

تقييم مستخدمي مواقع الصحف الالكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك لثراء خدماتها الإخبارية

اعداد: تالة محمد زهير اليماني(*)

إشراف: أ.د شريف درويش اللبان(**)

❖ مقدمة:

تتعرض الصحافة الإلكترونية لمنافس جديد يُعرف بمواقع التواصل الاجتماعي له قواعد تحكمه إلا أن وسائل الإعلام سعت لتوظيفه نتيجة سرعة وسعة انتشاره لدى المستخدمين فأصبح وضعها مشابهاً لبداية ظهور شبكة الإنترنت وسعيها لإنشاء مواقع إلكترونية تابعة لها.

وفي الوقت الذي قطعت فيه الصحافة الإلكترونية شوطاً وصلت فيه لمرحلة استيعاب وتوظيف منافس جديد نجد أن الدراسات حول الصحافة الالكترونية السورية ضعيفة، لذا تسعى الباحثة إلى معرفة تقييم مواقع الصحف الالكترونية السورية وحسابها على شبكات التواصل الاجتماعي وفق عينة من مستخدميها، وقد سبق للباحثة أن أجرت دراسة استطلاعية تبين من خلالها أن موقع الفيس بوك أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً، كما أن موقع اليكسا (Alexa) يشير لذلك، لذا تختص الدراسة الحالية بدراسة مدى استخدام مواقع الصحف وصفحاتها على الفيس بوك حصراً، وتقييم مستوى ثرائها في إطار نظرية ثراء الوسيلة.

❖ المشكلة البحثية:

تمكنت الصحافة الإلكترونية من التحول إلى منافس للصحافة المطبوعة لتوفيرها مجموعة من الخدمات لم تكن موجودة في المثل الورقي الأمر الذي ضمن لها

(*) مدرس مساعد كلية الإعلام-جامعة دمشق.

(**) أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.

شروع الاستخدام، إلا أن الصحافة الإلكترونية السورية لم تحظى بالدراسة الوافية، ويتزامن الأمر مع تعرض الصحافة الإلكترونية للمنافسة من قبل مواقع التواصل الاجتماعي إذ يعتبرها المستخدمون مصدراً بديلاً للمعلومات، لذا تتحدد المشكلة البحثية بدراسة مدى استخدام مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك، وتقييم المستخدمين لمستوى ثراء كلتا الوسيّلتين نتيجة توظيف الخيارات التقنية التي توفرها شبكة الإنترنت لتقديم خدماتها الإخبارية، وانعكاس ذلك التوظيف على مستوى الثراء المعلوماتي، ورصد الفروق بين تقييم الوسيّلتين، ومدى ارتباطه بالمتغيرات الديموغرافية.

وترتبط أهمية الدراسة بالموضوع الذي يتمتع بالخصوصية في مجال الصحافة السورية فلا تقتصر الدراسة الحالية على المواقع الإلكترونية فحسب، بل تشمل صفحات هذه المواقع على الفيس بوك، لرصد إن كان المستحدث الجديد لديه القدرة على التأثير على معدل تصفح مواقع الصحف الإلكترونية زيادة أو نقصاناً.

❖ الأهداف:

- معرفة أكثر وسيلة يعتمد عليها مستخدمو الصحف الإلكترونية للوصول إلى خدماتها، ورصد مدى استخدامهم للخدمات الإخبارية التي تقدمها كل وسيلة.
- قياس مجموعة من المتغيرات المتعلقة بمواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك متمثلة ب: معدل الاستخدام، وتقييم عينة من المستخدمين لثراء المواقع وصفحاتها وفق خصائص الوسيلة بالإضافة لدرجة ثرائها المعلوماتي، بما يسهم في التعرف على مدى وجود فروق بين الوسيّلتين.

❖ الدراسات السابقة: تعرض الباحثة الدراسات السابقة وفق محورين على النحو

الآتي:

– الدراسات الخاصة بالصحافة الإلكترونية: سعت مجموعة من الدراسات إلى معرفة أسباب استخدام فئات متنوعة من الجمهور للصحافة الإلكترونية فتوصلت أن الدافع وراء ذلك الحصول على المعلومات والأخبار بشكل فوري من مصادر متنوعة، كما أنها توفر إمكانية التفاعل مع الحدث نتيجة الخيارات التي تؤمنها(مها عبد المجيد صلاح، 2004)⁽¹⁾، (محمود مصطفى محمود الجمل، 2009)⁽²⁾، (وليد عبد الفتاح النجار، 2011)⁽³⁾، ولما كان الهدف الرئيس الحصول على المعلومات والأخبار حظيت مواقع الصحف الإلكترونية والإخبارية على أعلى نسب من الاستخدام كونها تتمتع بنسبة عالية من المصداقية على اعتبارها تتبع مؤسسات إعلامية معروفة لذا تعد أخبارها أكثر تفضيلاً عند المستخدمين (جمعة محمد عبد الله اللهبي، 2011)⁽⁴⁾، (Debra Burns Melican & Travis L.)، (Dixon 2008)⁽⁵⁾، (Joseph M. Chan) ومجموعة أخرى من الباحثين (2006)⁽⁶⁾.

ونتيجة إقبال المستخدمين على هذه المواقع مالت الدراسات إلى تقييم المواقع على صعيد الشكل والمضمون في محاولة منها لتحسين خدماتها والحصول على أكبر عدد من المستخدمين على اعتبار أن معايير نجاح المواقع الإلكترونية مرتبط بعدد الزوار وطول المدة التي يقضونها في تصفح الموقع (فاطمة الزهراء محمد أحمد السيد، 2007)⁽⁷⁾، وهو الأمر الذي يتحقق بتتبع القواعد الإرشادية ليسر الاستخدام التي تهدف إلى الإبقاء على المستخدمين لأطول فترة ممكنة لأن مقاييسها تدرس مجموعة من الأبعاد أهمها ما يتعلق بالمظهر العام للموقع والمحتوى والإبحار ذلك حسب (K.KTeeoh) ومجموعة أخرى من الباحثين، (2009)⁽⁸⁾ و (Monideepa Tarafdar & Jennifer Zhang)، (2005)⁽⁹⁾، وقد توصل الباحث (معين صالح يحيى الميتمي، 2012)⁽¹⁰⁾ أن الالتزام بالسابق يساعد على التوصل إلى التصميم المقنع الذي يحظى بقبول

المستخدمين، كما بحثت كل من (تالة محمد زهير اليماني،2013)⁽¹¹⁾ و(منار فتحي محمد رزق، 2009)⁽¹²⁾ أساليب التوصل إلى التصميم الذي يحظى بنسب قبول عند المستخدمين نتيجة الالتزام بقواعد يسر الاستخدام.

ومن خلال الدراسة التجريبية تم التوصل إلى أن تصميم الخبر بطريقة تتضمن كلاً من النص والصور والفيديو يعد أكثر التصميمات التي تساعد على تمثيل معلومات الرسالة الإخبارية، وتعد الأخبار المصاحبة للصور الثابتة والفيديو الأكثر قابلية للتذكر مقارنةً بالأخبار المقدمة عن طريق الفيديو (هيثم جودة محمد مؤيد، 2010)⁽¹³⁾، كما بينت الباحثة (Juliette De Maeyer,2012)⁽¹⁴⁾ أن الوصلات الوسيلة التي توفر عمقاً معلوماتياً للمستخدم وتمكنه من الحصول على تفاصيل أكثر شرط ألا تكون كثيرة فتبعده عن القصة التي كان يقرأها، وأكد الباحث (ليث عبد الستار عيادة اللهيبي،2014)⁽¹⁵⁾ على استخدام الهرم المقلوب والمعتدل من قبل الصحافة الإلكترونية.

وأشار كل من (Robert Washburn,2009)⁽¹⁶⁾ و (Rosental Calmon Alves,2001)⁽¹⁷⁾ أنه في حال عدم التزام الصحافة الإلكترونية بتقديم خدمات متميزة عن الورقية فإنها مهددة بخسارة مستخدميها، لاسيما وأن إمكانات توظيف الوسائط المتعددة واتباع أسلوب تحرير يتوافق وهذه الوسيلة مازال ضعيفاً.

- الدراسات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي: وفرت التطورات المتلاحقة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات أدوات جديدة للصحفيين تتمثل باستخدام الهواتف والأجهزة المحمولة التي تعمل وفق أنظمة اندرويد (Android)، إذ تمكنهم من نشر الأخبار وتحقيق التواصل بشكل أسرع عبر شبكات التواصل الاجتماعي (Rehab Hany,2013)⁽¹⁸⁾، فساهم نشر الأخبار عبر تويتر (Twitter) في تعميق التواصل بين منتجي المواد الإخبارية والقراء، كما

ساعد القائمين بالاتصال في الحصول على المزيد من الأخبار لاسيما وأن رؤساء غرف الأخبار يسألون بشكل دائم عن وجود قصص إخبارية على تويتر بحاجة للتغطية(Desiree Hill,2010)⁽¹⁹⁾.

وأوضحت الدراسات أن الشباب يميلون لاستقبال الخدمات الصحفية عبر الجوال كما أنهم يفضلون المواقع الإخبارية والمدونات وشبكات التواصل الاجتماعي على الصحافة المطبوعة(أحمد يوسف فرغلي، 2012)⁽²⁰⁾، ويرتبط استخدام حساب مواقع الصحف على الفيس بوك وتويتر بكل من الدوافع النفسية والطقوسية التي توفرت بدرجة مرتفعة لدى مستخدمي دراسة الباحثة(نجوى ابراهيم سيد ابراهيم،2015)⁽²¹⁾، كما يحقق استخدام مواقع التواصل كوسيلة للحصول على المعلومات وفق نظرية الاستخدامات والإشباعات مراقبة البيئة، فتوفير خيار التعليق بحرية على ما يُكتب يولد عند المستخدمين الإحساس أنهم أكثر ارتباطاً بالعالم المحيط بهم،(JodiI Mcfarland Friedman,2013)⁽²²⁾، واتضح أن مشاركة ومناقشة القصص الإخبارية مع الآخرين عبر هذه المواقع يسهم في ارتباط المستخدمين بهذه الأخبار (user engagement)، فتعد الأخبار التي تحظى بأكثر عدد من الإعجاب (likes) تسهم في توليد المزيد من اهتمام المستخدمين والرغبة في مشاركة المعلومات عن الموضوع (Anne Oeldorf-Hirsch,2011)⁽²³⁾، وبشكل عام تعد أكثر فئة عمرية مستخدمة لمواقع التواصل من هم دون سن(35) للحصول على الأخبار التي تتغاضى عنها الوسائل التقليدية، فتبين أن المستخدمين يعتمدون على أصدقائهم في هذه المواقع لإرشادهم إلى المقالات الإخبارية على اعتبارهم مشتركين في الاتجاهات والاهتمامات(Jonna Howe,2011)⁽²⁴⁾.

وبناءً على العرض السابق تكمن أوجه استفادة الباحثة من اطلاعها على مجمل الدراسات السابقة في تعرفها على أبعاد موضوع الدراسة، وكيفية توظيف الإطار

النظري المستخدم، والأدوات المستخدمة في القياس، كما ستوظف نتائج هذه الدراسات لمقارنتها مع الدراسة الحالية.

❖ **الاطار النظري:** تعتمد الدراسة على نظرية ثراء الوسيلة (MRT: Media Richness Theory) التي أطلق البعض عليها الثراء المعلوماتي (IRT: Information Richness Theory) إذ تعد من المداخل النظرية التي تقدم تصنيفاً لوسائل الاتصال والإعلام بناءً على مجموعة من المعايير التي تبحث في مدى مناسبة هذه الوسائل حسب الموقف الاتصالي وطبيعة الرسائل التي تنقلها.

قدم كل من الباحثين دافت ولينغل (Daft&Lengel) شرحاً لمفهوم الثراء فهناك ثراء الوسيلة المرتبط بقدرتها على معالجة المعلومات، أما ثراء المعلومات فيشير إلى قدرة الرسالة على تغيير الفهم ضمن فترة زمنية معينة⁽²⁵⁾ على اعتبار أن المعلومات الثرية هي التي تمكن الأفراد من الفهم الواضح للمعلومات أما الثراء القليل فإنه يحول دون فهمها، كما أن المعلومات الثرية تخفض درجة الغموض وتوجد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة⁽²⁶⁾، بالتالي كلما زاد ثراء المعلومات تطلب الأمر استخدام الوسائل الثرية والعكس صحيح على صعيد كل من الرسالة والوسيلة.

وبتطبيق النظرية في المجال الإعلامي يتضح أنها مستخدمة لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، فتركز على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين، فطبقاً للنظرية فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدى تكون أكثر ثراء، فكلما قل الغموض كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً⁽²⁷⁾، وتفترض هذه النظرية فرضين أساسيين:

- الفرض الأول: أن الوسائل الإعلامية والتكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من البيانات والمعلومات بالإضافة إلى تنوع المضمون المقدم من خلالها،

فتستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الأفراد عند التعرض لها، إذ ينتج الغموض نتيجة حالة عدم التأكد (uncertainty) المرتبطة بغياب المعلومات فيعمد الأفراد لجمع وتحليل البيانات للوصول إلى المعلومات، أما الشك أو ما يطلق عليه اللبس (equivocal) فهو ناتج عن وجود عدة تفاسير متباينة، كما أنه المعنى الذي يحدث التشويش فيكون الهدف في هذه الحالة التوصل إلى معنى واحد وفهم مشترك للمعاني⁽²⁸⁾.

- الفرض الثاني: هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة الإعلامية، فكلما اتصفت الوسائل بهذه الصفات كانت أكثر غنى (richer)، وفي حال عدم تواجد هذه المعايير السابقة أو توفر البعض منها تعتبر الوسيلة ضعيفة (lean)⁽²⁹⁾، وتتلخص هذه المعايير بسرعة رجع الصدى (Immediacy of feedback) ويختصرها البعض بـرجع الصدى (feedback)، كما تشير للتفاعلية (Interactivity)، وهناك الرموز المتعددة (Multiple cues) التي يقصد بها قدرة الوسيلة على توفير الرموز اللفظية (الكلمات، نبرة الصوت) وغير اللفظية (حركة الجسد، تعبيرات الوجه)، بالإضافة لاستخدام اللغة الطبيعية (Natural language) التي يطلق البعض عليها التنوع اللغوي (Language variety)، والتركيز الشخصي (Personal focus) الذي يتمثل بقدرة الوسيلة على إيصال رسالة لشخص محدد كما يقصد به القدرة على نقل المشاعر والأحاسيس الإنسانية⁽³⁰⁾.

