

## استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية لعناصر التصميم الإقناعية وعلاقته بمصداقية مضمونها لدى طلاب الجامعات

د. حسن فراج حسن فراج\*

د. أحمد متولى عبدالرحيم\*\*

### ملخص الدراسة:

أسهمت التكنولوجيا الحديثة بفضل ألياتها المتعددة عبر شبكة الإنترنت في زيادة الاتجاه إلى استخدامها وتوظيفها والتي انعكست بدورها في شتى مناحى الحياة وأسفرت عن وسائل اعلامية رقمية جديدة ساهمت بشكل كبير في زيادة الاتصال والتفاعل واستطاعت تطبيقات المواقع الإخبارية ان تستفيد من تلك الامكانيات وتجمع بين خصائص الصحافة التقليدية والتقنيات الإلكترونية الحديثة وتوفير الخدمات التفاعلية المتنوعة من أجل اقناع المستخدم بالمحتوى المقدم في تطبيقاتها الإخبارية.

ويرى القائمون على تصميم التطبيقات الإخبارية أنه من الضروري التأثير على انطباع المستخدمين الأول من خلال الإهتمام بالعناصر الإقناعية في تصميم التطبيق والأهتمام أيضاً بمصداقية المحتوى المقدم والعمل على تحقيق انطباع إيجابي لدى المستخدم؛ فإنه في حالة الانطباع السيئ، لن يأخذ سوى ثوان بالنسبة للمستخدم للتنقل بعيداً وأبداً دون العودة مره أخرى لتطبيق الموقع

وتسعى تطبيقات المواقع الإخبارية إلى زيادة الثقة بينها وبين المستخدمين من خلال زيادة مصداقية المحتوى المقدم حيث أنه تكمن أهمية المصداقية كونها المحدد الاساسى في عملية اقتناع الافراد وتشكيل معارفهم واتجاهاتهم.

### أهداف الدراسة:

استهدفت الدراسة التعرف على كيفية استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية لعناصر التصميم الإقناعية وعلاقته بمصداقية مضمونها لدى طلاب الجامعات. وينبثق من الهدف الرئيس أهداف فرعية تتمثل في:الكشف عن معدل استخدام المبحوثين لتطبيقات المواقع الإخبارية. والتعرف على عناصر التصميم الإقناعية في تطبيقات المواقع الإخبارية التي يفضلها المبحوثون. ومعرفة معدل سهولة استخدام المبحوثين لتطبيقات المواقع الإخبارية. وتوحيد العلاقة بين استخدام عناصر التصميم الإقناعية في تطبيقات المواقع الإخبارية وعلاقتها بمصداقية تلك التطبيقات. ودراسة وتحليل تقييم المبحوثين لمصداقية تطبيقات المواقع الإخبارية.

### نوع ومنهج الدراسة:

وجاءت الدراسة وصفية معتمدة على منهج المسح الإعلاني.

\* المدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس  
\*\* المدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس

### مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في المراهقين المصريين بالجامعات المصرية من (17- 18) عام وجاءت عينة الدراسة عمدية من مستخدمي تطبيقات المواقع الإخبارية، والتي يبلغ عددها (400) مبحوثاً من جامعات (عين شمس، الزقازيق، فاروس بالإسكندرية، جامعة 6 أكتوبر).  
أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة حول استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية لعناصر التصميم الإقناعية وعلاقته بمصداقية مضمونها لدى طلاب الجامعات.

### وجاءت أهم نتائج الدراسة ممثلة في:

- 1-ارتفاع معدل استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات المواقع الإخبارية وجاء تطبيق اليوم السابع الإخباري في مقدمة التطبيقات التي يفضلها المبحوثون.
- 2-وأكدت الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام عناصر التصميم الإقناعية في تطبيقات المواقع الإخبارية ومصداقية مضمون تلك التطبيقات.
- 3-توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تفضيلات المبحوثين نحو تصميم تطبيقات المواقع الإخبارية وتقييمهم لعناصر التصميم الإقناعية.
- 4-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مصداقية مضمون تطبيقات المواقع الإخبارية تبعاً لاختلاف كثافة استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية.
- 5- توصلت الدراسة الي وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين عناصر التصميم الإقناعية في تطبيقات المواقع الإخبارية ومستوى استخدام المبحوثين لتطبيقات المواقع الإخبارية.

## The use of news websites applications for persuasive design elements and its relation with contents credibility in university students

### Abstract:

Modern technology, thanks to its multiple mechanisms via the Internet, has contributed to increase it's usege, which was reflected in various aspects of life and resulted in new digital media that contributed greatly to increase the communication and interaction. News applications were able to benefit from these capabilities and combine the characteristics of traditional journalism and modern

Electronic technique and providing various interactive services in order to convince the user of the content provided in its news applications.

The responsible of designing news applications believe that it is necessary to influence the first impression of users by paying attention to the persuasive elements in the design of the application and also paying attention to the credibility of the presented content and

working to achieve a positive user impression. In case of bad impression, it will only take seconds for the user to navigate away and never return to the site application.

News sites applications seek to increase trust between them and users by increasing the credibility of the content provided, as the importance of credibility considered the main determinant in the process of persuading individuals and forming their knowledge and attitudes.

### **Aims of the study:**

The study aimed to identify how news websites applications use persuasive design elements and its relation to the credibility content among university students. There are sub-objectives emerge from the main objective, which are: Detecting the rate of respondents' use of news website applications. In addition to identify the persuasive design elements in the news sites applications preferred by the respondents. Knowing the rate of ease of use by the respondents of the applications of news sites. Determine the relation between the use of persuasive design elements in the news sites applications and its relation to the credibility of those applications. The study and the analyzing of the respondents' evaluation of the credibility of the news sites applications.

### **Study type and method:**

The study is descriptive and based on the media survey method.

### **Study sample:**

The study is represented by Egyptian adolescents in Egyptian universities from (17-18) years. The study sample was deliberate from users of news websites applications, which numbered (400) respondents from universities (Ain Shams, Zigzag, Pharos in Alexandria

### **Study tools:**

The study relied on a questionnaire form to collect study data about the use of news websites applications for persuasive design elements and its relation to the credibility of its content among university students.

### The most important results of the study were represented in:

- 1- The high rate of use by the respondents of the study sample for the news websites applications. Al Youm 7 (The Seventh Day) News applications came at the forefront of the applications preferred by the respondents.
- 2-The study confirmed the existence of a statistically significant correlation between the use of persuasive design elements in the news websites applications and the credibility of those applications content.
- 3-There is a statistically significant correlation between the respondents' preferences towards designing news website applications and their evaluation of persuasive design elements.
- 4-There are statistically significant differences between the average scores of the respondents on the scale of using news websites applications, according to the different degree of exposure motives to these applications.
- 5-There is a positive and statistically significant correlation between the persuasive design elements in mobile news applications and the level of respondents' use of news websites application.

