مقياس الاتجاه نحو مضمون الصحف الإلكترونية، حيث بلغت قيمة (ف) ٣,٦٩٠ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة= ٠,٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو مضمون الصحف الإلكترونية تبعا لاختلاف دوافع استخدام الصحف الإلكترونية.

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدى L.S.D بطريقة أقل فرق معنوى، حيث ظهر أن الاتجاه الإيجابى نحو مضمون الصحف الإلكترونية يزداد لدى المبحوثين مرتفعى دافع استخدام الصحف الإلكترونية أكثر من متوسطى وقليلى دوافع الاستخدام.

جدول (٨) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس الاتجاه نحو مضمون الصحف الإلكترونية

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	–			٢,١٤١
متوسط	*٠,٢٢٥٠	–		٢,٣٦٦
منخفض	٠,٠٣١٦	٠,٢٥٦٦*	–	٢,١٠٩

حيث اتضح أن هناك اختلافا بين المبحوثين متوسطى دافع استخدام الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعى دافع استخدام الصحف الإلكترونية بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠,٢٢٥٠ لصالح المبحوثين مرتفعى دافع استخدام الصحف الإلكترونية، وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠,٠٥، كما ظهر أن هناك اختلافا بين المبحوثين متوسطى دافع استخدام الصحف الإلكترونية والمبحوثين متوسطى دافع استخدام الصحف الإلكترونية، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠,٢٥٦٦ لصالح المبحوثين متوسطى دافع استخدام الصحف الإلكترونية، وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠,٠٥، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافا بين المبحوثين مرتفعى دافع استخدام الصحف الإلكترونية والمبحوثين منخفضى دافع استخدام الصحف الإلكترونية، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠,٠٣١٦، وهو فرق غير دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

٣. الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو المحتوى الصحفى تبعا لاختلاف مستوى الإقناعية

جدول (٩) تحليل التباين أحادى الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو مضمون الصحف الإلكترونية تبعا لاختلاف مستوى الإقناعية

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	١٣,٥٩١	٢	٦,٧٩٦	١٢,٢٢٣	دالة***
داخل المجموعات	١٦٥,١٢٩	٢٩٧	٠,٥٥٦		
المجموع	١٧٨,٧٢٠	٢٩٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الإقناعية المختلفة بالتصميم المقنع بالصحف الإلكترونية، وذلك على مقياس الاتجاه نحو مضمون الصحف الإلكترونية، حيث بلغت قيمة (ف) ١٢,٢٢٣ وهذه القيمة دالة عند جميع مستويات الدلالة، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو المحتوى الصحفى تبعا لاختلاف مستوى الإقناعية لديهم.

خاتمة الدراسة:

١. أكدت نتائج الدراسة ارتفاع معدلات تعرض المبحوثين لمواقع الصحف الإلكترونيه، وأثبتت النتائج وجود العلاقة بين تعرضهم لتلك المواقع ووتأثيرها على اتجاهاتهم.

٢. أظهرت النتائج أن أغلبية طل المبحوثين يعتمدون على مواقع الصحف الإكترونيه كمصدر مهم للحصول على المعلومات حول الأحداث الجاريه، وهو ما يشير إلى أهمية الدور الإخبارى لهذه المواقع فيما يتعلق بقضايا وأحداث المجتمع.

٣. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو مضمون الصحف الإلكترونية تبعا لاختلاف دوافع استخدام الصحف الإلكترونية.

مراجع:

1. **Ergonomics**. http://www.ergi- eg.com. Available online 5/ 4/ 2017.
2. **Human Factors Engeineering and Ergonomics are Scientific and technical**. Available online: http//:www.combo.vom/ergo/artwork. html. retrieved 7/ 5/ 2017.

٣. شريف درويش اللبان. "الصحه والسلامه المهنيه فى بيئه العمل الصحفى"، **المجله المصريه لبحوث الرأى العام**، كليه الإعلام، جامعه القاهره، العدد الثانى، ابريل ٢٠٠١، ص٤٢- ٤٣.

٤. حسانين شفيق السركى. "إخراج كتب الأطفال فى مصر وطباعتها" **رساله دكتوراه** غير منشوره، معهد الدراسات العليا للطفوله، جامعه عين شمس ٢٠٠٠.

5. Aly Son Hill. **Readababillity Various Foreground,** available onlie: http://hubel.spasv.edu/research/ahncur. html. retrieved 10/ 4/ 2017.
6. Winn, wendy, **Persuasive power of pathos in E- Commerce web design: an new area for research**, IEEE educational activities department Piscataway, NJ, USA, 2000, available at: www. IEEEexplorer. com
7. Cole, Melissa Robert M. O'Keefe and Haytam Siala, from the user interface to the consumer interface, kluwer academic publishers. Manufactured in the Netherlands. Information systems frontiers, vol. 1, No. 4, Pp. 349- 361, 2000, Available at: http://www.springerlink. Com/content/r38r4j49t5571270/

٨. شريف درويش اللبان. "الاتجاهات العالمية الحديثة فى بحوث تصميم مواقع الصحف الالكترونية وتقييم فعاليتها"، الأمارات العربية المتحدة.، جامعة الشارقة، **مؤتمر صحافة الانترنت فى الوطن العربى الواقع والتحديات ٢٤- ٦ نوفمبر ٢٠٠٥)**.

9. Kim. Heejun, persuasive architecture of tourism destination websites: An analysis of first impression, **Ph.D.**, University of Illiionis at Urbana- Champaign, 2008. Available at: http://search.proquest.com. www.ezplib.ukm.my/index.

١٠.معين صالح الميتمى. "العوامل المؤثرة فى بناء الاقناع لمواقع الإنترنت"، **رسالة دكتوراة** غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام- قسم الصحافة، ٢٠١٢).

١١.حمدى أحمد على حامد. "علاقة تصميم الصحف الإلكترونية المصرية باستخدامات شباب الجامعات لها"، **رسالة ماجستير** غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٢).