تعد المعايير السابقة الأساس الذي انطلقت منه النظرية إلا أنها خضعت لاحقاً للتطوير من خلال اقتراح مجموعة أبعاد أخرى:

- تعد التكلفة المرتبطة بتبني الوسيلة أمراً ضرورياً لاسيما عندما تتطلب المهمة استخدام وسائل اتصال ذات ثراء معلوماتي لتأمين وصول الرسالة بأقل مستوى من التشويش لتفادي حدوث سوء فهم⁽³¹⁾، وأشارت الدراسات الخاصة بخصائص وسائل الإعلام ونظريتها (MFT: Media Feature Theory) أن اختيار الوسائل مرتبط بيسر وسهولة الاستخدام، والمقصود بيسر الاستخدام (Usability) الدرجة التي تسهم فيها الوسيلة بتحويل الرسالة بكل وضوح ومقروئية، كما يشير يسر الاستخدام إلى قدرة الوسيلة على تحويل المعلومات المفيدة وذات الصلة، أما سهولة الاستخدام (Ease of use) فتشير إلى الجهد المبذول عند استخدام الوسيلة إذ يفترض بالوسيلة أن تكون سهلة الاستخدام إذ تعتبر هذه الوسائل الأكثر تفضيلاً عند المستخدمين⁽³²⁾.

- كما أشارت الباحثة (ايناس محمد مسعد فهمي سرج) إلى وجود بعض المتغيرات التي استحدثها الباحثون عندما سعوا إلى تطبيق نظرية ثراء الوسيلة في مجالات مختلفة من بينها علم الاتصال والمكتبات والإعلان والسياسة، فهناك الثقة بالوسيلة (Confidence) إذ ثبت أن كلما زادت الثقة بالوسيلة زاد استخدام الفرد لها، وسهولة الوصول (Availability) فكلما كان الوسيط متاحاً لمرسل الرسالة كان هذا داعماً لاختياره لها، الأمر الذي يقتضي اتاحتها في أماكن متعددة، بالإضافة لسرعة الوصول (Accessibility) فلا يقتصر معنى سرعة الوصول إلى أي مدى تكون هذه الوسيلة سريعة في استقبال المحتوى الذي تحمله فقط، بل تتضمن أيضاً الإشارة إلى قدرة المرسل على إرسال رسالته بسرعة أي أن تتوفر هذه الوسيلة بسرعة لدى المستخدمين في أوقات مختلفة وأماكن متفرقة، وأن يتم تحويل الوسيلة من نموذج تلقى فردي إلى نموذج تلقى متعدد⁽³³⁾.

وتتمثل أوجه استفادة الباحثة من النظرية في تعرف الباحثة على أبرز أبعاد ثراء الوسيلة التي يفترض بها أن تتحقق في الوسيلة، لتحديد أبعاد مقياس الثراء وعباراته.

❖ التساؤلات:

- ما معدل تصفح كل من مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك؟
- ما أكثر الخدمات الإخبارية استخداماً من قبل أفراد عينة الدراسة على كل من مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك؟
- ما درجة تقييم أفراد عينة الدراسة لثراء كل من مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك وفق خصائصها؟
- ما درجة تقييم أفراد عينة الدراسة لثراء معلومات كل من مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك؟
- ما دور الخصائص الديموغرافية(النوع، السن، التعليم، المستوى الاقتصادي) في وجود فروق بين أفراد عينة الدراسة من حيث معدل الاستخدام وتقييم ثراء الوسيلة ومعلوماتها؟

❖ فروض الدراسة: تسعى فروض الدراسة لتوضيح العلاقة بين المتغيرات الآتية:

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام كل من مواقع الصحف الإلكترونية وصفحاتها على الفيس بوك وتقييم المستخدمين لثراء الوسيلة.

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام كل من مواقع الصحف الإلكترونية وصفحاتها على الفيس بوك وتقييم المستخدمين لثراء المعلومات.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الوسيلتين (مواقع الصحف الإلكترونية وصفحاتها على الفيس بوك) في (معدل الاستخدام، تقييم درجة ثراء الوسيلة، تقييم درجة ثراء المعلومات).
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة وفق المتغيرات الديموغرافية (النوع، السن، التعليم، المستوى الاقتصادي) في (معدل الاستخدام، تقييم درجة ثراء الوسيلة ومعلوماتها).

❖ الإطار المنهجي:

1. نوع الدراسة ومنهجها: تندرج الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تسعى للتعرف على تقييم مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك لدرجة ثرائها كوسيلة تمتلك خيارات تقنية وفرتها الإنترنت، وانعكاس ذلك على درجة ثرائها المعلوماتي، لذا تعتمد الدراسة على منهج المسح بتطبيق دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين لمعرفة درجة تقييمهم لثراء المواقع وصفحاتها على الفيس بوك.
2. أدوات جمع البيانات: صممت الباحثة استمارة استقصاء قسمتها إلى محاور تتفق وأهداف الدراسة، وعرضتها على مجموعة من المختصين (***) في المجال، ذلك في الفترة الممتدة بين (2016/1/17) و(2016/1/31)، والتزمت الباحثة بتطبيق التعديلات المقترحة منهم حول إعادة صياغة بعض عبارات المقاييس، إذ أن الهدف الأبرز من مجمل أسئلة الاستبيان التوصل إلى مقاييس تساعد على تحقيق أهداف البحث.

وللتحقق من ثبات المقاييس التجميعية الواردة في الاستبيان الميداني استعانت الباحثة بمعامل الثبات ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach) والتحليل العاملي التوكيدي (Factor Analysis) بطريقة المكونات الأساسية (Principal Components) لهوتلينج (Hottelling)، واعتماد أسلوب التدوير فاريماكس (varimax)، لضمان تشبع المتغير على عامل واحد فقط، وتحديد العلاقة بين متغيرات العامل الواحد التي تكون أقوى فيما بينها مقارنة بمتغيرات العوامل الأخرى، ولتتمكن الباحثة من تطبيق التحليل العاملي على المقاييس كان لابد من مراعاة أن تزيد قيمة (KMO: Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) على (0.50) للدلالة على أن حجم العينة كافي للتطبيق، وأن يكون مؤشر العلاقة بين العبارات المعبر عنه بمستوى دلالة اختبار (Bartlett) أقل من (0.05) للتأكيد على أنه توجد علاقة بين العبارات.

- **المقياس التجميعي لمميزات الوسيلة (***)**: بلغت قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ للمقياس المكون من (15 عبارة) (0.757) وهي قيمة ثبات مرتفعة جداً، تؤكد صلاحية المقياس للتطبيق، وعند إجراء التحليل العاملي كانت النتائج الآتية:

جدول (1)

التحليل العاملي لمقاييس ميزات الوسيلة

العبارات	المتباين المشترك	العامل(1) رجع الصدى والتفاعلية	العامل(2) تعدد الرموز	العامل(3) الكلفة	العامل(4) الثقة	العامل(5) سهولة الاستخدام	العامل(6) سرعة الوصول
س1-16	0.77	0.83					
س2-16	0.75	0.81					
س5-16	0.65	0.77					
س4-16	0.61	0.76					
س3-16	0.40	0.48					
س7-16	0.89		0.93				
س8-16	0.81		0.89				
س6-16	0.75		0.84				
س16-16	0.94		0.96				
س15-16	0.94		0.95				
س13-16	0.89			0.91			
س14-16	0.89			0.90			
س12-16	0.90				0.94		
س11-16	0.89				0.94		
س10-16	0.73					0.84	
س9-16	0.61					0.73	
الجذر الكامن		3.73	2.86	1.82	1.69	1.25	1.12
نسبة التفسير		23.31	17.88	11.41	10.59	7.83	7.04
نسبة التفسير التراكمية للعوامل		78.09					
0.686 =KMO ، $3458.87 = \chi^2$ (Bartlett) ، درجة الحرية=120 ، مستوى المعنوية=0.000							

تدل النتائج الواردة في الجدول السابق على إمكانية تطبيق التحليل العاملي على هذا المقياس حيث بلغت قيمة معامل (KMO) للعينة (0.686)، ومستوى معنوية

اختبار (Bartlett) أقل من (0.05)، فتم التوصل إلى ستة عوامل حيث لم تقل قيم التباين المشترك (communalities/extraction) وقيم تشبع العبارات عن (0.30) بالتالي سيضم المقياس مجمل العبارات السابقة، وتجاوزت قيم الجذر الكامن لكل عامل الواحد الصحيح، وتباينت نسب تفسير العوامل فيما بينها إلا أن نسبة التفسير التراكمية للعوامل قد وصلت إلى (78.09%)، وتتفق النتيجة السابقة من حيث توزيع العوامل مع ما سبق للباحثة وأن سعت لتحقيقه من العبارات التي يتضمنها السؤال فتشير هذه العوامل إلى أبرز ما أشارت إليه نظرية ثراء الوسيلة من حيث ضرورة توفر آليات لرجع الصدى والتفاعلية وتعدد الرموز المرتبطة بشكل تقديم المعلومة، بالإضافة إلى الأبعاد الجديدة التي اقترحتها تطوير النظرية فيعد عامل الكلفة والثقة بالوسيلة وسرعة الوصول وسهولة الاستخدام من أبرز أسباب الاستخدام.

– **المقياس التجميعي للمعلومات:** بلغت قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ للمقياس المكون من (17 عبارة) (0.830) وهي قيمة ثبات مرتفعة جداً تؤكد صلاحية المقياس للتطبيق، وعند إجراء التحليل العاملي كانت النتائج الآتية:

جدول (2)

التحليل العائلي لمقياس المعلومات

العامل(5) مناسبة للموضوع	العامل(4) سهولة الفهم	العامل(3) اللغة المفهومة	العامل(2) مواكبة للحدث	العامل(1) الدقة	التباين المشترك	العبارات
				0.80	0.70	س7-17
				0.80	0.73	س8-17
				0.78	0.71	س5-17
				0.68	0.58	س4-17
				0.64	0.53	س3-17
				0.61	0.71	س10-17
			0.87		0.80	س16-17
			0.83		0.77	س15-17
			0.58		0.63	س6-17
			0.43		0.23	س17-17
		0.93			0.91	س2-17
		0.91			0.92	س1-17
	0.96				0.94	س14-17
	0.96				0.93	س13-17
0.68					0.60	س12-17
0.65					0.46	س9-17
0.55					0.46	س11-17
1.08	1.43	1.85	2.07	5.23	الجذر الكامن	
6.37	8.46	10.93	12.21	30.77	نسبة التفسير	
68.76					نسبة التفسير التراكمية للعوامل	
0.725 =KMO ، (Bartlett) $\chi^2=3614.93$ ، درجة الحرية=136 ، مستوى المعنوية=0.000						

توضح النتائج السابقة إمكانية تطبيق التحليل العائلي على هذا المقياس حيث بلغت قيمة معامل (KMO) للعينة (0.725)، ومستوى معنوية اختبار (Bartlett) أقل من

(0.05)، وعند التطبيق تم التوصل إلى خمسة عوامل، ويلاحظ أن قيم التباين المشترك (communalities/extraction) وقيم تشعب العبارات على كل عامل لم تقل عن (0.30) باستثناء العبارة (س17-17) إذ يلاحظ أن قيمة التباين المفسر وصلت إلى (0.23) لذا سيتم استبعاد هذه العبارة من المقياس، ويلاحظ أن قيم الجذر الكامن لكل عامل قد تجاوزت الواحد الصحيح، وتباينت نسب تفسير العوامل فيما بينها إلا أن نسبة التفسير التراكمية للعوامل الخمسة قد وصلت إلى (68.76%)، وتتفق النتيجة السابقة من حيث توزيع العوامل مع ما سبق للباحثة وأن سعت لتحقيقه من العبارات التي يتضمنها السؤال فتشير هذه العوامل إلى أبرز ما أشارت إليه الباحثة (ابناس محمد مسعد فهمي سرج)⁽³⁴⁾ على أنها العوامل المرتبطة بجودة المعلومات، وبالنسبة للعبارة المحذوفة فهي تدرج ضمن عامل مواكبة الحدث وقد وفرت الباحثة ثلاث عبارات بديلة تشبعت على العامل نفسه، ويرتبط انخفاض قيمة التباين المشترك للعبارة بإجابات أفراد عينة الدراسة فيلاحظ من إعادة الاطلاع على العبارة أنها كانت "المعلومات المقدمة كافية فلا اعتمد على وسيلة أخرى للحصول على المزيد من المعلومات" مما يعكس عدم اتساق مع بقية العبارات إذ أنها قد تميل للحديث عن الوسيلة أكثر من معلوماتها.

وبشكل عام تتضمن الدراسة مجمل المقاييس الآتية:

جدول (3)

مقاييس الدراسة

اسم المقياس	رقم السؤال	مجال المقياس	مستويات المقياس		
			مرتفع	متوسط	منخفض
معدل الاستخدام	س6 (أيام التصفح في الأسبوع)	13-3	9-7	6-3	
	س7 (مرات التصفح في اليوم)				
	س8 (ساعات التصفح)				
ثراء الوسيلة	س16 - كل العبارات	48-16	37-27	26-16	48-38
ثراء المعلومات	س17 باستثناء العبارة (17)	48-16	37-27	26-16	48-38
المستوى الاقتصادي	س22 (مستوى الحي)	21 - 5	15-11	10 - 5	21-16
	س23 (طبيعة السكن)				
	س24 (نوع المسكن)				
	س26 (متوسط الدخل الشهري)				
	س27 (ملكية سيارة)				
	س28 (مقياس الأجهزة)				

❖ الإطار الإجرائي:

❖ **مجتمع وعينة الدراسة:** يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية بمستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك المتواجدين في محافظة دمشق بمختلف فئاتهم العمرية ومستوياتهم التعليمية والاقتصادية، أما عينة الدراسة فطبقت الباحثة الدراسة على عينة عمدية قوامها (400) مفردة، فاعتمدت على مبدأ التوزيع المتساوي وفق بعض المتغيرات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة (النوع والسن)، وراعت الباحثة المستوى التعليمي عند التوزيع، وطُبقت الدراسة في الفترة الممتدة بين (2016/5/1) و(2016/5/31).