### المقدمة:

يعتبر الاتصال عملية اجتماعية تتسم بالتدفق والاستمرار وتضم العديد من العمليات السلوكية والنفسية؛ فهو عملية متكاملة تستهدف إحداث تأثير مركز ومقصود على اتجاهات وسلوك مجموعات معنية ومستهدفة من الجمهور؛ وتستهدف أيضًا اتصال إقناعي يسعى إلى التأثير والإقناع، فالعملية الاتصالية هادفة إلى إحداث الإقناع. أسهمت التكنولوجيا الحديثة بفضل ألياتها المتعددة عبر شبكة الإنترنت في زيادة الاتجاه إلى استخدامها وتوظيفها، والتي انعكست بدورها في شتى مناحي الحياة، وأسفرت عن وسائل إعلامية رقمية جديدة ساهمت بشكل كبير في زيادة الاتصال والتفاعل، واستطاعت التطبيقات الإخبارية أن تستفيد من تلك الإمكانيات وتجمع بين خصائص الصحافة التقليدية والتقنيات الإلكترونية الحديثة، وأضافت لنفسها سمات تميزت بها من حيث السرعة والسهولة وتوفير الخدمات التفاعلية المتنوعة؛ من أجل إقناع المستخدم بالمحتوى المقدم في تطبيقاتها الإخبارية. ويعتمد الإقناع في التصميم على المدركات البصرية من خلال حسن استخدام العناصر الإقناعية المرئية والمعرفية حيث أن المستخدمين يختارون خيارا سريعا حول التطبيقات الإلكترونية استنادا إلى انطباعهم الأول عن التفاعل الفوري مع الموقع. وكثيرا ما يؤثر ذلك أيضا على قراراتهم اللاحقة، على سبيل المثال، أن يقرروا البقاء أو المغادرة. ويرى القارئون على تصميم التطبيقات الإخبارية أنه من الضروري التأثير على الانطباع الأول للمستخدمين من خلال الاهتمام بالعناصر الإقناعية في تصميم التطبيق والاهتمام أيضًا بمصداقية المحتوى المقدم

والعمل على تحقيق انطباع إيجابي لدى المستخدم؛ فإنه في حالة الانطباع السيئ، لن يأخذ سوى ثوانٍ بالنسبة للمستخدم للتنقل بعيداً دون العودة مرة أخرى لتطبيق الموقع. وواجهت مصداقية المضمون المقدم في التطبيقات الإخبارية العديد من الشكوك والتراجع في ظل المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة وتضارب المعلومات حول الحدث الواحد؛ مما جعل تطبيقات المواقع الإخبارية تسعى إلى زيادة الثقة بينها وبين المستخدمين من خلال زيادة مصداقية المحتوى المقدم، حيث تكمن أهمية المصداقية كونها المحدد الأساسي في عملية اقتناع الأفراد وتشكيل معارفهم واتجاهاتهم.

#### أولاً: مشكلة البحث:

نتيجة التطور التقني لتكنولوجيا الحاسبات وتكنولوجيا الاتصال أصبح الاهتمام بالعناصر الإقناعية في تصميم تطبيقات المواقع الإخبارية عملية مدروسة ذات أسس وقواعد فيما يتعلق بالتأثير في الاتجاهات، وفي ضوء التطورات التكنولوجية والرقمية التي أفرزتها ثورة المعلومات والاتصالات والتي استفادت منها كافة الوسائل الاتصالية، بل وأحدثت تغييرات جذرية في العديد من وسائل الاتصال فالمؤسسات الصحفية بمختلف توجهاتها ومخرجاتها أصبحت تعمل في بيئة متغيرة ومتطورة يتطلب منها تطوير تطبيقاتها الإخبارية، ويتوقف نجاح هذه المؤسسات أو فشلها على إمكانية التكيف مع هذه البيئة وعناصرها المختلفة من جماهير متباينة الاتجاهات والحاجات والتطلعات، وبالتالي فإن هذا التكيف يتطلب رصد هذه التغيرات ودراساتها، ووضع تصور لكيفية الاستفادة من التقنيات الحديثة الفعالة للاستجابة لها بما يحقق مصالح مشتركة بين المؤسسات وبيئتها وبين مستخدميها من طلاب الجامعات وحيث أن نسبة كبيرة من الأبحاث الإعلامية أكدت على أن لكل وسيلة اتصال إعلامية مقدرة على الإقناع تزيد أو تقل عن غيرها من الوسائل الأخرى وفقاً للجمهور وإمكانيات تلك الوسيلة. ونجد أنه رغم التقدم الهائل الذي أحرزته وسائل الإعلام السمعية والبصرية، إلا أن تطبيقات المواقع الإخبارية تلعب دوراً هاماً كوسيلة هامة لنقل الأخبار والمعلومات بفضل ما يتوفر لها من إمكانيات تقنية جعل لها قدرة إقناعية كبيرة.

وتعد المصداقية واحدة من العوامل المؤثرة في نجاح العملية الاتصالية لوسائل الإعلام بأنماطها المتعددة، فهي تعني الثقة في الوسيلة أو إمكانية الاعتماد عليها، وتعني احترام الوسيلة وتفضيلها كمصدر للمعلومات والآراء مقارنة بغيرها من الوسائل؛ لذا فإن المصداقية لها أهمية كبيرة في دعم وثقة المستخدمين في المضمون المقدم داخل تطبيقات المواقع الإخبارية.

ولتحديد المشكلة بدقة قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية على عينة قوامها (40) مبحوثاً من المراهقين من (17-18) عاماً، وجاءت نتائجها كالتالي:

- 1- يهتم (75%) من عينة الدراسة الاستطلاعية باستخدام تطبيقات المواقع الإخبارية، و(10%) منهم لا يهتمون باستخدامها.
- 2- أكثر تطبيقات المواقع الإخبارية استخداماً وفقاً لعينة الدراسة الاستطلاعية هي تطبيق اليوم السابع بنسبة (45%)، وجاء في المرتبة الثانية القاهرة 24 بنسبة (25%)، وفي المرتبة الثالثة الوطن بنسبة (20%)، وجاء المصري اليوم في المرتبة الأخيرة بنسبة (10%).
- 3- بالنسبة لمدى اهتمام طلاب الجامعات عينة الدراسة الاستطلاعية بتصميم تطبيقات المواقع الإخبارية جاء بدرجة كبيرة في المرتبة الأولى بنسبة (65%)، وبدرجة متوسطة في

الترتيب الثاني بنسبة (25%)، وجاء بدرجة قليلة في الترتيب الأخير بنسبة (10%). وبذلك يمكن تحديد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: ما علاقة استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية لعناصر التصميم الإقناعية بمصداقية مضمونها لدى طلاب الجامعات؟

ثانياً: أهمية البحث:

- 1- ندرة الدراسات التي تناولت عناصر التصميم الإقناعية وتطبيقات المواقع الإخبارية.
- 2- مساعدة القائمين على تصميم تطبيقات المواقع الإخبارية على تحديث عناصر الإقناع المستخدمة في تصميم تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية وفقاً لتفضيلات طلاب الجامعات.
- 3- أهمية توظيف القدرات الإتصالية والإقناعية في تطبيقات المواقع الإخبارية لدعم مصداقية مضمون تلك التطبيقات.

4- تسهم الدراسة في التعرف على كيفية توظيف عناصر الإقناع في تصميم التطبيقات الإخبارية.