- ❖ **المعالجة الإحصائية للبيانات:** استخدمت الباحثة لتحليل البيانات برنامج "SPSS" وتم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (95%) فأكثر، أي عند مستوى معنوية (0.05) فأقل، وأبرز المعاملات والاختبارات الإحصائية المستخدمة الآتي:
 - التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
 - المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
 - الوزن المرجح: يحسب بضرب التكرارات بوزن معين تقرره الباحثة بناءً على عدد المراتب في السؤال، ثم تجمع نتائج الضرب لكل بند للحصول على مجموع الأوزان المرجحة وتحسب النسب المئوية لبند السؤال كلها.
 - الوزن النسبي (أو المئوي) يحسب من المعادلة التالية : **(المتوسط الحسابي × 100 ÷ الدرجة العظمى للإجابة على العبارة)**
 - التحليل العاملي (Factor Analysis) لتحديد العوامل الكامنة التي تفسر نماذج الارتباط بين مجموعة من المتغيرات الملاحظة، ولاستنباط عدد قليل من العوامل التي تفسر معظم التباين الملاحظ في عدد أكبر من المتغيرات الظاهرة ، كما يستخدم للثبوت من الصدق العاملي للمقاييس.
 - معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach) تحليل ثبات المقاييس (Reliability Analysis) بتقدير الاتساق الداخلي بين العبارات المكونة للمقياس عن طريق حساب متوسط الارتباطات بين عبارات المقياس وبعضها.
 - اختبار (Z-Test) لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين مئويتين، وقد اعتبرت قيمة Z غير دالة إذا لم تصل إلى 1.96 ، واعتبرت دالة عند مستوى ثقة 95% فأكثر إذا بلغت 1.96 وأقل من 2.58 .

- اختبار (ت) للمجموعات المرتبطة (Paired Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مرتبطتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio) .
 - تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval or Ratio) .
 - الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (LSD: Least Significance Difference) لمعرفة مصدر التباين بين ثلاث مجموعات أو أكثر التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائياً بينها .
 - اختبار كاي² لحسن المطابقة (Goodness of Fit Chi Square) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الاسمي أو الرتبي (Nominal or Ordinal).
 - معامل ارتباط سبيرمان (Spearman Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من المستوى الرتبي (Ordinal) وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من (0.30)، ومتوسطة ما بين (0.30-0.70)، وقوية إذا زادت عن (0.70).
- نتائج الدراسة :** تستعرض الباحثة نتائج سؤال الوسيلة الأكثر استخداماً، إذ أن عرض نتائج بقية محاور الدراسة سيكون وفق الوسيلة المستخدمة، فكانت النتائج على النحو الآتي:

جدول (4)

توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لوسيلة التصفح

وسيلة التصفح	ك	%
الموقع على شبكة الإنترنت	144	36
صفحة الموقع على الفيس بوك	256	64
المجموع	400	100

توضح النتائج أنه يوجد فرق واضح بين نسب تفضيل كل وسيلة، فكانت الوسيلة الأكثر استخداماً صفحة الموقع على الفيس بوك بنسبة (64%)، أما نسبة استخدام موقع الصحيفة كانت (36%)، وتؤكد هذه النتيجة أهمية الدراسة الحالية، إذ تسعى الباحثة إلى التعرف على أسباب استخدام صفحة الموقع على الفيس بوك في إطار نظرية ثراء الوسيلة لمعرفة إن كانت خصائص الوسيلة وانعكاسه على المعلومات التي تقدمها هو السبب.

أولاً. خصائص عينة الدراسة: أشارت الباحثة إلى اتباع مبدأ التوزيع المتساوي بين الذكور والإناث لذلك فإن نسبة كل منهما من إجمالي عينة الدراسة (50%)، كما خصصت لكل فئة عمرية (100) استمارة بالتالي كانت نسبة كل منها من إجمالي عينة الدراسة (25%)، وراعت أن تشمل العينة جميع مستويات التعليم، فكانت النتائج على النحو الآتي:

جدول (5)

توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً للمتغيرات الديموغرافية

المتغير		مواقع الصحف		صفحات المواقع		المجموع	
		%	ك	%	ك	%	ك
النوع	ذكر	63.2	91	42.6	109	50	200
	أنثى	36.8	53	57.4	147	50	200
	المجموع	100	144	100	256	100	400
السن	18 وأقل من 25 سنة	14.6	21	30.9	79	25	100
	25 وأقل من 35 سنة	24.3	35	25.4	65	25	100
	35 وأقل من 45 سنة	27.8	40	23.4	60	25	100
	45 سنة فأكثر	33.3	48	20.3	52	25	100
	المجموع	100	144	100	256	100	400
التعليم	أساسي وما دون	4.2	6	6.2	16	5.5	22
	ثانوي	22.9	33	46.1	118	37.8	151
	معهد متوسط	22.2	32	26.6	68	25	100
	جامعي	47.2	68	21.1	54	30.5	122
	دراسات عليا	3.5	5	-	-	1.2	5
	المجموع	100	144	100	256	100	400
المستوى الاقتصادي	منخفض	4.2	6	3.9	10	4	16
	متوسط	72.9	105	79.7	204	77.2	309
	مرتفع	22.9	33	16.4	42	18.8	75
	المجموع	100	144	100	256	100	400

تبيّن النتائج أن النسبة الأكبر لمستخدمي المواقع من الذكور (63.2%)، وأن الفئة العمرية (45 سنة فأكثر) هي الأكثر استخداماً حيث وصلت نسبتها (33.3%)، ويليهما فئة (35 سنة وأقل من 45 سنة) إذ كانت نسبتها (27.8%)، ويتركز المستخدمون في فئة التعليم الجامعي بنسبة (47.2%)، وذلك بفارق واضح عن بقية مستخدمي المواقع

من فئات التعليم الأخرى، كما أنهم من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط بنسبة (72.9%).

تشير النتائج الخاصة بمستخدمي صفحات المواقع على الفيس بوك أن النسبة الأكبر للمستخدمين من الإناث إذ كانت نسبتهم (57.4%)، وتعد الفئة العمرية (18 سنة وأقل من 25 سنة) الأكثر استخداماً إذ وصلت النسبة إلى (30.9%)، ويليهما فئة (25 سنة وأقل من 35 سنة) إذ كانت نسبتها (25.4%)، كما يتركز المستخدمون في فئة التعليم الثانوي بنسبة (46.1%)، وهم من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط بنسبة (79.7%)، وتتفق النتيجة الخاصة بمستخدمي الصفحات من حيث الفئة العمرية بما سبق لدراسة (Jonna Howe)⁽³⁵⁾ التوصل إليه أنه ترتفع نسبة الاستخدام لمواقع التواصل لمن هم دون سن (35).

ثانياً: الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك:

- الصحف الإلكترونية السورية الأكثر استخداماً: طلبت الباحثة من أفراد عينة الدراسة ترتيب هذه الصحف وفق أهميتها بالنسبة لهم، وتقتصر الباحثة في عرضها النتائج الكلية لهذا السؤال، إذ أن جميع الصحف الإلكترونية توفر صفحات لها على الفيس بوك، وفي هذه الحال يكون المستخدم ميالاً للصحيفة الإلكترونية بشكل عام، بغض النظر عن الوسيلة المستخدمة للوصول إلى خدماتها، وتعتمد الباحثة على عرض النتائج وفق النسب المئوية للنقاط الترجيحية على النحو الآتي:

جدول (6)

الصحف الإلكترونية السورية الأكثر استخداماً

الصحف الإلكترونية السورية					أسماء المواقع
%	نقاط ترجيحية	ت3	ت2	ت1	
1.92	46	7	6	9	صحيفة الثورة
3	72	1	16	13	صحيفة تشرين
0.17	4	2	1	-	صحيفة البعث
10.63	255	40	37	47	الوطن
0.17	4	1	-	1	ثورة اون لاين
1.21	29	5	6	4	تشرين اون لاين
0.96	23	5	3	4	البعث ميديا
6.83	164	35	21	29	أوقات الشام
8.79	211	25	39	36	دي برس
17.83	428	50	72	78	سورية الآن Syria now
7.75	186	45	30	27	سورية الحدث
22.42	538	56	97	96	عاجل breaking news
3.54	85	45	14	4	دام برس
4.33	104	18	19	16	سانا
9.42	226	63	38	29	بلدنا
100	2400	400			ن

يتبين من النتائج السابقة أن أبرز الصحف الإلكترونية السورية استخداماً (عاجل) بنسبة (22.42%)، ويليه (سورية الآن) بنسبة (17.83%)، ثم (الوطن) بنسبة (10.63%)، ويلاحظ أن مجمل هذه المواقع مرتبط بالصحف الإلكترونية الخاصة، وإن كل من (عاجل وسورية الآن) لا يوجد له مثيل ورقي في حين أن (الوطن) مرتبطة بصحيفة ورقية، ويلاحظ أنه توجد فروق واضحة بين النسب المئوية باستثناء أول موقعين، إلا أن الفرق يبدأ بالظهور من المرتبة الثالثة، فتوجد صحف لم تصل نسبها المئوية إلى الواحد الصحيح.

ويتضح أن الصحف الإلكترونية الحكومية المرتبطة بالنموذج الورقي نسبها قليلة مقارنة ببقية المواقع مثل صحيفة الثورة، كما أن النسخ الإلكترونية الجديدة المرتبطة بها أيضاً نسبها ضعيفة، إذ كانت نسبة موقع الثورة أون لاين (0.17%) وتشرين أون لاين (1.21%)، وتعتقد الباحثة أن هذه النتيجة مرتبطة بقلة استخدام مواقع الصحف الرئيسية التي روجت للمواقع الجديدة التابعة لها على صفحاتها الرئيسية.

- معدل الاستخدام: توصلت الباحثة إلى مقياس لمعدل الاستخدام استناداً لإجابات أفراد عينة الدراسة عن ثلاثة أسئلة وضحتها الباحثة في الإطار المنهجي، وتوزعت النتائج على النحو الآتي:

جدول (7)

توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمقياس معدل الاستخدام

معدل الاستخدام		مواقع الصحف		صفحات المواقع		المجموع	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
25	17.4	36	14.1	61	15.2	122	30.7
94	65.3	159	62.1	253	63.2	456	113.5
25	17.4	61	23.8	86	21.5	172	42.8
144	100	256	100	400	100	800	100

توضح النتائج أنه يوجد تباين واضح بين نسب معدلات الاستخدام على صعيد كل وسيلة، إلا أن النتيجة واحدة على صعيدهما إذ كانت النسبة الأعلى لمعدل الاستخدام المتوسط، فكانت النسبة على صعيد مواقع الصحف (65.3%)، وكذلك الأمر بالنسبة لصفحات المواقع على الفيس بوك إذ كانت (62.1%)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة الباحثة (نجوى ابراهيم سيد ابراهيم) التي توصلت إلى أن كثافة استخدام أفراد عينة دراستها من الشباب للفيس بوك كانت مرتفعة بنسبة (63.8%)⁽³⁶⁾.

- الخدمات الإخبارية لمواقع الصحف الإلكترونية:

جدول (8)

توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمدى استخدام الخدمات الخاصة بمواقع الصحف الإلكترونية السورية (ن=144)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	لا استخدمها		أحياناً		دائماً		مدى الاستخدام الخدمات الإخبارية
		%	ك	%	ك	%	ك	
94.33	2.83	-	-	16.7	24	83.3	120	1. أتابع الأخبار العاجلة "عاجل"
91.33	2.74	2.8	4	20.8	30	76.4	110	2. أتابع الأخبار عن طريق "الشريط الإخباري"
88.33	2.65	5.6	8	24.3	35	70.1	101	3. أطلع على المواد الأكثر قراءة
68	2.04	25.7	37	44.4	64	29.9	43	4. استفيد من روابط المواقع الأخرى التي تقترحها الصحيفة
61	1.83	43.8	63	29.9	43	26.4	38	5. أطلع على العدد الورقي من الصحيفة عبر الموقع
59.33	1.78	39.6	57	42.4	61	18.1	26	6. أطلع على الأعداد السابقة من الصحيفة
57.33	1.72	43.8	63	40.3	58	16	23	7. أشارك في استطلاعات الرأي
55.67	1.67	37.5	54	58.3	84	4.2	6	8. أتابع حساب الموقع على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي مثل "الفيس بوك"
55.67	1.67	55.6	80	22.2	32	22.2	32	9. أبدى رأي حول الأخبار من خلال التعليقات
54	1.62	47.2	68	43.8	63	9	13	10. أبحث في أرشيف الصحيفة
40	1.20	82.6	119	14.6	21	2.8	4	11. أشارك الأخبار مع الأصدقاء بالطرق المتاحة إما عبر البريد الإلكتروني أو مواقع التواصل الاجتماعي
36.67	1.10	90.3	130	9	13	0.7	1	12. أرسل الرسائل للقائمين على الموقع
36	1.08	92.4	133	7.6	11	-	-	13. اشتراك بالأخبار عن طريق القوائم البريدية التي تمكنني من الحصول على الأخبار عن طريق البريد الإلكتروني
35.33	1.06	93.8	135	6.2	9	-	-	14. أحصل على الأخبار المحدثه عن طريق خدمة (RSS) أي الخلاصات الإخبارية فعند إضافة أي خبر جديد على الموقع يصل التحديث لي.

- ترتبط الخدمات السابقة بالمواقع حصراً، وتعكس مجمل الخدمات توظيف أبرز أبعاد نظرية ثراء الوسيلة وكيفية تحويلها إلى خدمات إخبارية للصحف الإلكترونية، فتعد الأخبار العاجلة التي تعكس المتابعة المستمرة للأحداث من أبرز الخدمات التي يهتم بها مستخدمو مواقع الصحف، وذلك بوزن (94.33)، والشريط الإخباري الذي يقدم ملخصاً لأبرز أحداث اليوم بوزن (91.33)، بالإضافة للمواد الأكثر قراءة إذ كان وزنها (88.33)، ويرتبط الوزن النسبي لهذه العبارات بمدى استخدام أفراد عينة الدراسة لهذه الخدمات إذ تشير النتائج أن النسب الأعلى كانت للاستخدام الدائم، وبالرغم من أهمية كلا من خدمتي القوائم البريدية والخلاصات الإخبارية للحصول على الأخبار الفورية، إلا أن خدمة القوائم البريدية كان وزنها (36) وكذلك ينطبق الأمر على خدمة الخلاصات الإخبارية (RSS) فوزنها (35.33).
- كما يتضح أن مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية يستفيدون من روابط المواقع الأخرى التي تقترحها الصحيفة والتي تساعدهم غالباً على الوصول لوسائل إعلامية مشابهة فكان وزن العبارة (68) إذ أن نسبة الاستفادة من الخدمة "أحياناً" (44.4%).
- سعت مواقع الصحف إلى تطوير وسائل تقديم خدماتها الإخبارية من خلال توفير حساب لها على مواقع التواصل مثل الفيس بوك، إلا أن الوزن النسبي لهذه العبارة كان (55.67)، إذ أن نسبة استفادة مستخدمي مواقع الصحف من هذه الخدمة كانت "أحياناً" بنسبة (58.3%)، ويليهما نسبة الذين لا يعتمدون على هذه الخدمة (37.5%).
- ينعكس توظيف الإمكانيات التقنية التي تمتلكها المواقع على شكل تقديم خدماتها الإخبارية بتحديد شكل الحصول على الخبر (المعلومة)، وهو ما يتضح من نتائج

الجدول الوارد في الملاحق حول ثراء الوسيلة وفق خصائصها، فيتضح أن الوزن النسبي للعبارات الخاصة باستخدام الوسائط المتعددة لم تقل عن (74).