ثالثاً: أهداف البحث:

- يتمثل الهدف الرئيس في: التعرف على علاقة استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية لعناصر التصميم الإقناعية وعلاقته بمصداقية مضمونها لدى طلاب الجامعات. وينبثق من الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية:
1. الكشف عن معدل استخدام المبحوثين لتطبيقات المواقع الإخبارية.
  2. التعرف على عناصر التصميم الإقناعية في تطبيقات المواقع الإخبارية التي يفضلها المبحوثون.
  3. معرفة مدى استفادة المبحوثين من تطبيقات المواقع الإخبارية.
  4. تحديد العلاقة بين استخدام عناصر التصميم الإقناعية في تطبيقات المواقع الإخبارية وعلاقتها بمصداقية تلك التطبيقات.
  5. تحليل تقييم المبحوثين لمصداقية تطبيقات المواقع الإخبارية.

رابعاً: تساؤلات البحث:

- يتمثل التساؤل الرئيس للبحث في " ما علاقة استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية لعناصر التصميم الإقناعية بمصداقية مضمونها لدى طلاب الجامعات؟" وينبثق من التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية تتمثل في:
1. ما مدى تصفح طلاب الجامعات لتطبيقات المواقع الإخبارية؟
  2. ما تفضيلات طلاب الجامعات في تصميم تطبيقات المواقع الإخبارية؟
  3. ما تقييم طلاب الجامعات لتصميم التطبيقات الإخبارية؟
  4. ما تأثير عناصر التصميم الإقناعية على مصداقية تلك التطبيقات لدى طلاب الجامعات؟
  5. ما استفادة طلاب الجامعات من استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية؟

خامساً: الإطار النظري: "النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT)"

يعتبر نموذج قبول واستخدام المعلومات وابتكارات تكنولوجيا المعلومات والنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا مصدر قلق كبير للباحثين، حيث شكلت إسهامات المداخل النظرية السابقة في تراكم الجهد العلمي لتقديم تفسيرات مختلفة لقبول تكنولوجيا المعلومات واستخدامها بناءً على عوامل متعددة

منها التكنولوجيا. (Dwivedi & Rana & Jeyaraj, 2019.p719) (1)

ويعتمد الباحث على النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا باعتبارها مدخلا نظريًا مناسبًا لفهم تقبل الجمهور للتكنولوجيا ومنها استخدام التطبيقات الإخبارية، حيث قدم Davis لأول مرة نموذجًا لدراسة تقبل التكنولوجيا عام 1989 وأسماه "نموذج تقبل التكنولوجيا" Technology Acceptance Model والمعروف اختصارًا بنموذج TAM، حيث يفترض النموذج بأن تقبل أي تكنولوجيا معينة يرتكز على عاملين رئيسيين، هما: **الفائدة المتوقعة** PU Usefulness Perceived، والتي يقصد بها "الدرجة التي يعتقد الشخص أن استخدامه لنظام معين سيساعده على تحسين أدائه الوظيفي"، وسهولة **الاستخدام المتوقعة** (PEU Use Of Ease Perceived) والتي يقصد بها "الدرجة التي يعتقد فيها الشخص أن استخدامه لنظام معين سيكون بأقل جهد ممكن". وهذان المتغيران يؤثران على عامل تابع وهو **الميل السلوكي أو النية السلوكية للاستخدام** Use to Intention Behavioral، ويكون هذان المتغيران المبنيان على الاعتقاد بثبات عاملين وسيطين يؤثران على النية السلوكية ويتأثران بعوامل خارجية External variables أخرى، حيث تؤثر هذه العوامل الخارجية على النية السلوكية بشكل غير مباشر عن طريق الفائدة المتوقعة وسهولة الاستخدام المتوقعة، ومن هنا فإن الهدف الرئيس للنموذج هو التفسير، والتنبؤ، والتعرف على العوامل التي تلعب دورًا في تقبل أو عدم تقبل نظام معلومات معين (Davis, 1989, p 319).<sup>(2)</sup>

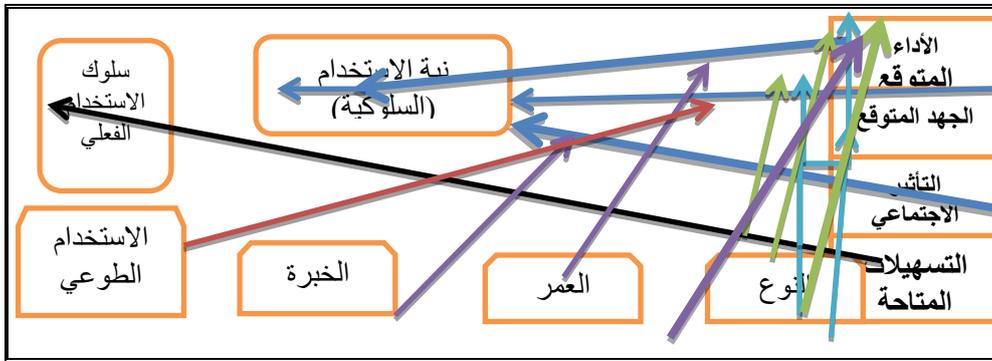
ويعتبر موقف المستخدم تجاه تقنية معينة أمرًا رئيسيًا تُحدّد ما إذا كان المستخدم سيستخدم التقنية بالفعل أم يرفضها، كما أن كلاً من نظرية السلوك المنطقي ونظرية السلوك المخطط كانت عاملا حاسما لإنشاء وتطوير نظرية قبول التكنولوجيا (Sohn & Kwon, 2019 p101).<sup>(3)</sup> وطورت النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا نموذج قبول التكنولوجيا على أربعة مرتكزات تشمل المتغيرات الخارجية (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع والتأثير الاجتماعي وظروف التسهيل) ومتغيرين داخليين هما (النية السلوكية، السلوك)، واستخدمت النظرية المتغيرات الوسيطة (العمر والجنس ومستوى الخبرة والاستخدام الطوعي) لتحسين القدرة التنبؤية للنموذج (Venkatesh & Bala, 2008, p273).<sup>(4)</sup>

وتم أيضًا تطوير نموذج قبول التكنولوجيا كامتداد لنظرية السلوك المسبب كنموذج نظري يشرح نوايا الأفراد في تبني أو رفض تقنية جديدة، وأثبت نموذج قبول التكنولوجيا دورا بارزا في فهم العوامل التي تؤثر على قبول التكنولوجيا الجديدة بالاعتماد على السلوك البشري العام ونية القبول جنبًا إلى جنب مع مواقف الأفراد الذاتية. (Lee & Jae Young Choi, 2019. p48).<sup>(5)</sup>

وفي العقدين الماضيين تم تعديل النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا وتطويره عدة مرات، حيث تم إضافة متغيرات خارجية عديدة للنموذج الأصلي مثل الخبرة، الكفاءة الذاتية، الدعم الإداري، العوامل الاجتماعية، الفروق الفردية، التعقيدات وغيرها من المتغيرات التي من الممكن أن تؤثر على المتغيرات في قرار المستخدم النهائي حول استخدام التكنولوجيا بالاستناد على الفائدة والسهولة المدركة، وبالتالي التأثير على النية السلوكية وصولاً إلى اتخاذ قرار باستخدام أو عدم استخدام التكنولوجيا. كما يسمح بتقدير اعتماد تكنولوجيا المعلومات بناءً على مقاييس الاستخدام بموضوعية، ويسمح أيضًا بالتركيز على العوامل الاجتماعية والفردية (Rad & Dahlan, 2018. p362).<sup>(6)</sup>