- تتميز الصحف الإلكترونية بقدرتها على تقديم خدماتها الإخبارية مزودة بمجموعة من الأبعاد التفاعلية التي تمكن المستخدمين من التعبير عن رأيهم والتفاعل فيما بينهم ومع القائمين عليها، وحسب النتائج يتضح أن مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية لا يستخدمون هذه الأبعاد إذ يلاحظ أنه يوجد فرق واضح بين أوزان العبارات الخاصة بهذه الأبعاد التفاعلية من إجمالي الخدمات التي تقدمها المواقع، فكان الوزن النسبي لإبداء الرأي حول الأخبار من خلال التعليقات (55.67)، وكان الوزن النسبي الأقل لعبارة إرسال الرسائل للقائمين على الموقع (36.67)، ولا تتفق هذه النتيجة مع ما سبق للباحث (أحمد عادل عبد الفتاح محمد) التوصل إليه إذ يوجد اختلاف في النتائج ففي الوقت الذي أوضحت فيه نتائج دراسة الباحث أنه تساوت نسبي الإرسال للقائمين بالاتصال بشكل "دائم" و"أحياناً" (36.8%)، كانت نتائج الدراسة الحالية لعدم الاستخدام بنسبة (90.3%)⁽³⁷⁾.

- توجد مجموعة من الخدمات التي تقدمها الصحف الإلكترونية المرتبطة بالصحف الورقية كالإطلاع على العدد الورقي فكان وزنها (61) والعودة للأرشيف (45)، ويلاحظ أن نسب استخدامها ضعيفة.

- الخدمات الإخبارية لصفحات مواقع الصحف على الفيس بوك: توصلت الباحثة إلى مجموعة من الخدمات الإخبارية التي تقدمها صفحات مواقع الصحف الإلكترونية على الفيس بوك، ويلاحظ أنه توجد بعض الخدمات التي تشبه من حيث الوظيفة ما تقدمه مواقع الصحف فإن التنبيهات على الفيس بوك تشبه ما يتعلق بالخلاصات الإخبارية على مواقع الصحف، كما أنه من الممكن العودة

للمنشورات السابقة (posts) التي تمثل (الأخبار-المواد الإخبارية)، ومجمل الخدمات الأخرى متشابهة مع المواقع فيما يتعلق بالأبعاد التفاعلية، وكانت النتائج على النحو الآتي:

جدول (9)

توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً للخدمات الإخبارية الخاصة بصفحات المواقع على الفيس بوك (ن=256)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	لا استخدمها		أحياناً		دائماً		مدى الاستخدام الخدمات الإخبارية
		%	ك	%	ك	%	ك	
95.33	2.86	-	-	14.1	36	85.9	220	1. أتابع الأخبار العاجلة "عاجل"
74	2.22	21.5	55	35.2	90	43.4	111	2. اطّلع على الأخبار (المنشورات posts) السابقة من خلال الجدول الزمني (timeline)
72.67	2.18	17.6	45	47.3	121	35.2	90	3. أبدي رأي حول الأخبار من خلال التعليقات
73.33	2.20	17.6	45	44.9	115	37.5	96	4. أحصل على الأخبار المحدثّة عن طريق التنبيهات (Notifications)
71.33	2.14	16	41	53.5	137	30.5	78	5. استفيد من الصفحات الأخرى التي يقترحها المسؤولون عن الصفحة
59.33	1.78	31.6	81	58.6	150	9.8	25	6. أشارك الأخبار التي اطّلع عليها مع الأصدقاء (Share)
56.33	1.69	37.9	97	55.5	142	6.6	17	7. الإطلاع على الموقع الإلكتروني للصحيفة
48.6	1.46	61.7	158	30.8	78	7.8	20	8. استفيد من محرك البحث للحصول على الأخبار السابقة
42	1.26	75	192	24.2	62	0.8	2	9. أرسل الرسائل (Messages) للقائمين على الصفحة

- أبرز الخدمات التي يحصل عليها مستخدمو صفحات المواقع على الفيس بوك "الأخبار العاجلة" وذلك بفارق واضح عن بقية الخدمات فكان وزنها (95.33)، ويعد الإطلاع على المنشورات السابقة (الأخبار)، ثاني أبرز الخدمات إذ كان وزنها (74).

- وبالنسبة للاشتراك بالتنبيهات (Notifications) فهي وسيلة تمكن المستخدم من معرفة أنه يوجد منشور جديد على إحدى الصفحات التي اشترك بها المستخدم، ويلاحظ أن توزع إجابات المستخدمين عن مدى الاستخدام كانت "لدائماً" بنسبة (43.4%) و "أحياناً" (35.2%).
- يستفيد مستخدمو صفحات المواقع على الفيس بوك من تنوع أشكال تقديم الأخبار (المعلومات)، فحسب نتائج الجدول الوارد في الملاحق المتعلق بخصائص ومميزات الوسيلة يتضح أن الوزن النسبي للعبارة الخاصة باستخدام الوسائط المتعددة لم تقل عن (79).
- تظهر أبعاد التفاعلية الأكثر استخداماً على الصفحة ما يتعلق بإبداء الرأي من خلال التعليقات ومشاركة الأخبار مع الأصدقاء فكان الوزن النسبي لعبارة التعليقات (72.67) لأن النسبة الأعلى للاستخدام "أحياناً" (47.3%)، أما مشاركة الأخبار مع الأصدقاء فكان الوزن النسبي للعبارة (59.33)، فالنسبة الأعلى لمدى الاستخدام أحياناً بنسبة (58.6%)، أما إمكانية التواصل مع القائمين على الصفحة فإنها أقل بعد تفاعلي إذ كان وزنها النسبي (42).
- يتضح أن أفراد عينة الدراسة الذين يعتمدون على صفحات المواقع على الفيس بوك يستفيدون من الصفحات الإضافية المقترحة فالوزن النسبي للعبارة (71.33)، إذ كانت النسبة الأعلى للاستفادة "أحياناً" بنسبة (53.5%)، ويليهما الاستفادة بشكل دائم بنسبة (30.5%).
- وفرت الصحف الإلكترونية صفحات لها على الفيس بوك كخدمة إضافية تقدمها لمستخدميها، لذا خصصت الباحثة عبارة عن مدى عودة مستخدمي صفحات الموقع على الفيس بوك لموقع الصحيفة فيتبين أن الوزن النسبي للعبارة (56.33)، ومرد ذلك أن مدى الاستخدام الأعلى كان "أحياناً" بنسبة

(55.5%)، وتليه نسبة "عدم الاستخدام" (37.9%)، أما نسبة الذين يعودون للموقع بشكل "دائم" كانت (6.6%).

- تبين أن النسبة الأعلى من مستخدمي صفحات المواقع على الفيس بوك لا يميلون لاستخدام محرك البحث الذي يوفره الفيس بوك للبحث عن الأخبار وفق كلمات مفتاحية توصلهم لأخبار سابقة النشر، إذ كانت نسبة عدم الاستخدام (61.7%).

وعقدت الباحثة مقارنة بين إجابة مستخدمي مواقع الصحف عن عبارة "أتابع حساب الموقع على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي مثل "الفيس بوك" وتوزع إجابات مستخدمي صفحات المواقع على الفيس بوك عن العبارة الخاصة بالعودة للموقع "الإطلاع على الموقع الإلكتروني للصحيفة"، يتضح من توزع النسب المئوية أن معدل استخدام أفراد عينة الدراسة للوسيلة الثانية(****) بالنسبة لهم أنه "أحياناً" ولم تقل النسبة عن (50%)، إلا أن نسبة مستخدمي كل وسيلة التي لا تعتمد على الوسيلة الثانية كانت مرتفعة فبالنسبة لمستخدمي المواقع فإن نسبة الذين لا يعتمدون على صفحات الموقع كانت (37.5%)، أما نسبة مستخدمي صفحة الفيس بوك الذين لا يعتمدون على الموقع كانت (37.9%)، واتضح أنه توجد نسب ضعيفة لدى مستخدمي كل وسيلة في استخدام الوسيلة الثانية بشكل "دائم" فبالنسبة لمستخدمي الموقع فإن نسبة استخدامهم للصفحة كانت (4.2%)، أما نسبة الذين يستخدمون صفحة الفيس بوك ويعودن للموقع بشكل دائم كانت (6.6%)، بالتالي تعتقد الباحثة أن مرد هذه النتيجة مرتبط بميل مستخدمي كل وسيلة إلى الاكتفاء بها اعتقاداً منهم بقدرتها على إشباع رغباتهم.

- درجة الرضا عن الخدمات الإخبارية:

جدول (11)

توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لدرجة الرضا عن الخدمات الإخبارية

تقييم مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك لثراء خدماتها الإخبارية

مستوي المعنوية	قيمة Z	المجموع		صفحات المواقع		مواقع الصحف		درجة الرضا
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.014	1.571	50.8	203	56.6	145	40.3	58	راض تماماً
		40.2	161	34.4	88	50.7	73	راض إلى حد ما
		9	36	9	23	9	13	غير راض
		100	400	100	256	100	144	المجموع

توضح النتائج أنه يوجد تباين في درجة الرضا عن الخدمات الإخبارية للصحف الإلكترونية السورية، وذلك مرتبط بالوسيلة المستخدمة للوصول إلى خدماتها، فبالنسبة لمستخدمي مواقع الصحف كانت درجة رضاهم "إلى حد ما" بنسبة (50.7%)، أما درجة رضا مستخدمي صفحة الفيس بوك فكانت "راض تماماً" بنسبة (56.6%)، كما استخلصت الباحثة قيمة (Z) الموضحة للفروق بين النسب المختلفة المبينة في الجدول أعلاه فيلاحظ أنه يتم الحصول على نتيجة تدعم ما تم التوصل إليه على صعيد كل وسيلة على حدة.

- رابعاً. تقييم أفراد عينة الدراسة لثراء مواقع الصحف الإلكترونية وصفحاتها على الفيس بوك (*):

أ- التقييم وفق خصائص الوسيلة: توصلت الباحثة إلى مقياس لثراء الوسيلة يتكون من (16) عبارة موزعة وفق الأبعاد الرئيسية التي وضحتها نظرية الثراء وتطويرها لاحقاً، وكانت النتائج على النحو الآتي:

جدول (12)

توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمقياس ثراء الوسيلة

المجموع		صفحات المواقع		مواقع الصحف		ثراء الوسيلة
%	ك	%	ك	%	ك	
40	160	27.3	70	62.5	90	متوسط
60	240	72.7	186	37.5	54	مرتفع
100	400	100	256	100	144	المجموع

يتضح أنه لم تظهر أي نسبة لدرجة التقييم المنخفض لذا لم يرد ذكرها في الجدول النهائي لعرض النتائج، وقد حصلت المواقع على درجة ثراء متوسطة وذلك بنسبة (62.5%)، بينما قيم أفراد عينة الدراسة الذين يعتمدون على صفحة الموقع على الفيس بوك أنها ذات درجة ثراء مرتفعة بنسبة (72.7%)، ويرتبط التقييم السابق بإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات المقياس التي توصلها الباحثة في ملاحق الدراسة (***)، وعليه تعتقد الباحثة مقارنة بين إجابات مستخدمي كل وسيلة عن عبارات البعد الواحد، فكانت الإجابات على النحو الآتي:

- يوضح ترتيب العبارات وفق أبعاد الثراء أنه شبه موحد في بعض الأبعاد، وذلك مرتبط بتقارب نسب الإجماع على هذه العبارات بالموافقة، وذلك على النحو الآتي:

- تعدد الرموز: يجمع بالموافقة مستخدمو كل من الموقع وصفحته على الفيس بوك أنهم يستفيدون من تقديم المعلومات مزودة بالوسائط المتعددة، فكان ترتيب الاستفادة من هذه الوسائط للصور في الدرجة الأولى حيث لم تقل النسب عن (69%) على صعيد الوسيلتين، يليها الفيديو بنتائج متقاربة فلم تقل النسب عن (51%)، وفي المرتبة الثالثة تأتي الاستفادة من الروابط الإضافية، وهناك فرق في النسب إذ كانت نسبة استفادة مستخدمي الموقع من الروابط الإضافية (41.7%) أما نسبة استفادة مستخدمي صفحة الموقع على الفيس بوك (50.4%)، وتعتقد الباحثة أن مرد التفاوت بين النسب مرتبط بطريقة عرض المواد على الموقع والصفحة.

- سرعة الوصول وسهولة الاستخدام: ارتبط تقييم سرعة الوصول بعبارتين أحدهما مرتبطة بمفهوم الصحيفة الإلكترونية التي مكنت المستخدم من الوصول للأخبار في الوقت الذي يريده فلم تقل نسبة الإجابة عن هذه العبارة

عن (83.3%)، والثانية متعلقة بقدرة الموقع والصفحة على توصيل المعلومة للمستخدم فكانت النسبة الأعلى أيضاً للإجماع بالموافقة عليها بنسبة لم تقل عن (97.2%)، أما العبارات الخاصة بسهولة الاستخدام فهي مرتبطة بتصميم المواقع وكذلك صفحة الموقع على الفيس بوك والتي ترتبط هنا بموقع الفيس بوك، وقد توزعت النسب الأعلى للموافقة على العبارات بنسبة لم تقل عن (98.4%).

- الثقة: لم يظهر تباين في إجابات أفراد عينة الدراسة عن العبارات الخاصة بالثقة، وكانت النسب الأعلى للموافقة على أنها مصدر موثوق لذلك تراوحت النسب بين (66.7-78.1%)، ولعل هذه النتيجة مرتبطة بالجدول الذي وضع أبرز الصحف الإلكترونية المستخدمة فبعضها مرتبط بصحف ورقية.

- التكلفة: أجمع كل من مستخدمو الموقع وصفحته على الفيس بوك أن تكلفة الحصول على المعلومات والأخبار مناسبة لذلك تراوحت نسبة الموافقة على هذه العبارات بين (75-82%)، ولعل الأمر مرتبط بأن المستخدم لم يعد بحاجة لشراء الصحف للحصول على المعلومة، كما أنه مرتبط برسوم الاشتراك بخدمة الإنترنت التي تمكنهم من الوصول للصحف الإلكترونية.

- يظهر الفرق واضحاً في ترتيب عبارات بعد رجع الصدى والتفاعلية لاسيما على الصعيد أول عبارتين إلا أن توزيع الإجابات مختلف ففي الوقت الذي لا يستخدم به أغلب أفراد عينة الدراسة الذين يعتمدون على الموقع آليات التفاعلية، يتضح أنه يوجد تباين بين إجابات مستخدمي صفحة الفيس بوك وتوجد نسب استخدام عالية لبعض الآليات، فتوضح النسب الأعلى للإجابة عن جميع عبارات بعد رجع الصدى على صعيد مواقع الصحف أن المستخدم لا يستخدمها، وذلك بفارق واضح عن نسبة المستخدمين.

تقييم مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك لثراء خدماتها الإخبارية

وبالنسبة لمستخدمي صفحة الموقع يوجد تباين في توزيع إجابات مستخدمي صفحة الموقع عن مجمل عبارات رجع الصدى، فبالنسبة لعبارة إبداء الإعجاب كانت ذات الوزن النسبي الأعلى (91.33) لأن نسبة من يستخدمون هذه الخاصية (77.9%)، وبالنسبة لعبارة إمكانية التعليق على الأحداث بحرية كان وزنها النسبي (78.33) إذ كانت نسبة الموافقة على هذه العبارة (55.5%)، وفيما يتعلق بالعبارة الأخيرة الخاصة بالتواصل مع القائمين على الصفحة كانت نسبة عدم التواصل هي الأعلى (72.2%) لذلك كانت أقل عبارة من حيث وزنها النسبي (42.33).

ب- تقييم ثراء المعلومات: تكون مقياس ثراء المعلومات من (16) عبارة موزعة وفق معايير جودة المعلومات، وكانت النتائج على النحو الآتي:

جدول (13)

توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمقياس ثراء المعلومات

المجموع		صفحات المواقع		مواقع الصحف		ثراء المعلومات
%	ك	%	ك	%	ك	
5.5	22	5.9	15	4.9	7	متوسط
94.5	378	94.1	241	95.1	137	مرتفع
100	400	100	256	100	144	المجموع

تشير النتائج السابقة أنه لم تظهر أي نسبة لدرجة التقييم المنخفض سواء على صعيد الموقع أو صفحته على الفيس بوك لذا لم يرد ذكرها في الجدول النهائي لعرض النتائج، ويوجد تشابه من حيث تقييم درجة ثراء معلومات كلتا الوسيّتين إذ حصلت كل من المواقع وصفحاتها على الفيس بوك على الدرجة المرتفعة فكانت النسبة على صعيد الموقع (95.1%)، في حين كانت على صعيد صفحة الموقع (94.1%)، وكذلك يرتبط التقييم السابق بإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات المقياس التي وردت بالتفصيل في ملاحق الدراسة، وتعدّ الباحثة مقارنة بين إجابات مستخدمي كل وسيلة، فيوضح ترتيب العبارات وفق أبعاد ثراء المعلومات أنه شبه موحد في بعض الأبعاد،

وذلك مرتبط بتقارب نسب الإجماع على هذه العبارات بالموافقة سواء بين من يستخدمون الموقع أو صفحته على الفيس بوك.

فبالنسبة للدقة ضم هذا البعد ست عبارات لم يقل وزنها النسبي عن(81)، أما اللغة فتكون البعد من عبارتين لم يقل وزنها النسبي عن(87)، وكذلك الأمر بالنسبة لسهولة الفهم تكون البعد من عبارتين لم يقل وزنها النسبي عن(99) وكل النتائج السابقة على صعيد الوسيلتين، وبالنسبة لبقية الأبعاد حول مناسبة الموضوع ومواكبة الحدث فإنه يوجد اختلاف بسيط بين ترتيب هذه العبارات إلا أنه ما تزال نسبة الإجابة الأعلى عن العبارات لموافق لذلك لم يقل الوزن النسبي لعبارات البعدين عن(93) على صعيد كلتا الوسيلتين.

نتائج اختبارات الفروض:

أولاً: العلاقة بين معدل الاستخدام ومتغيرات الدراسة لكل وسيلة على حدة (*):**

❖ توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام كل من مواقع الصحف الإلكترونية وصفحاتها على الفيس بوك وتقييم المستخدمين لثراء الوسيلة.

جدول (14)

العلاقة الارتباطية بين معدل الاستخدام وتقييم ثراء الوسيلة

معامل الارتباط	مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة كا ²	المجموع		مرتفع		متوسط		ثراء الوسيلة معدل الاستخدام	مواقع الصحف
				%	ك	%	ك	%	ك		
0.19	0.033	2	6.84	100	25	28	7	72	18	منخفض	صفحات
				100	94	34	32	66	62	متوسط	
				100	25	60	15	40	10	مرتفع	
				100	144	37.5	54	62.5	90	المجموع	
-	0.115	2	4.33	100	36	58.3	21	41.7	15	منخفض	صفحات
				100	159	74.8	119	25.2	40	متوسط	
				100	61	75.4	46	24.6	15	مرتفع	
				100	256	72.7	186	27.3	70	المجموع	

توضح النتائج وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام مواقع الصحف وتقييم أفراد عينة الدراسة لثراء الوسيلة لأن قيمة مستوى المعنوية أقل من (0.05)، وبدراسة هذه العلاقة تبين وجود علاقة ارتباطية طردية الاتجاه ضعيفة القوة حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.19) فكلما زاد معدل استخدام المواقع زاد تقييم مستوى ثراء المواقع بدرجة ضعيفة، في حين أنه لم تثبت صحة هذه العلاقة على صعيد صفحات المواقع لأن قيم مستوى المعنوية أكبر من (0.05)، وتوضح النسب المئوية الأعلى أن تقييم أفراد عينة الدراسة لثراء الوسيلة كان واحداً حيث أجمعوا على أنه مرتفع باختلاف معدلات استخدامهم، بالتالي تقبل صحة الفرض السابق جزئياً حيث لم تثبت صحة الفرض على صعيد صفحات المواقع على الفيس بوك.

❖ توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام كل من مواقع الصحف الإلكترونية وصفحاتها على الفيس بوك وتقييم المستخدمين لثراء المعلومات.

جدول (15)

العلاقة الارتباطية بين معدل الاستخدام وتقييم ثراء المعلومات

معامل الارتباط	مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة χ^2	المجموع		مرتفع		متوسط		ثراء المعلومات معدل الاستخدام	موقع الصحف
				%	ك	%	ك	%	ك		
-	0.396	2	1.85	100	25	100	25	-	-	منخفض	الصحف
				100	94	94.7	89	5.3	5	متوسط	
				100	25	92	23	8	2	مرتفع	
				100	144	95.1	137	4.9	7	المجموع	
-0.15	0.052	2	5.92	100	36	100	36	-	-	منخفض	مجلات
				100	159	95	151	5	8	متوسط	
				100	61	88.5	54	11.5	7	مرتفع	
				100	256	94.1	241	5.9	15	المجموع	

تبين النتائج عدم وجود علاقة بين معدل استخدام مواقع الصحف وتقييم أفراد عينة الدراسة لثراء المعلومات لأن قيم مستوى المعنوية أكبر من (0.05)، وتوضح النسب المئوية الأعلى أن تقييم أفراد عينة الدراسة لثراء المعلومات كان واحداً حيث أجمعوا على أنه مرتفع باختلاف معدلات استخدامهم، وتوضح النتائج وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام صفحات المواقع على الفيس بوك وتقييم أفراد عينة الدراسة لثراء المعلومات لأن قيمة مستوى المعنوية أقل من (0.05)، وبدراسة هذه العلاقة تبين وجود علاقة ارتباطية عكسية الاتجاه ضعيفة القوة حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (-0.15) فكلما زاد معدل استخدام صفحات المواقع على الفيس بوك انخفض تقييم ثراء المعلومات بصورة ضعيفة، بالتالي تقبل صحة الفرض جزئياً حيث لم تثبت صحة الفرض على صعيد مستخدمي مواقع الصحف.

ثانياً: الفروق بين الوسيّتين وفق متغيرات الدراسة:

❖ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك في معدل الاستخدام.

جدول (16)

الفروق بين مستخدمي مواقع الصحف وصفحاتها على الفيس بوك في معدل الاستخدام

معدل الاستخدام	طريقة التصفح	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
	مواقع الصحف	144	7.82	1.64	-3.02	398	0.003
	صفحات المواقع	256	8.41	1.82			

توضح بيانات الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من مستخدمي مواقع الصحف وصفحاتها على الفيس بوك في معدل الاستخدام، لأن قيمة مستوى المعنوية أقل من (0.05)، وكانت قيمة متوسط استخدام صفحات المواقع على الفيس بوك أكبر من نظيره لدى مستخدمي مواقع الصحف، بالتالي فإن معدل استخدام صفحات المواقع على الفيس بوك أعلى من مواقع الصحف، فتعد الوسيلة أحد العوامل التي تؤثر على معدل الاستخدام، لذا ثبتت صحة الفرض.

❖ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك في تقييم ثراء الوسيلة.

جدول (17)

الفروق بين مستخدمي مواقع الصحف وصفحاتها على الفيس بوك في تقييم ثراء الوسيلة

تراء الوسيلة	طريقة التصفح	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
	مواقع الصحف	144	36.63	3.53	-9.39	340.7	0.000
	صفحات المواقع	256	40.34	4.2			

تبين البيانات السابقة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من مستخدمي مواقع الصحف وصفحاتها على الفيس بوك في تقييم ثراء الوسيلة، لأن قيمة مستوى المعنوية أقل من (0.05)، وكانت قيمة متوسط تقييم ثراء صفحات المواقع على الفيس بوك أكبر من نظيره لدى مستخدمي مواقع الصحف، بالتالي فإن تقييم ثراء صفحات

تقييم مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك لثراء خدماتها الإخبارية

المواقع على الفيس بوك أعلى من مواقع الصحف، فتعد الوسيلة أحد العوامل التي تؤثر على تقييم ثرائها، لذا ثبتت صحة الفرض.

❖ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك في تقييم ثراء المعلومات.

جدول (18)

الفروق بين مستخدمي مواقع الصحف وصفحاتها على الفيس بوك في تقييم ثراء المعلومات

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة (ت)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	طريقة التصفح	ثراء المعلومات
0.077	398	-1.77	3.93	44.91	144	مواقع الصحف	
			3.74	45.62	256	صفحات المواقع	

توضح البيانات السابقة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من مستخدمي مواقع الصحف وصفحاتها على الفيس بوك في تقييم ثراء المعلومات، لأن قيمة مستوى المعنوية أكبر من (0.05)، بالتالي لم يظهر دور الوسيلة في التأثير على تقييم ثرائها المعلوماتي ولم تثبت صحة الفرض.

ثالثاً. الفروق بين المتغيرات الديموغرافية ومتغيرات الدراسة لكل وسيلة على حدة:

❖ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك كل علي حدة في معدل الاستخدام بحسب النوع.

جدول (19)

الفروق بين الذكور والإناث في معدل الاستخدام

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة (ت)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	النوع	معدل الاستخدام
0.621	142	-0.49	1.58	7.80	91	ذكر	مواقع الصحف

تقييم مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك لثراء خدماتها الإخبارية

			1.74	7.94	53	أنثى	
0.595	254	-0.53	1.80	8.33	109	ذكر	صفحات المواقع
			1.85	8.46	147	أنثى	

تشير النتائج السابقة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في معدل الاستخدام على صعيد مواقع الصحف وصفحاتها على الفيس بوك لأن قيم مستوى المعنوية أكبر من (0.05)، بالتالي لم تثبت صحة الفرض.

❖ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك كل علي حدة في تقييم ثراء الوسيلة بحسب النوع.

جدول (20)

الفروق بين الذكور والإناث في تقييم ثراء الوسيلة

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة (ت)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	النوع	ثراء الوسيلة
0.164	142	-1.39	3.33	36.31	91	ذكر	مواقع الصحف
			3.81	37.16	53	أنثى	
0.115	254	1.58	4.06	40.82	109	ذكر	صفحات المواقع
			4.29	39.98	147	أنثى	

تشير النتائج السابقة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في تقييم ثراء الوسيلة على صعيد مواقع الصحف وصفحاتها على الفيس بوك لأن قيم مستوى المعنوية أكبر من (0.05)، بالتالي لم تثبت صحة الفرض.

❖ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك كل علي حدة في تقييم ثراء المعلومات بحسب النوع.

جدول (21)

الفروق بين الذكور والإناث في تقييم ثراء المعلومات

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة (ت)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	النوع	ثراء المعلومات
0.813	142	-0.23	4.13	44.85	91	ذكر	مواقع الصحف

تقييم مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك لثراء خدماتها الإخبارية

			3.60	45.01	53	أنثى	
0.560	254	0.58	3.65	45.77	109	ذكر	صفحات المواقع
			3.81	45.50	147	أنثى	

تشير النتائج السابقة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في تقييم ثراء معلومات مواقع الصحف وصفحاتها على الفيس بوك لأن قيم مستوى المعنوية أكبر من (0.05)، بالتالي لم تثبت صحة الفرض.

❖ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك كل على حدة في معدل استخدام بحسب فئات السن.