في الواقع تساعد النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا الباحثين والممارسين على التمييز بين سبب قبول أو عدم قبول تقنية أو نظام معين واتخاذ التدابير المناسبة عن طريق الشرح، إلى جانب توفير مساحة للتنبؤ بالسلوك نتيجة أنه تم اختباره على نطاق واسع مع عينات مختلفة في مواقف مختلفة وثبت أنه نموذج صالح وموثوق لفهم قبول التكنولوجيا بمختلف فروعها واستخدامها، وهذا الفهم أمر حيوي لتمكين الأطراف المهتمة (مثل الطلاب والأكاديميين والباحثين والحكومة والمنظمات) من الارتباط بالنظرية والجوانب العملية لنماذج تبني التكنولوجيا (Lai, 2017. p21).<sup>(7)</sup>

وقد أعدت النظرية الموحدة لقبول التقنية واستخدامها **UTAUT** لدراسة نظم وتقنية المعلومات في شركات الأعمال، وتهدف هذه النظرية إلى تفسير نية وسلوك الاستخدام، وتستخدم النظرية النية السلوكية كمؤشر لسلوك استخدام التقنية، وتقترح النظرية أن الأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والتأثير الاجتماعي تؤثر بشكل مباشر على نية الاستخدام، كما أن التسهيلات المتاحة تؤثر مباشرة على سلوك الاستخدام جنباً إلى جنب مع نية الاستخدام، كما يسعى نموذج **UTAUT** إلى توضيح ما إذا كانت الاختلافات الفردية (النوع، السن، الخبرة، طوعية الاستخدام) تؤثر على قبول واستخدام التقنية؛ حيث يفترض أن العلاقة بين كل من الأداء المتوقع والجهد المتوقع والعوامل الاجتماعية والنية السلوكية تختلف باختلاف العمر والجنس، واختلاف العلاقة بين النية السلوكية وكل من الجهد المتوقع والعوامل الاجتماعية باختلاف الخبرة؛ ووجود علاقة بين التأثير الاجتماعي والنية السلوكية تختلف باختلاف طوعية الاستخدام، وأخيراً توجد علاقة بين سلوك الاستخدام والتسهيلات المتاحة تختلف باختلاف العمر والخبرة



شكل (1) النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية **UTAUT**

ويتكون نموذج **UTAUT** من أربعة عناصر:

1. الأداء المتوقع: ويقصد به الدرجة التي يعتقد الأفراد أن استخدامهم للتقنية سوف يؤدي إلى تحقيق مكاسب في الأداء الوظيفي، ويمكن أيضاً أن يُنظر إلى هذا باعتباره الفائدة المدركة من استخدام التقنية، وهذا العامل سيكون محورياً؛ لأنه إذا كان طلاب الجامعات، يعتقدون أن سهولة استخدامهم للتطبيقات المواقع الإخبارية سيساعدهم على الوصول إلى المعلومات بشكل أفضل وبمصداقية عالية، كنقل المعلومات بصورة أسرع من الوسائل

التقليدية، والدخول في حوارات مباشرة مع الآخرين، وتكوين علاقات شخصية، تعود بالنفع على أداؤهم بشكل عام.

2. الجهد المتوقع: ويقصد به سهولة استخدام التقنية، فعلى سبيل المثال قد يقارن مستخدم تطبيقات المواقع الإخبارية الجهد والوقت اللذين يبذلان لاستخدام تطبيقات المواقع الإخبارية لتحقيق غرض معين، مقارنة بوسائل أخرى كوسائل الإعلام التقليدية.

3. العوامل الاجتماعية: ويقصد بها إلى أي مدى يعتقد الأفراد أهمية أن الآخرين يعتقدون أنه ينبغي عليهم استخدام التقنية، ويوضح ذلك ما إذا كان مستخدم المواقع الإخبارية يتوقعون أن يقدر الآخرون (كالرؤساء والزملاء والجمهور وغيرهم) استخدامهم لتطبيقات المواقع الإخبارية.

4. التسهيلات المتاحة: ويقصد بها مدى اعتقاد الفرد بأن البنية التحتية والتقنية اللازمة لدعم التقنية موجودة لدى الفرد أو المنظمة، ويتعلق هذا المتغير بتوفر الإمكانيات اللازمة لاستخدام التطبيقات الرقمية كتوفر المعرفة وحاسب أو هواتف ذكية، وخدمات إنترنت، أو سماح المؤسسة باستخدام الإعلام الاجتماعي أثناء العمل.

#### تطبيق النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا في البحث الحالي:

يستفيد الباحث من هذه النظرية في الكشف عن آليات استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية لعناصر التصميم الإقناعية وعلاقته بمصداقية مضمونها، وأهميته، وتأثيرات استخدامها والتسهيلات التي توفرها تطبيقات المواقع الإخبارية، ودوافع ذلك، والفائدة المتحققة منها ومتطلبات تطبيقها وفقاً لتقييم الباحثين، والوقوف على المعايير التي تفرضها على استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية.

وقد تم تطبيق مبادئ النظرية في هذه الدراسة وفقاً للآتي:

#### أولاً: الأداء المتوقع:

- وجود المعلومات التي أحتاجها في شتى المجالات يجعلني أثق في تطبيق الموقع.
- وجود معلومات حول أسعار العملات درجات الحرارة الساعه التاريخ.
- وجود رد على استفسارك عن طريق الوتس أب أو صفحه الفيس بوك أو مواقع التواصل الاجتماعي.

#### ثانياً: الجهد المتوقع:

- سهولة تحميل تطبيق الموقع الإخباري.
- يوفر تطبيق الموقع سهوله الاستخدام أثناء التصفح.
- يستخدم تطبيق الموقع اعلانات لجمع تبرعات.
- سهولة تسجيل الحساب داخل تطبيق الموقع.
- يشرح تطبيق الموقع خطوات الاستخدام.

#### ثالثاً: التأثير الاجتماعي:

- يوفر تطبيق الموقع اعلانات عن دورات تأهليه في فترات مختلفه.
- عندما يتبنى تطبيق الموقع قضيه تهم الراى العام اشعر بالمصداقيه.
- اخبار الشخصيات الناجحه داخل التطبيق يجعلك تشعر بالامل والتفاؤل.
- ينشر تطبيق الموقع اسهامات القرأ ونجاحتهم العمليه والاجتماعيه.
- يوفر التطبيق الكثير من الروابط المفيده لتطبيقات أخرى.

- تفضل المشاركة في المسابقات والاجتماعات التي تقوم بهاتطبيق الموقع التواصل الاجتماعي.
- يوفر تطبيق الموقع إمكانية مشاركة المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة.

#### رابعاً: التسهيلات المتاحة:

- يتوافق تطبيق الموقع الإخباري مع عدد كبير من الأجهزة.
- يوفر تطبيق الموقع سرعة استجابة أثناء الاستخدام.
- يوفر تطبيق الموقع اشعارات أثناء الاستخدام.
- تستطيع اضافة محتوى للتطبيق بسبب البناء التقني يساعد على ذلك.

#### خامساً: النية السلوكية

- تطبيق الموقع يجعلني أرغب في استخدامه مرات أخرى عديدة.
- أستفيد من المعلومات والأخبار داخل تطبيق الموقع.
- استخدام التطبيقات الإخبارية يوفر لي الوقت والجهد.
- سوف أخبر من حولي عن فوائد استخدام التطبيقات الإخبارية.
- يمكن استخدام التطبيقات الإخبارية في أي وقت.