جدول (22)

الفروق بين فئات السن في معدل الاستخدام

معدل الاستخدام	السن	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ف)	درجتنا الحرية	مستوى المعنوية
مواقع الصحف	من 18 وأقل من 25	21	8.52	1.53	1.716	3	0.167
	من 25 وأقل من 35	35	7.80	1.54			
	من 35 وأقل من 45	40	7.90	1.37			
	من 45 فأكثر	48	7.56	1.90			
	المجموع	144	7.85	1.64			
صفحات المواقع	من 18 وأقل من 25	79	8.82	1.88	2.529	3	0.058
	من 25 وأقل من 35	65	8.13	1.80			
	من 35 وأقل من 45	60	8.46	1.70			
	من 45 فأكثر	52	8.05	1.83			
	المجموع	256	8.41	1.82			

تشير النتائج السابقة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستخدمي مواقع الصحف وصفحاتها على الفيس بوك في معدل الاستخدام بحسب فئات السن لأن قيم مستوى المعنوية أكبر من (0.05)، بالتالي لم تثبت صحة الفرض.

❖ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك كل على حدة في تقييم ثراء الوسيلة بحسب فئات السن.

جدول (23)

الفروق بين فئات السن في تقييم ثراء الوسيلة

مستوى المعنوية	درجتا الحرية	قيمة (ف)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	السن	ثراء الوسيلة
0.020	3 140	3.39	4.22	38.19	21	من 18 وأقل من 25	مواقع الصحف
			3.54	37.31	35	من 25 وأقل من 35	
			3.63	36.47	40	من 35 وأقل من 45	
			2.78	35.58	48	من 45 فأكثر	
			3.53	36.63	21	المجموع	
0.000	3 252	7.26	3.64	41.25	79	من 18 وأقل من 25	صفحات المواقع
			4.34	40.98	65	من 25 وأقل من 35	
			4.53	40.41	60	من 35 وأقل من 45	
			3.69	38.07	52	من 45 فأكثر	
			4.21	40.34	256	المجموع	

تشير النتائج السابقة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستخدمي مواقع الصحف وصفحاتها على الفيس بوك في تقييم ثراء الوسيلة بحسب فئات السن لأن قيم مستوى المعنوية أقل من (0.05)، وكانت قيمة المتوسط الحسابي لفئة (من 18 وأقل من 25) (38.19) الأكبر على صعيد المواقع، وكذلك كانت قيمة المتوسط الحسابي لفئة (من 18 وأقل من 25) (41.25) الأكبر على صعيد صفحات المواقع، ويوضح الجدول الآتي مصدر التباين في تقييم ثراء الوسيلة بحسب فئات السن على صعيد مواقع الصحف وصفحاتها على الفيس بوك (***) .

جدول (24)

مصدر التباين بين فئات السن في تقييم ثراء الوسيلة

مستوى المعنوية	الفرق بين المتوسطين	المجموعة المقارنة	السن	الوسيلة
0.359	0.87	25 وأقل من 35	18 وأقل من 25	مواقع الصحف
0.067	1.71	35 وأقل من 45		
0.004	2.60	45 فأكثر		
0.295	0.83	35 وأقل من 45	25 وأقل من 35	
0.025	1.73	45 فأكثر		

تقييم مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك لثراء خدماتها الإخبارية

0.229	0.89	45 فأكثر	35 وأقل من 45	صفحات المواقع
0.693	0.26	25 وأقل من 35	18 وأقل من 25	
0.230	0.83	35 وأقل من 45		
0.000	3.17	45 فأكثر		
0.436	0.56	35 وأقل من 45	25 وأقل من 35	
0.000	2.90	45 فأكثر		
0.003	2.33	45 فأكثر	35 وأقل من 45	

تشير النتائج السابقة على صعيد مواقع الصحف أنه بمقارنة فئات السن من حيث تقييم ثراء الوسيلة، ظهر وجود فروق دالة إحصائياً بين فئة (45 فأكثر) وكل من الفئتين (18 وأقل من 25) و (25 وأقل من 35) لأن قيم مستوى المعنوية أقل من (0.05)، أما باقي الفئات فتبين عدم وجود فروق إحصائية بينها حيث بلغت قيم مستوى المعنوية أكبر من (0.05)، بالتالي فإن فئة (45 فأكثر) أكثر مصدر للتباين.

ويتضح على صعيد صفحات المواقع على الفيس بوك أنه بمقارنة فئات السن من حيث تقييم ثراء الوسيلة، ظهر وجود فروق دالة إحصائياً بين فئة (45 فأكثر) وبقية فئات السن، لأن قيم مستوى المعنوية أقل من (0.05)، أما باقي الفئات فتبين عدم وجود فروق إحصائية بينها حيث بلغت قيم مستوى المعنوية أكبر من (0.05)، بالتالي تعد فئة (45 فأكثر) أكثر مصدر للتباين، وعليه ثبتت صحة الفرض حول وجود فروق بين مستخدمي مواقع الصحف وصفحاتها على الفيس بوك في تقييم ثراء الوسيلة بحسب فئات السن، فكانت الفئة (45 فأكثر) أكثر مصدر للتباين.

❖ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بن كل من مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك كل على حدة في تقييم ثراء المعلومات بحسب فئات السن.

جدول (25)

الفروق بين فئات السن في تقييم ثراء المعلومات

ثراء المعلومات	السن	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ف)	درجتنا الحرية	مستوى المعنوية
مواقع	من 18 وأقل من 25	21	44.09	3.78	1.06	3	0.367

تقييم مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك لثراء خدماتها الإخبارية

	140		3.56	45.02	35	من 25 وأقل من 35	الصحف
			4.42	44.40	40	من 35 وأقل من 45	
			3.81	45.62	48	من 45 فأكثر	
			3.93	44.91	144	المجموع	
0.959	3 252	0.10	3.99	45.49	79	من 18 وأقل من 25	صفحات المواقع
			3.66	45.67	65	من 25 وأقل من 35	
			3.811	45.81	60	من 35 وأقل من 45	
			3.455	45.51	52	من 45 فأكثر	
			3.74	45.62	256	المجموع	

تشير النتائج السابقة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستخدمي مواقع الصحف وصفحاتها على الفيس بوك في تقييم ثراء المعلومات بحسب فئات السن لأن قيم مستوى المعنوية أكبر من (0.05)، بالتالي لم تثبت صحة الفرض.

❖ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك كل علي حدة في معدل الاستخدام بحسب فئات مستوى التعليم.

جدول (26)

الفروق بين فئات مستوى التعليم في معدل الاستخدام

معدل الاستخدام	مستوى التعليم	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ف)	درجتنا الحرية	مستوى المعنوية
مواقع الصحف	أساسي وما دون ثانوي	6	9.33	1.50	3.18	4 139	0.015
	معهد متوسط جامعي	33	7.21	1.96			
	دراسات عليا	32	8.25	1.68			
	المجموع	68	7.82	1.39			
		5	8.20	0.44			
صفحات المواقع	أساسي وما دون ثانوي	16	8.18	2.78	1.27	3 252	0.283
	معهد متوسط جامعي	118	8.63	1.71			
	المجموع	68	8.32	1.63			
		54	8.09	1.94			
		256	8.41	1.82			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية في معدل استخدام مواقع الصحف بحسب فئات التعليم، لأن قيمة مستوى المعنوية أقل من (0.05)، وكانت قيمة المتوسط الحسابي لفئة (أساسي وما دون) (9.33)، في حين أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستخدمي صفحات المواقع على الفيس بوك لأن قيم مستوى المعنوية أكبر من (0.05)، ويوضح الجدول الآتي مصدر التباين في معدل الاستخدام بحسب فئات مستوى التعليم على صعيد مواقع الصحف:

جدول (27)

مصدر التباين بين فئات مستوى التعليم في معدل استخدام مواقع الصحف

معدل الاستخدام	مستويات التعليم	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	مستوى المعنوية
اساسي وما دون		ثانوي	2.12	0.003
		معهد متوسط	1.08	0.129
		جامعي	1.50	0.028
ثانوي		دراسات عليا	1.133	0.243
		معهد متوسط	-1.03	0.010
		جامعي	-0.61	0.073
معهد متوسط		دراسات عليا	-0.98	0.199
		جامعي	0.42	0.214
		دراسات عليا	0.05	0.948
جامعي		دراسات عليا	-0.37	0.611

تشير نتائج الجدول السابق على صعيد مواقع الصحف أنه بمقارنة معدل الاستخدام بحسب الفئات التعليمية، ظهر وجود فروق دالة إحصائية بين فئة (أساسي وما دون) وباقي الفئات، لأن قيم مستوى المعنوية أقل من (0.05)، كما ظهرت فروق بمقارنة فئة (ثانوي) مع (معهد متوسط) لأن قيم مستوى المعنوية أقل من (0.05)، أما باقي الفئات فتبين عدم وجود فروق إحصائية لأن قيم مستوى المعنوية أكبر من (0.05)، بالتالي كانت فئة (أساسي وما دون) أكثر مصدر للتباين ويليهما فئة (ثانوي)، بالتالي تُقبل صحة الفرض جزئياً إذ لم يثبت على صعيد صفحات المواقع.

تقييم مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك لثراء خدماتها الإخبارية

❖ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك كل علي حدة في تقييم ثراء الوسيلة بحسب فئات مستوى التعليم.

جدول (28)

الفروق بين فئات مستوى التعليم في تقييم ثراء الوسيلة

مستوى المعنوية	درجتا الحرية	قيمة (ف)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	مستوى التعليم	ثراء الوسيلة
0.224	4 139	1.43	4.80	35.66	6	أساسي وما دون	مواقع الصحف
			3.06	35.87	33	ثانوي	
			3.53	36.59	32	معهد متوسط	
			3.61	37.25	68	جامعي	
			2.88	34.60	5	دراسات عليا	
			3.53	36.63	144	المجموع	
0.001	3 252	5.75	4.00	36.75	16	أساسي وما دون	صفحات المواقع
			3.83	40.81	118	ثانوي	
			4.06	40.97	68	معهد متوسط	
			4.68	39.59	54	جامعي	
			4.21	40.34	256	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستخدمي مواقع الصحف في تقييم ثراء مواقع الصحف بحسب فئات التعليم، لأن قيم مستوى المعنوية أكبر من (0.05)، في حين أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستخدمي صفحات مواقع الصحف على الفيس بوك، لأن قيمة مستوى المعنوية أقل من (0.05)، وكانت القيمة الأعلى للمتوسط الحسابي لفئة (معهد متوسط) (40.97)، ويوضح الجدول الآتي مصدر التباين في تقييم ثراء الوسيلة بحسب فئات مستوى التعليم على صعيد صفحات المواقع على الفيس بوك:

جدول (29)

مصدر التباين بين فئات مستوى التعليم في تقييم ثراء الوسيلة (صفحات المواقع على الفيس بوك)

ثراء	فئات مستوى التعليم	المجموعة المقارنة	الفرق بين	مستوى
------	--------------------	-------------------	-----------	-------

تقييم مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك لثراء خدماتها الإخبارية

المعنوية	المتوسطين		الوسيلة
0.000	-4.06	ثانوي	أساسي وما دون
0.000	-4.22	معهد متوسط	
0.015	-2.84	جامعي	
0.801	-0.15	معهد متوسط	ثانوي
0.071	1.22	جامعي	معهد متوسط
0.066	1.37	جامعي	

تشير نتائج الجدول السابق على صعيد صفحات المواقع على الفيس بوك إلى أنه بمقارنة تقييم ثراء الوسيلة بحسب الفئات التعليمية، ظهر وجود فروق دالة إحصائياً بين فئة (أساسي وما دون) وباقي الفئات، لأن قيم مستوى المعنوية أقل من (0.05)، أما باقي الفئات فتبين عدم وجود فروق إحصائية لأن قيم مستوى المعنوية أكبر من (0.05)، بالتالي كانت فئة (أساسي وما دون) أكثر مصدر للتباين، بالتالي تُقبل صحة الفرض جزئياً إذ لم يثبت على صعيد المواقع.

❖ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك كل علي حدة في تقييم ثراء المعلومات بحسب فئات مستوى التعليم.

جدول (30)

الفروق بين فئات مستوى التعليم في تقييم ثراء المعلومات

مستوى المعنوية	درجتا الحرية	قيمة (ف)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	مستوى التعليم	ثراء المعلومات
0.077	4 139	2.16	7.25	41.16	6	أساسي وما دون	مواقع الصحف
			4.29	44.36	33	ثانوي	
			2.83	45.78	32	معهد متوسط	

تقييم مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك لثراء خدماتها الإخبارية

			3.55	45.19	68	جامعي	صفحات المواقع
			5.84	43.80	5	دراسات عليا	
			3.93	44.91	144	المجموع	
0.075	3 252	2.32	4.47	43.62	16	أساسي وما دون	
			3.26	46.09	118	ثانوي	
			4.33	45.52	68	معهد متوسط	
			3.56	45.29	54	جامعي	
			3.74	45.62	256	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية وصفحاتها على الفيس بوك في تقييم ثراء معلومات مواقع الصحف بحسب فئات التعليم، لأن قيم مستوى المعنوية أكبر من (0.05)، بالتالي لم تثبت صحة الفرض.

❖ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك كل علي حدة في معدل الاستخدام بحسب فئات المستوى الاقتصادي.

جدول (31)

الفروق بين فئات المستوى الاقتصادي في معدل الاستخدام

مستوى المعنوية	درجتا الحرية	قيمة (ف)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى الاقتصادي	معدل الاستخدام
0.610	2 141	0.49	1.78	8.00	6	منخفض	مواقع الصحف
			1.69	7.77	105	متوسط	
			1.46	8.09	33	مرتفع	
			1.64	7.85	144	المجموع	
0.044	2 253	3.16	1.88	7.00	10	منخفض	صفحات المواقع
			1.70	8.47	204	متوسط	
			2.25	8.42	42	مرتفع	
			1.82	8.41	256	المجموع	

تقييم مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك لثراء خدماتها الإخبارية

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية في معدل الاستخدام بحسب فئات المستوى الاقتصادي، لأن قيم مستوى المعنوية أكبر من (0.05)، في حين أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستخدمي صفحات المواقع على الفيس بوك، لأن قيمة مستوى المعنوية أقل من (0.05)، وكانت قيمة المتوسط الحسابي الأعلى لفئة مرتفع (8.09)، ويوضح الجدول الآتي مصدر التباين في معدل الاستخدام بحسب فئات المستوى الاقتصادي على صعيد صفحات المواقع على الفيس بوك:

جدول (32)

مصدر التباين بين فئات المستوى الاقتصادي في معدل الاستخدام (صفحات المواقع على الفيس بوك)

معدل الاستخدام	المستوى الاقتصادي	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	مستوى المعنوية
	منخفض	متوسط	-1.47	0.013
		مرتفع	-1.42	0.026
	متوسط	مرتفع	0.046	0.879

تبين أنه بمقارنة معدل الاستخدام بحسب فئات المستوى الاقتصادي، ظهر وجود فروق دالة إحصائية بين فئة (منخفض) وباقي الفئات، لأن قيم مستوى المعنوية أقل من (0.05)، أما باقي الفئات فتبين عدم وجود فروق إحصائية بينها لأن قيم مستوى المعنوية أكبر من (0.05)، بالتالي كانت فئة (منخفض) أكثر مصدر للتباين، بالتالي تُقبل صحة الفرض جزئياً إذ لم يثبت على صعيد صفحات المواقع.

❖ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك كل علي حدة في تقييم ثراء الوسيلة بحسب فئات المستوى الاقتصادي.

جدول (33)

الفروق بين فئات المستوى الاقتصادي في تقييم ثراء الوسيلة

ثراء	المستوى	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة	درجتا	مستوى
------	---------	-------	---------	----------	------	-------	-------

تقييم مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك لثراء خدماتها الإخبارية

الوسيلة	الاقتصادي	الحسابي	المعياري	(ف)	الحرية	المعنوية
مواقع الصحف	منخفض	6	37.66	3.72	2 141	0.733
	متوسط	105	36.63	3.52		
	مرتفع	33	36.42	3.61		
	المجموع	144	36.63	3.53		
صفحات المواقع	منخفض	10	38.30	4.08	2 253	0.114
	متوسط	204	40.25	4.28		
	مرتفع	42	41.23	3.69		
	المجموع	256	40.34	4.21		

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستخدمي مواقع الصحف وصفحاتها على الفيس بوك في تقييم ثراء مواقع الصحف بحسب فئات المستوى الاقتصادي، لأن قيم مستوى المعنوية أكبر من (0.05)، بالتالي يرفض الفرض.

❖ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك كل علي حدة في تقييم ثراء المعلومات بحسب فئات المستوى الاقتصادي.

جدول (34)

الفروق بين فئات المستوى الاقتصادي في تقييم ثراء المعلومات

ثراء المعلومات	المستوى الاقتصادي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ف)	درجتنا الحرية	مستوى المعنوية
مواقع الصحف	منخفض	6	43.50	4.370	0.95	2 141	0.387
	متوسط	105	44.78	4.14			
	مرتفع	33	45.60	3.09			
	المجموع	144	44.91	3.93			
صفحات المواقع	منخفض	10	45.80	3.82	0.66	2 253	0.517
	متوسط	204	45.49	3.85			

تقييم مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك لثراء خدماتها الإخبارية

			3.16	46.21	42	مرتفع	
			3.74	45.62	256	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية وصفحاتها على الفيس بوك في تقييم ثراء المعلومات لأن قيم مستوى المعنوية أكبر من (0.05)، بالتالي يرفض الفرض.

❖ ملخص لأبرز النتائج:

- تعد صفحة الموقع على الفيس بوك الوسيلة الأكثر استخداماً مقارنة بمواقع الصحف، وتبين أن الذكور الأكثر استخداماً للمواقع، أما الإناث يميلون لاستخدام صفحات المواقع على الفيس بوك، واتضح أن الفئة العمرية من (45 سنة فأكثر) هي الأكثر استخداماً ويلبها فئة (35 سنة وأقل من 45 سنة) على صعيد مستخدمي مواقع الصحف، وبالنسبة لمستخدمي صفحات المواقع على الفيس بوك تبين أن الفئة العمرية (18 سنة وأقل من 25 سنة) الأكثر استخداماً، ويلبها فئة (25 سنة وأقل من 35 سنة)، ويتركز مستخدمو مواقع الصحف في الفئة التعليم الجامعي، أما مستخدمي صفحات المواقع على الفيس بوك فيتركزون في فئة التعليم الثانوي، وبالنسبة للمستوى الاقتصادي فإن النسبة الأكبر من مستخدمي كلتا الوسيلتين من المستوى الاقتصادي المتوسط.

- تعد أكثر الصحف الإلكترونية السورية استخداماً (عاجل)، ويلبها (سورية الآن)، ثم (الوطن)، ويلاحظ أن مجمل هذه المواقع مرتبط بالصحف الإلكترونية الخاصة، وإن كل من (عاجل وسورية الآن) لا يوجد له مثل ورقي في حين أن (الوطن) مرتبطة بصحيفة ورقية.

تقييم مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك لثراء خدماتها الإخبارية

- تعد النتيجة واحدة على صعيد كل من مواقع الصحف وصفحاتها على الفيس بوك من حيث معدل الاستخدام إذ كانت النسبة الأعلى للمعدل المتوسط وذلك بفارق واضح عن بقية المعدلات.
- يميل مستخدمو مواقع الصحف لخدمة الأخبار العاجلة التي تعكس المتابعة المستمرة للأحداث وكذلك الشريط الإخباري الذي يقدم ملخص أبرز أحداث اليوم، بالإضافة للمواد الأكثر قراءة إذ تشير النتائج أن النسب الأعلى كانت للاستخدام الدائم، وكذلك ينطبق الأمر على صعيد مستخدمي صفحات المواقع إذ يميلون للأخبار العاجلة بالدرجة الأولى ثم الاطلاع على المنشورات السابقة(الأخبار).
- حصلت المواقع على درجة ثراء متوسطة، بينما قيم أفراد عينة الدراسة الذين يعتمدون على صفحة الموقع على الفيس بوك أنها ذات درجة ثراء مرتفعة.
- يوجد تشابه من حيث تقييم درجة ثراء معلومات كلتا الوسيلتين إذ حصلت كل من المواقع وصفحاتها على الفيس بوك على الدرجة المرتفعة.
- ويوضح الجدول الآتي ملخص لمجمل نتائج فروض الدراسة، إذ كانت النتائج على النحو الآتي:

جدول (35)

عرض ملخص لنتائج فروض الدراسة

النتيجة حسب الوسيلة		المتغيرات		طبيعة الفرض
صفحات المواقع على الفيس بوك	مواقع الصحف	معدل	و	علاقات بين
لا توجد علاقة	علاقة طردية	تقييم ثراء الوسيلة		

المراجع:

- (1) مها عبد المجيد صلاح، " استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية وميدانية "، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2004).
- (2) محمود مصطفى محمود الجمل، " معالجة الصحافة الإلكترونية المصرية لقضايا الشباب الجامعي دراسة تحليلية وميدانية "، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2009).
- (3) وليد عبد الفتاح النجار، "مصادقية المواقع الصحفية الإلكترونية وعلاقتها بدرجة الاعتماد عليها كما يراها جمهور الصفوة الإعلامية المصرية: دراسة ميدانية"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد السابع، والثلاثون، يناير -يونيو 2011، ص ص(377-498).
- (4) جمعة محمد عبد الله اللهيبي، "اعتماد الشباب العراقي على وسائل الإعلام الجديدة في متابعة الأحداث الجارية في العراق" ، رسالة ماجستير، غير منشورة ، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2011).
- (5) Debra Burns Melican & Travis L. Dixon, " News on the Net: Credibility, Selective Exposure, and Racial Prejudice, **Communication Research**, Vol. 35, No. 2, April 2008, PP. 151-168.
- (6) Joseph M. Chan , et al., "Online News Meets Established Journalism: How China Journalists Evaluated the Credibility of News Sites", **New Media & Society** ،Vol. 8, No. 6, December 2006 ،PP947 -925 ..
- (7) فاطمة الزهراء محمد أحمد السيد، "تأثير استخدام الإنترنت على المنتج الصحفي"، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2007).
- (8) K.KTeeoh,et al., "Explorations on Web Usability," **American Journal of Applied Science**, Vol.9, No.3, 2009 ,PP.924-424.
- (9) Monideepa Tarafdar & Jennifer Zhang, "Analyzing the Influence of Web Site Design Parameters on Web Site Usability," **Information Resources Management Journal**, Vol. 18.No.4, 2005, PP.62-80.

- (10) معين صالح يحيى الميتمي، "العوامل المؤثرة في بناء الإقناع لمواقع الإنترنت: دراسة ميدانية للمواقع الإعلامية العربية على شبكة الإنترنت"، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2012).
- (11) تالة محمد زهير اليماني "العلاقة بين تصميم المواقع الإخبارية وجذب المستخدمين لها: دراسة ميدانية على المواقع الإخبارية السورية"، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2013).
- (12) منار فتحي محمد رزق، "تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت: دراسة مقارنة في التقنيات والقائم بالاتصال والجمهور"، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2009).
- (13) هيثم جودة محمد مؤيد، "تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية على العمليات الإدراكية لدى عينة من طلاب الجامعة: في إطار نظرية تمثيل المعلومات: دراسة شبه تجريبية"، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية التربية النوعية، 2010).
- (14) Juliette De Maeyer, "The Journalistic Hyperlink: Perspective Discourse about Linking", **Journalism Practice**, Vol. 6, 2012, P.697.
- (15) ليث عبد الستار عيادة اللهيبي، "التعددية السياسية والإعلامية وأثرها في بناء القصة الخبرية في الصحافة الإلكترونية: دراسة تطبيقية على عينة من الصحف الإلكترونية العراقية"، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2014).
- (16) Robert Washburn, "The Future of Journalism Online: A Case for E-Journalism", **MA Thesis**, York University, 2009 .
- (17) Rosental Calmon Alves, "The Future of Online Journalism", **Info**, Vol.3, No.1, 2001 ,PP.63-72.
- (18) Rehab Hany, "The Use of ICTS in Egyptian and British News Organizations and Its Managerial Consequences", **MA Thesis**, Cairo University, Faculty of Mass Communication, Journalism Department, 2013 .
- (19) Desiree Hill, "Twitter :Journalism Chases the Greased Pig", **MA Thesis**, University of North Texa, 2010.
- (20) أحمد يوسف فرغلي، "دور التقنيات الحديثة في تحول الشباب الجامعي العربي من قراءة الصحافة المطبوعة إلى الإلكترونية: دراسة ميدانية على عينة من طلاب وطالبات جامعتي الأزهر والحديثة في مصر وجامعة الكويت والهيئة العامة للتعليم التطبيقي في

- الكويت"، رسالة ماجستير، غير منشورة، (الجامعة الهولندية، كلية الإعلام والصحافة، 2012).
- (21) نجوى ابراهيم سيد ابراهيم، "نشر محتوى الصحف الإلكترونية عبر موقعي التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر) وعلاقته بنمط المتابعة الإخبارية لدى الشباب الجامعي"، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام، شعبة الصحافة، 2015)، ص (134).
- (22) JodiI Mcfarland Friedman, "Uses & Gratification Theory in Online Commenter Culture", **MA Thesis**, University of Missouri-Columbia, 2013.
- (23) Anne Oeldorf-Hirsch, "Engagement with News Content in Online Social Networks", **Ph.D Dissertation**, College of Communications, Pennsylvania State University, 2011.
- (24) Jonna Howe, "Social Media and News Consumption", **MA Thesis** , Faculty in Communication and Leadership Studies, Gonzaga University, 2011
- (25) Robert F. Otondo et al., " The Complexity of Richness: Media, Message, and Communication Outcomes", **Information & Management**, Vol.45, No. 1 ,2008, P.21
- (26) Buraj Patrakosol & Sang M. Lee, " Information Richness on Service Business Website" , **Service Business**, Vol.7, No. 2, 2013, P.331.
- (27) حسنين شفيق، "نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي"، (القاهرة: دار فكر وفن، 2014)، ص ص (112-113).
- (28) Prashant Palvia, et al., "Contextual Constraints in Media Choice: beyond Information Richness", **Decision Support System**, Vol.51, No.3, 2011, p.659.
- (29) Vivan C. Sheer, " Teenagers' Use of MSN Features, Discussion Topics, and Online Friendship Development: The Impact of Media Richness and Communication Control" , **Communication Quarterly**, Vol.59, No. 1, 2011, P.83.
- (30) استعانت الباحثة في تحديد معايير ثراء الوسيلة على مجموعة من المراجع ، مرتبة من الأحدث للأقدم:
- Majken Kirkegaard Rasmussen, et al., " I'll Knock You when I'm Ready: Reflecting on Media Richness Beyond Bandwidth and

- Imitation", **Proceedings of the Designing Interactive Systems Conference**, 2012, P.109.
- Nauman Saeed, "Effect of Media Richness on User Acceptance of Blogs and Podcasts", **Proceedings of the Fifteenth Annual Conference on Innovation and Technology in Computer Science Education**, 2010, P.138.
- Daniel M.Cable& Kang Yang Trevor Yu," Managing Job Seekers' Organizational Image Beliefs: The Role of Media Richness and Media Credibility ", **Journal of Applied Psychology**, Vol.91, No.4,2006, PP.829-830.
- Stuart C. Gilman & Jeanine Turner, " Media Richness and Social Information Processing: Rationale for Multifocal Continuing Medical Education Activities" , **The Journal of Continuing Education in the Health professions**, Vol.21, No.3,2001, P.135.
- Richard L. Daft , et al.,"Message Equivocality, Media Selection, and Manager Performance Implications for Information Systems", **MIS Quarterly**, Vol.11, No.3,1987, p.358-359,
- (31)Shao-Kang Lo&Ting Lie, " Selection of Communication Technologies: A Perspective Based on Information Richness Theory and Trust " , **Technovation**, Vol.28, No.3, 2008, P.148,151.
- (32)Maha El Shinnaway & M. Lynne Markus, "Acceptance of Communication Media in Organizations: Richness or Features" , **IEEE Transaction on Professional Communication**, Vol.41, No. 4, 1998, P.224.
- (33)ايناس محمد مسعد فهمي سرج، ايناس محمد مسعد فهمي سرج، "استخدام وسائل الاتصال الحديثة في تكوين الرأي العام المصري تجاه القضايا الدولية"، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2006)، ص ص (103-106).

(**) عرضت الباحثة أدوات الدراسة على مجموعة من المحكمين تعرضهم وفق الترتيب الأبجدي:

1. د. أمل السيد الأستاذ المساعد في قسم الصحافة- كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
2. د. سماح الشهاوي المدرس في قسم الصحافة- كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
3. د. عبد العزيز قبلان المدرس في قسم العلاقات العامة- كلية الإعلام - جامعة دمشق.