#### سادساً: الدراسات السابقة:

أولاً الدراسات الخاصة بتطبيقات المواقع الإخبارية:

دراسة **بتول العاني (2021)** بعنوان الوظيفة الإخبارية لصحافة المحمول ودورها في الكشف عن قضايا الشأن المحلي: دراسة تحليلية في تطبيقات المواقع الإخبارية الإلكترونية "موقع السومرية نيوز" أنموذجاً، وهدف البحث إلى بيان اهتمام الموقع الإلكتروني محل الدراسة بالموضوعات والقضايا التي تخص الشأن العراقي. والتعرف على أهم التطبيقات الإعلامية التي يمكن أن يستفاد منها في (صحافة المحمول). وتوصل البحث بعد استعراض الجانب العملي إلى مؤشرات علمية وموضوعية تؤكد أن تطبيق السومرية نيوز ما هو إلا تطبيق إخباري صرف تضمن على عناوين تصل إلى المستفيدين بعد أن يتم تنزيل هذا التطبيق من الأنترنت كتقارير إخبارية ركزت على سنة محاور أساسية للشأن العراقي خلال مدة البحث، وكان من أبرزها الشأن الصحي والذي تصدر الشؤون الحياتية الأخرى للمجتمع العراقي للحفاظ على استمرارية الحياة، ولم يهمل التطبيق الإخباري الشؤون الأخرى المتمثلة بالشأن الأمني والعسكري والاقتصادي والاجتماعي وتفضيلاتها التي تهم الشريحة الأكبر من المجتمع العراقي. (العاني، 2021)<sup>(8)</sup>.

دراسة **عبد الرزاق غزال (2020)** بعنوان أرغونوميا التصميم ومرونة الهندسة الشكلية لمحتوي المواقع الإخبارية الجزائرية: دراسة وصفية على عينة من المواقع و التطبيقات الإخبارية. هدفت هذه الدراسة إلى تشخيص واقع وملامح أرغونوميا تصميم المواقع الإخبارية الجزائرية من خلال تقييم المستوى الإبداعي لإخراجها واستخدامها لمختلف العناصر البنائية في هندسة شكل مضمونها. كشفت الدراسة الوصفية التي اعتمدنا فيها على المنهج المسحي وأداة الملاحظة المطبقة على عينة من التطبيقات الإخبارية، أن المواقع الإخبارية الجزائرية تعاني من القصور ونمطية التصميم كونها لا تعتنى بالإرغونوميا،

وتقوم بمحاكاة إصداراتها المطبوعة ما جعلها غير قادرة على خلق هوية في إطار ممارسة إبداعية إخراجية. (غزال, 2020) (9)

دراسة أحمد حسين المصري (2020) بعنوان الأساليب والتقنيات المستخدمة في تصميم المواقع الإلكترونية المحمولة. هدفت إلى التعرف على الأساليب والتقنيات الحديثة المستخدمة في تصميم وتطوير المواقع الإلكترونية المحمولة، وقياس مدى جاهزية التصميمات إلى متطلبات إتاحتها وتصفح محتواها وخدمتها عبر الأجهزة المحمولة لجمهور المستفيدين منها، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج الهامة منها: اعتمدت التطبيقات على أسلوب التصميم المتجاوب في برمجة وإنشاء صفحات الإنترنت واستخدامها (HTML5) في برمجة تطبيقاتها. (المصري, 2020). (10)

دراسة بريق الربيعي (2020) بعنوان الإقناع البصري لتصميم الصفحة الرئيسية في المواقع الإخبارية: دراسة تحليلية. فتصميم الصفحة الرئيسية يعتمد إلى استخدام عناصر بصرية فعال لبناء الهيكل العام للموقع والصفحة الرئيسية تحديداً، فالصفحة الرئيسية تمتاز بمحاكاتها لمدرجات المستخدم عبر توظيف أدوات الجذب البصري نحو الموقع عبر الصفحة الرئيسية، وهدفت الدراسة الحالية إلى تحديد معايير البناء الإقناعي البصري الرئيسية التي تتفق مع خصائص المواقع الإخبارية، وأهمية الدراسة تأتي نتيجة للتحويلات المعرفية التي تتجه نحو الاهتمام بالإقناع البصري عند تصميم الموقع، فضلاً عن ذلك تأتي أهمية البحث للتعرف على العوامل المؤثرة في بناء الإقناع البصري عند تصميم الموقع، فضلاً عن ذلك تأتي أهمية البحث للتعرف على العوامل المؤثرة في بناء الإقناع البصري للصفحة الرئيسية، للوصول إلى ذلك استخدمت الباحثة منهج المسح طريقة تحليل الشكل (تحليل المضمون كيف قيل؟)، وتمثل مجتمع البحث بالمواقع الإخبارية العربية (الصفحة الرئيسية) وتطبيقات الهاتف المحمول وقد اختارت الباحثة العينة القصدية المتمثلة بالصفحة الرئيسية للمواقع (سكاي نيوز عربية والعربية نت والجزيرة نت والسومرية نيوز) لما تمتاز به هذه المواقع من أهمية وانتشار ونسبة تصفحها وفقاً للصفحة الرئيسية للمواقع المبحوثة، ومن أبرز النتائج التي توصل إليها البحث اهتمام المواقع بالاتصال التفاعلي مع المستخدمين واعتماد معيار يسر الاستخدام لخلق انطباع جيد لدى المستخدم لتحقيق الإقناع البصري بالإضافة إلى الاهتمام بمعيار جودة المعلومات كونها عاملاً مؤثراً في بناء الإقناع البصري فضلاً عن التصميم الجيد والملائم لطبيعية الموقع والمستخدمين. (الربيعي، بريق حسين جمعة، 2020) (11)

دراسة كريم محمد (2019) بعنوان تطبيقات الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر اللوحية وعلاقتها بالوصول إلى مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية ويسر استخدامها. هدفت الدراسة إلى التعرف على تصميم تطبيقات المواقع الصحفية والإخبارية المصرية المخصصة للهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر اللوحية التي تعمل بنظام تشغيل أندرويد، ومقارنته بنظيره في التطبيقات الأجنبية المناظرة، والتعرف على إذا ما كان التصميم يتيح لمستخدمي تلك التطبيقات يسر استخدامها وسهولة الوصول إلى محتواها من عدمه، وذلك من خلال إجراء دراسة تحليلية لرصد بنية معلوماتها وأساليب التجول بها وتصميم واجهاتها، بالإضافة إلى إجراء دراسة ميدانية على الجمهور للتعرف على مدى رضائه عن يسر استخدامها وسهولة الوصول لمحتوياتها، فضلاً عن التوصل إلى مجموعة من التوصيات لتصميم تلك الإصدارات من المواقع لتجنب مشكلات يسر استخدامها وسهولة الوصول إلى

محتواها. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها: تنوعت درجة موافقة الباحثين على العبارات التي تقيس يُسر استخدام تطبيقات مواقع الصحف والمواقع الإخبارية التي سبق وأن تصفحوها والمتعلقة بالتفاعلية الواجهية ما بين مرتفعة بدرجة كبيرة ومرتفعة على نحو أقل. (محمد، 2019)(12).

دراسة شرين عمر (2018) بعنوان تصميم تطبيقات صحافة المحمول المصرية وعلاقته بتفضيلات المستخدمين. هدفت الدراسة الحالية إلى إلقاء الضوء على أسس التصميم التي تم توظيفها في إخراج تطبيقات الصحف عينة الدراسة، ورصد تصميم العناصر التيبوغرافية والجغرافية والتكنولوجية بتطبيقات صحافة المحمول، والتعرف على تفضيلات الجمهور. وتوصلت الباحثة إلى عديد من النتائج أهمها: أن تطبيقات الصحف من النوع الهجين، وأكدت الدراسة أيضاً وجود علاقة دالة إحصائياً بين نظام تشغيل الهاتف المحمول وتفضيلات الباحثين لعناصر التصميم التيبوغرافية والجغرافية وأساليب التصميم ( عمر، 2018)(13).

دراسة Harri Oinas (2017) بعنوان: " تصميم النظم المقنعة"، وتقييم البحوث مع نموذج (بي اس دي). وتهدف هذه الدراسة إلى عرض إطاراً مفاهيمياً لتصميم وتقييم النظم المقنعة على الهاتف المحمول والتطبيقات الإخبارية، والمعروفة باسم نموذج تصميم النظم المقنعة. وتصف شعبة القطاع الخاص عملية تصميم وتقييم النظم المقنعة، وتصف أي نوع من وظائف البرمجيات وتقنيات تصميم التطبيقات التي يمكن العثور عليها في المنتج النهائي. وتوصلت لعدد من النتائج منها: إمكانية تطبيق نموذج (بي اس دي) لتطوير أنظمة دعم تغيير السلوك الكاملة والتطبيقات المقنعة، ويمكن لمجالات مثل تعزيز الصحة، وتعزيز السلوكيات المستدامة / الخضراء، وربما أيضاً البيع الإلكتروني أن تستفيد من هذه المقاربات بشكل كبير. ومن المتوقع أن تلعب المواضيع التي تم تناولها في البرامج التعليمية دوراً محورياً في التقدم في مستقبل تكنولوجيا المعلومات لتصميم الأعمال والاقتصاد (Oinas, 2017)(14).

دراسة سماح عبدالرازق (2016) بعنوان تفضيلات المستخدمين لتصميم المواقع الإخبارية المصرية على الهواتف المحمولة دراسة تحليلية وميدانية هدفت إلى التعرف على تفضيلات مستخدمي المواقع الإخبارية المصرية على الهواتف المحمولة لتصميم هذه المواقع وتقييمهم للتصميم الحالي لها، وتوصلت إلى تفضيلات المستخدمين لعناصر التصميم المختلفة. فالبنسبة لشكل الصفحة الرئيسية جاءت في الترتيب الأول لأنها تحتوي على أحدث الأخبار وأكثر الموضوعات تعلقاً فقط (الشهاوي، 2016). (15)

دراسة Kong Ahmadi (2015) بعنوان المقارنة بين التقنيات المختلف لتصفح شبكة الإنترنت عبر الأجهزة المحمولة. وقسم الباحثون طرق تصفح الويب على الأجهزة المحمولة إلى ثلاث طرق رئيسية هي: تصميم منصة خاصة بالجهاز المحمول، صفحات الويب المعتمدة على الهيكلية، وصفحات الويب القائمة على التكبير. ويشمل النوع الأول مجموعة من التقنيات كلغات الترميز والأدوات التفاعلية التي تسهل على مصممي المواقع إنشاء الموقع الأمثل على الجهاز المحمول، أما تقنيات إعادة هيكلة الصفحة فهي تعمل بذكاء على تكيف نسخة الموقع الخاصة بسطح المكتب كي تكون صالحة للتصفح عبر الأجهزة المحمولة، وهذه التقنيات تكتشف المعلومات الأكثر ارتباطاً ثم تخلق مخططاً layout يناسب الأجهزة المحمولة، أما النوع الثالث فيعرض صفحة الموقع الخاصة بسطح المكتب على

شاشة الجهاز المحمول في شكل ملخص أو نظرة عامة لهذه الصفحة، وهو ما يسمح للمستخدم بتكبير جزء معين للقراءة المفصلة (Kong & Ahmadi, 2015) (16). دراسة mohd Fairuz & Nurulhuda Ibrahim (2015) بعنوان: "أدوات لقياس تأثير الإقناع البصري" تهدف الدراسة إلى معرفة العلاقة بين تصور المستخدم لخصائص تصميم مواقع الويب وتطبيقات الهاتف والنية السلوكية للتصميم البصري المقنع. وتمتد هذه الدراسة إلى نموذج تشكيل الانطباع الأول نحو مواقع المقصد السياحي توصلت إلى وصف المعلوماتية وسهولة الاستخدام على أنها العوامل المؤثرة (الأساسية) في المواقع، وأن الميزات المقنعة وهي المصداقية والإلهام (نداء البصرية / الجمالية)، والمشاركة (أو المشاركة)، والمعاملة بالمثل تمثل العوامل المحفزة. ومن أهم نتائج هذه الدراسة أن الإلهام، وسهولة الاستخدام، والمصداقية لها دور كبير في تشكيل الانطباع الأول نحو الموقع. وتم التوصل إلى أن سبب العوامل المتداعية نتجت عن تصميم البحوث الخاصة لأنها تستخدم مقطع الرسوم المتحركة من لقطات صفحة ويب، والمشاركين في الدراسة مجرد مشاهدين لهذه المقاطع بدلا من تصفح صفحة ويب متطابقة، وكان من الأفضل لتشكيل الانطباع الأول الفورية مع تعيين فترة لعرض صفحة الويب حوالي 7 ثوان لكل منهما، ويتخذ هذا البحث نهجاً مختلفاً في تصميم البحوث يستخدم فيه إعداد بيئة ويب فعلى للتجربة. (Ibrahim & Fairuz, 2015) (17)

ثانياً: الدراسات التي تناولت المصداقية:

دراسة حاتم علاونة (2020) بعنوان مصداقية الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين: دراسة ميدانية تهدف هذه الدراسة إلى التعرف إلى مدى مصداقية الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، ومعرفة أهم عادات وأنماط اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية، وكان ذلك بالاعتماد على المنهج المسحي، على عينة قوامها (130) مفردة من الصحفيين الأردنيين العاملين في الصحف الأردنية اليومية (الدستور، والرأي، والغد، والأنباط، والديار، والسبيل الأردنية) ووكالة الأنباء الأردنية (بترا)، المسجلة عضويتهم في نقابة الصحفيين الأردنيين؛ إذ تم استخدام (الاستبانة) كأداة للدراسة. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها: (42.3%) من الصحفيين الأردنيين يعتمدون بشكل كبير في استقاء المعلومات والأخبار على المواقع الإلكترونية الإخبارية. أشارت نتائج الدراسة إلى أن ما نسبته (44.2%) من أفراد عينة الدراسة يتعرضون دائماً للمواقع الإلكترونية الإخبارية، بينما (40.8%) يتعرضون أحياناً. جاءت الأخبار المحلية في مقدمة نوعية الأخبار التي يفضل الصحفيون الأردنيون متابعتها عبر المواقع الإلكترونية بنسبة (36.7%)، تلتها الأخبار العامة وشكلت ما نسبته (33.3%) أما الأخبار العربية فجاءت بنسبة (16.7%). شكلت الأخبار السياسية أعلى نسبة من بين مضامين الأخبار (علاونة، 2020) (18)