4. د. فاطمة الزهراء محمد أحمد الأستاذ المساعد في قسم الصحافة- كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
 5. د. محرز غالي الأستاذ المساعد في قسم الصحافة- كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
 6. د. محمد الباز المدرس في قسم الصحافة- كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
 7. د. محمد حسام الدين اسماعيل الأستاذ المساعد في قسم الصحافة- كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
 8. د. ندى الساعي المدرس في قسم الإعلام الإلكتروني- كلية الإعلام - جامعة دمشق.
 9. د. هاني محمد علي المدرس في قسم الصحافة- كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
 10. أ. د. هشام عطية الأستاذ في قسم الصحافة- كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
 11. د. وائل العشري المدرس في قسم الصحافة- كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- (***) ترد مجموعة من المفاهيم المرتبطة بالتحليل العاملي والتي تسهم في التوصل إلى النتيجة وتفسيرها، لذا تورد الباحثة شرحاً لها: **الاشتراكيات (communalities)**: حجم التباين الذي يتقاسمه متغير ما مع بقية المتغيرات الأخرى في التحليل، وهي أيضاً نسبة التباين التي يتم تفسيرها في ضوء العوامل المشتركة، **الجذر الكامن (Eigenvalue)**: حجم التباين الكلي الذي يفسره كل عامل، **تشبع العامل (Loading)**: الارتباطات البسيطة بين المتغيرات والعوامل، **النسبة المئوية للتباين/نسبة التفسير (Percentage of variance)**: نسبة التباين الكلي المنسوبة إلى كل عامل، ورد الشرح السابق في إلى المرجع الآتي:

شيماء نو الفقار زغيب، "مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات

الإعلامية"، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009)، ص ص (316-317).

(34) ايناس محمد مسعد فهمي سرح، مرجع سابق، ص (93).

(35) Jonna Howe, **Op.Cit.**

(36) نجوى ابراهيم سيد ابراهيم، مرجع سابق، ص (126).

(37) أحمد عادل عبد الفتاح محمد، "التفاعلية بالمواقع الإلكترونية الصحفية والاجتماعية وعلاقتها بمستوى التفاعل الاجتماعي والسياسي لدى الشباب المصري: في إطار نظريتي ثراء الوسيلة والحضور الاجتماعي"، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2013)، ص (618).

(*****) تقصد الباحثة بالوسيلة الثانية أن مستخدمي موقع الصحيفة يعدون صفحة الموقع على الفيس بوك الوسيلة الثانية التي تسهم في الوصول إلى الصحيفة، أما مستخدمي صفحة الموقع على الفيس بوك يعتقدون أن الموقع الوسيلة الثانية التي تسهم في الوصول للصحيفة الإلكترونية.

(♣) تقتصر الباحثة على عرضها نتائج التقييم الخاص بكل وسيلة والذي أشارت نتائجه إلى وجود فروق في تقييم معظم محاوره، كما أنها لن تلجأ لاستخدام معامل (Z) للتأكد من وجود فروق على اعتبار أنه توجد فروق في الدراسة تسعى للتأكد من وجود هذه الفروق.

(♣♣) استخلصت الباحثة النتائج على صعيد كل وسيلة وأعدت ترتيب العبارات وفق الوزن النسبي فكان العرض تنازلياً، إذ تسهل هذه الطريقة معرفة توزيع إجابات أفراد العينة، فالعبارات التي تظهر في المراتب الأولى تكون النسبة الأعلى للموافقين عليها، أما العبارات التي تكون النسبة الأعلى للرفض فإنها تظهر في المراتب الأخيرة، وابتعت الباحثة هذه الطريقة في عرض جميع مقاييس الدراسة وفي العرض النهائي الوارد في الملاحق عرضت الباحثة نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الوسيلة المستخدمة وفق أبعاد نظرية ثراء الوسيلة ما يتعلق بخصائصها (Medium Characteristics)، إذ سبق للباحثة وأن توصلت إلى خمسة أبعاد رئيسية، وهذا ما أكدته نتائج التحليل العاملي، وما يتعلق ببراء المعلومات فتوصلت الباحثة إلى خمسة أبعاد رئيسية، وهذا ما أكدته نتائج التحليل العاملي.

(♣♣♣) استخدمت الباحثة في محور العلاقات اختبار (كا²) لمعرفة مدى وجود علاقة بين المتغيرين وفي حال ثبات وجودها، استخلصت قيمة معامل الارتباط سبيرمان على صعيد علاقات هذا المحور.

(♣♣♣♣) استعانت الباحثة بالاختبارات البعدية (Post Hoc Tests)، بطريقة أقل فرق معنوي (LSD: Least Significance Difference)، في حال ثبات وجود فروق بين فئات السن والمستوى التعليمي من حيث تقييم مستوى الثراء والدوافع والاشباع، وذلك لمعرفة مصدر التباين.

تقييم مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك لثراء خدماتها الإخبارية

الملاحق

جدول (1) توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لعبارات مقياس ثراء الوسيلة (ن=400)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	لا		أحياناً		دائماً		مدى الاستخدام العبارات	الوسيلة	بعد الثراء
		%	ك	%	ك	%	ك			
55	1.65	57.6	83	20.1	29	22.2	32	1.أعلق على الأخبار والأحداث الجارية بحرية	الموقع	رابع الصدى والتفاعلية
45	1.35	71.5	103	22.2	32	6.2	9	2.أبدي إعجابي بالأخبار من خلال زر الإعجاب (like)		
45	1.35	72.9	105	19.4	28	7.6	11	3.أتبادل وجهات النظر مع بقية المستخدمين من خلال التعليقات		
42.67	1.28	75	108	21.5	31	3.5	5	4.أشارك الأخبار بالطرق المتاحة		
38	1.14	88.2	127	9.7	14	2.1	3	5.أتواصل مع القائمين على الموقع		
91.33	2.74	3.5	9	18.8	48	77.7	199	1.أبدي إعجابي بالأخبار من خلال زر الإعجاب (like)	الصفحة	
78.33	2.35	20.7	53	23.8	61	55.5	142	2.أعلق على الأخبار والأحداث الجارية بحرية		
65	1.95	31.6	81	42.2	108	26.2	67	3.أتبادل وجهات النظر مع بقية المستخدمين من خلال التعليقات		
60.67	1.82	29.3	75	59.4	152	11.3	29	4.أشارك الأخبار بالطرق المتاحة		
42.33	1.27	74.2	190	25	64	0.8	2	5.أتواصل مع القائمين على الموقع		
86.33	2.59	10.4	15	20.1	29	69.4	100	1.أستفيد من الصور المرافقة للخبر	الموقع	تعدد الرموز
79	2.37	14.6	21	34	49	51.4	74	2.أستفيد من الفيديو المصاحب للأخبار		

تقييم مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك لثراء خدماتها الإخبارية

74.33	2.23	18.8	27	39.6	57	41.7	60	3.أستخدم الروابط الإضافية للأخبار للحصول على مزيد من المعلومات	الصفحة	سهولة الاستخدام
90.33	2.71	7	18	15.2	39	77.7	199	1. أستفيد من الصور المرافقة للخبر		
82	2.46	10.9	28	32.4	83	56.6	145	2.أستفيد من الفيديو المصاحب للأخبار		
79.33	2.38	12.5	32	37.1	95	50.4	129	3.أستخدم الروابط الإضافية للأخبار للحصول على مزيد من المعلومات		
99.67	2.99	-	-	0.7	1	99.3	143	1.أعتبرها وسيلة سهلة الاستخدام	الموقع	
99.67	2.99	-	-	0.7	1	99.3	143	2.أرى أنها لا تتطلب شرحاً لكيفية الاستخدام		
99.33	2.98	-	-	1.6	4	98.4	252	1.أعتبرها وسيلة سهلة الاستخدام	الصفحة	
99.33	2.98	-	-	1.6	4	98.4	252	2.أرى أنها لا تتطلب شرحاً لكيفية الاستخدام		
99	2.97	-	-	2.8	4	97.2	140	1.أصل للأخبار بسهولة	الموقع	
94	2.82	1.4	2	15.3	22	83.3	120	2.أستطيع الوصول للمعلومات في أي وقت أريده	سرعة الوصول	
99.33	2.98	-	-	1.6	4	98.4	252	1.أصل للأخبار بسهولة		
96.67	2.90	0.8	2	8.2	21	91	233	2.أستطيع الوصول للمعلومات في أي وقت أريده		
92	2.76	0.7	1	22.2	32	77.1	111	1.أعتبرها وسيلة للتأكد من صحة الأحداث	الموقع	الثقة
88.33	2.65	1.4	2	31.9	46	66.7	96	2.أعتبرها مصدراً موثقاً للحصول على الأخبار		
92.33	2.77	1.6	4	20.3	52	78.1	200	1.أعتبرها وسيلة للتأكد من صحة الأحداث		

تقييم مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك لثراء خدماتها الإخبارية

المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي						المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	البيان	الموقع	الصفحة	الكلفة
		لا	ك	أحياناً	ك	دائماً	ك						
2.72	90.67	3.1	8	21.9	56	75	192	2	اعتبرها مصدراً موثقاً للحصول على الأخبار				
2.78	92.67	4.9	7	12.5	18	82.6	119	1	أرى أنها وسيلة غير مكلفة للحصول على المعلومات والأخبار	الموقع			
2.71	90.33	5.6	8	18.1	26	76.4	110	2	أرى أن تكلفة الحصول على المعلومات والأخبار مناسبة				
2.70	90	10.2	26	9.8	25	80.1	205	1	أرى أنها وسيلة غير مكلفة للحصول على المعلومات والأخبار	الصفحة			
2.64	88	11.7	30	12.5	32	75.8	194	2	أرى أن تكلفة الحصول على المعلومات والأخبار مناسبة				

جدول (2) توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لـعبارات مقياس ثراء المعلومات (ن=400)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	لا		أحياناً		دائماً		مدى الاستخدام العبارات	الوسيلة	بعد الثراء	الثقة
		%	ك	%	ك	%	ك				
95	2.85	2.8	4	9.7	14	87.5	126	1	أرى أن مصادر الأخبار واضحة	الموقع	
93	2.79	3.5	5	13.9	20	82.6	119	2	أرى أن الموقع يقدم عرضاً كاملاً للأحداث		
89	2.67	0.7	1	31.2	45	68.1	98	3	أثقت بصحة المعلومات المقدمة		
85.33	2.56	11.1	16	22.2	32	66.7	96	4	أرى أن المعلومات تغطي كافة تفاصيل الموضوع		
83.33	2.50	14.6	21	20.8	30	64.6	93	5	تجيب المعلومات الواردة في الخبر عن جميع استفساراتي حوله		
81.33	2.44	17.4	25	20.8	30	61.8	89	6	أرى أن المعلومات تعرض وجهات النظر المتعددة حول الحدث		

تقييم مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك لثراء خدماتها الإخبارية

94.67	2.84	2	5	12.5	32	85.5	219	1. أرى أن مصادر الأخبار واضحة	الصفحة	
93	2.79	3.9	10	12.9	33	83.2	213	2. أرى أن الموقع يقدم عرضاً كاملاً للأحداث		
91.33	2.74	2	5	21.9	56	76.2	195	3. أثق بصحة المعلومات المقدمة		
87.67	2.63	10.5	27	15.6	40	73.8	189	4. أرى أن المعلومات تغطي كافة تفاصيل الموضوع		
87.67	2.63	10.2	26	16.4	42	73.4	188	5. تجيب المعلومات الواردة في الخبر عن جميع استفساراتي حوله		
85	2.55	13.7	35	18	46	68.4	175	6. أرى أن المعلومات تعرض وجهات النظر المتعددة حول الحدث		
95.67	2.87	2.1	3	9	13	88.9	128	1. أرى أن المعلومات ذات صلة وثيقة بالحدث	الموقع	مواكبة الحدث
94.33	2.83	5.6	8	5.6	8	88.9	128	2. أرى أن المعلومات المقدمة متزامنة مع الحدث		
93.67	2.81	6.9	10	4.9	7	88.2	127	3. ألاحظ أن الأخبار محدثة باستمرار		
97.33	2.92	2.3	6	3.1	8	94.5	242	1. ألاحظ أن الأخبار محدثة باستمرار	الصفحة	
97	2.91	1.6	4	5.5	14	93	238	2. أرى أن المعلومات المقدمة متزامنة مع الحدث		
97	2.91	0.8	2	7.4	19	91.8	235	3. أرى أن المعلومات ذات صلة وثيقة بالحدث		
98.33	2.95	-	-	4.9	7	95.1	137	1. أجد أن اللغة التي يستخدمها المحررون بسيطة مفهومة	الموقع	المفهوم اللغة

تقييم مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك لثراء خدماتها الإخبارية

97.67	2.93	0.7	1	5.6	8	93.8	135	2. أجد أن اللغة التي يستخدمها المحررون قريبة لما نستخدمه في الحياة اليومية		
98.67	2.96	-	-	4.3	11	95.7	245	1. أجد أن اللغة التي يستخدمها المحررون قريبة لما نستخدمه في الحياة اليومية	الصفحة	
98.33	2.95	0.4	1	4.3	11	95.3	244	2. أجد أن اللغة التي يستخدمها المحررون بسيطة مفهومة		
99.67	2.99	0.7	1	-	-	99.3	143	1. تصلني فكرة الخبر بسهولة فلا أحتاج لمن يشرح لي المقصود منه	الموقع	سهولة الفهم
99.67	2.99	0.7	1	-	-	99.3	143	2. استطعت فهم المعلومات بسهولة		
100	3	-	-	-	-	100	256	1. تصلني فكرة الخبر بسهولة فلا أحتاج لمن يشرح لي المقصود منه	الصفحة	
100	3	-	-	0.4	1	99.6	255	2. استطعت فهم المعلومات بسهولة		
99	2.97	0.7	1	2.1	3	97.2	140	1. تسهم المعلومات في زيادة اطلاعي على الموضوع	الموقع	مناسبة للموضوع
98.67	2.96	-	-	4.2	6	95.8	138	2. استفيد من المعلومات في معرفة ما يجري حولي		
93.67	2.81	1.4	2	16	23	82.6	119	3. تساعديني المعلومات في تفسير الأحداث من حولي مما يزيل الغموض		
98.67	2.96	0.8	2	2.7	7	96.5	247	1. استفيد من المعلومات في معرفة ما يجري حولي	الصفحة	

تقييم مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيس بوك لثراء خدماتها الإخبارية

98.33	2.95	0.8	2	3.5	9	95.7	245	2. تسهم المعلومات في زيادة اطلاعي على الموضوع		
96	2.88	1.2	3	9.4	24	89.5	229	3. تساعدي المعلومات في تفسير الأحداث من حولي مما يزيل الغموض		