دراسة عمرو محمد عبد الحميد (2020) بعنوان توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري. التي أكدت أن هذه الممارسات الإعلامية التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي مُستحدثة في المنطقة العربية، رغم أنها قطعت أشواطاً كبيرة بوسائل الإعلام الغربية، وحققت نجاحات ملحوظة في تغطية الأحداث الاقتصادية والرياضية وأحوال الطقس والمزور التي يمكن برمجتها روتينياً، ليتفرغ الإعلاميون لمهام تحريرية أكثر تعتمد على التفسير والتعمق والتحليل والتفكير

النقدي. وأوضحت الدراسة التي تم تطبيقها على نموذجين للأخبار الاقتصادية بالمواقع الإلكترونية المصرية أحدهما منتج بواسطة الروبوت والآخر بواسطة صحفي بشري، أن تأثيرات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام المصري لا تزال محدودة بالنظر إلى أنها في مرحلة المهد، وتختلف الآراء حول مدى نجاح صياغة المحتوى عبر أدوات الذكاء الاصطناعي بين من يراه يتسم بالملل والأسلوب الوصفي التقليدي، وبين من يقيمه كمحتوى يتمتع بمستوى مصداقية مرتفع، وأن الجمهور العادي قد يصعب عليه التمييز بين المحتوى المكتوب عبر الذكاء الاصطناعي والمراسل الحقيقي (عبد الحميد، 2020) (19)

دراسة **حنان سليم (2018)** بعنوان الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات مصداقية الأخبار في عصر الإعلام الرقمي. التي أكدت على الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات مصداقية الأخبار في العصر الرقمي من حيث مجالات الاهتمام البحثي والجوانب المنهجية المستخدمة، وذلك من خلال مسح الإنتاج العلمي في الدول العربية والأجنبية والمنشور في مجلات علمية ومحكمة خلال الفترة الزمنية للدراسة (2012-2017) تقدم هذه الدراسة خلاصة كاملة لأبرز النتائج التي توصلت إليها بحوث ودراسات مصداقية الأخبار في العصر الرقمي، وأهم ما خلصت إليه البحوث والدراسات الإعلامية الحديثة في هذا الصدد، مما يعني استيعاب الاتجاهات النظرية والتطبيقية في البحوث والدراسات الإعلامية، وكذلك التعرف على المناهج والأدوات البحثية المستخدمة. وتتحدد أهداف الدراسة فيما يلي: مقارنة الاتجاهات البحثية والأطر النظرية والمنهجية بين الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت مصداقية الأخبار في عصر الإعلام الرقمي وتوظف الدراسة "أسلوب التحليل الثاني" Meta Analysis الذي يعتمد على إعادة وتفسير النتائج بشكل أكثر شمولاً وعمقاً، بناء على استخدام أسلوب التحليل الكيفي. وقد بلغ إجمالي عدد الدراسات (140)، منها (36) دراسة عربية، وبلغ إجمالي عدد الدراسات الأجنبية (104) دراسة. ركزت مجالات الاهتمام البحثي والأطر النظرية والمنهجية، والإضافات المعرفية، والتطبيقية على المحاور التالية: أولاً: دراسات ربطت بين مصداقية الأخبار ومصداقية كل من المصدر والوسيلة الإعلامية. ثانياً: دراسات اهتمت بمقارنة مصداقية الأخبار عبر وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية. ثالثاً: دراسات ركزت على قياس مصداقية الأخبار وقت الأزمات رابعاً: دراسات ربطت مصداقية الأخبار بالشفافية، وبناء أجندة الجمهور ووسائل الإعلام التقليدية. (سليم، 2018) (20)

دراسة **محمد سالم (2018)** بعنوان التماس الجمهور المصري للمعلومات من وسائل من وسائل الإعلام الجديدة وعلاقته بمصداقية الأخبار والمضامين المنشورة بها. مثلت مشكلة الدراسة في ضرورة استكشاف العوامل المؤثرة على التماس الجمهور المصري للمعلومات من وسائل الإعلام الجديد، وعلاقة ذلك بمصداقية الأخبار والمضامين المنشورة بها، وكذا ضرورة التعرف على عوامل مصداقية هذه الأخبار والمضامين، وكذا التعرف على كيفية تأكد الجمهور المصري من مصداقية أي من وسائل الإعلام الجديد التي يؤخذ منها الخبر، وكذا التعرف على أسباب عدم مصداقية وسائل الإعلام الجديد، ومعرفة مدى ثقة الجمهور المصري، واتجاهاتهم نحو المحتوى المقدم بوسائل الإعلام الجديد. توصلت الدراسة الميدانية التي قام الباحث بإجرائها على عينة قوامها (400 مفردة) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) باستخدام أداة الاستبيان، إلى عدد من النتائج المتعلقة بالإجابة على تساؤلات البحث

واختبار فروضه والتي تسعى جميعها إلى بالنسبة لوسيلة الاتصال بشبكة الإنترنت فقد تبين أن أكثر من نصف العينة لديهم راوتر منزلي خاص، يليهم من يشتركون على الموبايل، ثم جاءت النسبة الأقل يتصلون بشبكة الإنترنت عن طريق الإشتراك في شبكة مجاورة، أو وای فای في موقع العمل (سالم، 2018). (21)

دراسة شرين موسى (2013) بعنوان: " أساليب تصميم المحتوى الخبري على شبكة الإنترنت وعلاقته بمصداقية المواقع الإخبارية لدى الجمهور" تستهدف الدراسة التعرف على العلاقة بين أساليب تصميم المحتوى الإخباري المقدم على شبكة الإنترنت ومصداقيته لدى الجمهور من خلال التعرف على دور كل من العناصر البنائية التقليدية والتكنولوجية والتفاعلية الموظفة في تصميم الموقع في تحقيق هذه المصداقية، و تقييم الجمهور لمصداقية المحتوى المتقدم، وأثبتت نتائج الدراسة أن مصداقية الموقع الإخباري الإلكتروني تتأثر بوجود كل من الوسائط المتعددة وأدوات التفاعل والروابط الفائقة وأن أي غياب أو محدودية في استخدام هذه العناصر يؤدي إلى انخفاض تقدير الجمهور المستخدم للموقع من حيث سهولة استخدامه والتأكد من محتواه والاعتماد عليه كمصدر إخباري والثقة في محتواه والقدرة على التفاعل معه مما يؤدي في النهاية إلى انخفاض مصداقيته. وقد أشارت النتائج أيضاً إلى أن الوسائط المتعددة تعد هي العنصر الأول في التأثير على مصداقية المحتوى الخبري حيث يؤدي انخفاضها أو غيابها إلى انخفاض مصداقية هذا المحتوى، تليها في التأثير غياب أو انخفاض أدوات التفاعل، ثم يلي ذلك غياب أو انخفاض الروابط الفائقة (موسى، 2013). (22)

دراسة: مني هاشم (2012) بعنوان مصداقية مواقع بعض الصحف المصرية على الإنترنت وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري" , وهدفت الدراسة إلى: الكشف عن مدى المصداقية التي يوليها الجمهور للصحافة الإلكترونية سواء قومية أو حزبية أو خاصة بأبعدها المختلفة المصدر والرسالة فضلا عن الوسيلة ذاتها. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: ارتفاع معدل مستخدمي المواقع الإخبارية على الإنترنت مما يدل على حرص هؤلاء المستخدمين على متابعة التطورات الإخبارية. وأن الجمهور الذي يفضل متابعة صحيفتين في الأسبوع حاز على أعلى نسبة، وهذا يدل على وعي الجمهور المستخدم لمواقع الصحف المصرية الإلكترونية في متابعة الأخبار من أكثر من مصدر وهذا يدل على وعي الجمهور بما يقرأه في الصحف، ومن حيث دورية التحديث الخاصة بالمواقع الإخبارية لصحف الدراسة، فكانت أكبر نسبة للجراند التي تُحدَّث الأخبار المنشورة لديها كلما جد جديد ولأن الأخبار المختلفة تحدث كل دقيقة؛ لذلك كان لزام على أي جريدة تحترم القارئ والجمهور المتابع لها بأن تُحدَّث أخبارها أولاً بأول، وبالفعل حازت أكبر نسبة على الصحف التي تحدث أخبارها أولاً بأول وكلما جد جديد، ومن خلال ما سبق يتضح لنا أهمية التحديث الفوري للأخبار لما له من أهمية كبرى في جذب الجمهور للجريدة بسبب سرعتها في تغطية الأخبار وكذلك فالفورية تعتبر عنصر هام جدا من عناصر المصداقية (هاشم، 2012). (23)

دراسة Cassidy P. William (2007) التعرف على مدى إدراك الصحفيين لمصداقية الأخبار الإلكترونية ومدى تأثير الدور المهني على إدراكهم لهذه المصداقية وأجريت هذه الدراسة على عينة مكونة من (655) صحفياً، وأوضحت الدراسة أن الأخبار الإلكترونية

متوسطة المصداقية بوجه عام، وصنف الصحفيون العاملون بالصحف الإلكترونية الأخبار على الإنترنت بأنها أكثر مصداقية. في حين صنف الصحفيون العاملون بالصحف المطبوعة الأخبار بالصحف المطبوعة بأنها أكثر مصداقية من الصحف الإلكترونية (William,2007) (24)

**التعلق على الدراسات السابقة:**

1. بمراجعة الدراسات السابقة لاحظ الباحث أنها لم تهتم بدور العناصر الإقناعية بأدواته المختلفة في تصميم التطبيقات الإخبارية ودورها في التصميم وكذلك مصداقية مضمون تلك التطبيقات وهذا ما تناولته الدراسة الحالية.
2. ركزت بعض الدراسات السابقة على دور المحتوى الإعلامي عبر التطبيقات الإخبارية وعلاقته بالمصداقية؛ ولكنها لم تهتم بدور عناصر التصميم والإقناع منها (عبد الحميد، 2020) ودراسة (سليم، 2018).
3. اتفقت أغلب الدراسات على أهمية الاستفادة من تقنيات الإقناع في التصميم منها (الربيعي، بيرق حسين جمعة، 2020).
4. جاءت أغلب الدراسات وصفية معتمدة على أداة الاستبيان لجمع معلومات الدراسة ومنها دراسة (الشهاوى، 2016).

**سابعًا: التعريفات الإجرائية:**

- 1- **عناصر التصميم الإقناعية تعرف بأنها:** توظيف عناصر الإقناع في تصميم تطبيقات المواقع الإخبارية مثل (جودة المحتوى- الثقة -التفاعل - المصداقية-جودة التصميم).  
مصداقية المضمون تعرف بأنها: " هي تعنى الثقة فى المحتوى المقدم عبر تطبيقات المواقع الإخبارية والاعتماد عليها وتفضيلها كمصدر للمعلومات والآراء مقارنة بغيرها من الوسائل أو التطبيقات الإخبارية الأخرى "  
**تطبيقات المواقع الإخبارية تعرف بأنها:** هي تطبيقات للمواقع الإخبارية على الهاتف المحمول التي يتم استخدامها في سبيل الحصول على أحدث الأخبار الرياضية أو الاقتصادية أو السياسية والتعرف على كافة الأمور الجديدة.

**ثامنًا: متغيرات البحث:**

**المتغير المستقل:** استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية للعناصر الإقناعية.

1. **المتغير التابع:** مصداقية مضمون التطبيقات الإخبارية.

2. **المتغيرات الوسيطة:** (النوع -نوع التعليم).

**تاسعًا: نوع ومنهج البحث:**

تنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، التي عملت على رصد استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية لعناصر التصميم الإقناعية وعلاقته بمصداقية مضمونها لدى طلاب الجامعات، واعتمدت على منهج المسح بالعينة.

**عاشرًا- فروض البحث:**

• **الفرض الأول:**

• توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين استخدام عناصر التصميم الإقناعية ومستوى مصداقية تطبيقات المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات.

- **الفرض الثاني:**
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس المحتوى المقدم تبعاً لاختلاف مستوى الإقناع لدى المبحوثين.
- **الفرض الثالث:**
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مصداقية مضمون تطبيقات المواقع الإخبارية تبعاً لاختلاف كثافة استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية.
- **الفرض الرابع:**
- توجد علاقة ارتباطية موجبة داله إحصائياً بين (الجهد المتوقع – الأداء المتوقع – النية السلوكية – التأثير الاجتماعي – التسهيلات المتاحة) واستخدام المبحوثين لتطبيقات المواقع الإخبارية.
- **الفرض الخامس:**
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مصداقية مضمون تطبيقات المواقع الإخبارية تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع – نوع التعليم).
- الحادي عشر: مجتمع وعينة البحث:**
- أ. مجتمع البحث:**

يتمثل مجتمع الدراسة في طلاب الجامعات المصرية من (18- 21) عاماً.  
**ب. عينة البحث:** تمثلت في عينة عمدية من مستخدمي تطبيقات المواقع الإخبارية من المراهقين المصريين من طلاب الجامعات من (18-21) عاماً، والتي يبلغ عددها (400) مبحوثاً من جامعات (عين شمس، الزقازيق، فاروس بالإسكندرية، وجامعة 6 أكتوبر).  
 - خصائص عينة الدراسة وفقاً لمتغيرات النوع، الإقامة، المستوى الاقتصادي الاجتماعي

**جدول (1) توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع، نوع التعليم**

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة %
النوع	ذكور	200	50
	إناث	200	50
المجموع		400	100
نوع التعليم	حكومي	200	50
	خاص	200	50
المجموع		400	100

#### قد روعي في اختيار العينة ما يلي:

- أ. اختار الباحث عينة عمدية التي تشترط السمات المحددة للأفراد من طلاب الجامعات الذين يستخدمون تطبيقات المواقع الإخبارية باستمرار، وممن يدرسون في الجامعات المصرية باعتبارهم فئة وشريحة تمثل قطاعاً فاعلاً في المجتمع.
- ب. روعي التنوع الجغرافي والتمثيل الدقيق لشقي التعليم المصري (الحكومي والخاص) في اختيار العينة للوصول إلى نتائج أكثر تعبيراً عن مجتمع الدراسة فجامعه القاهرة ممثلة للقاهرة الكبرى وجامعه الزقازيق ممثلة للأقاليم ويمثلوا الجامعات الحكومية وجامعة 6 أكتوبر وجامعة فاروس أكبر الجامعات الخاصة في مصر وأقدمها.

## الثاني عشر: أدوات البحث:

### استمارة استبيان للمراهقين عينة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان باعتبارها إحدى أدوات جمع البيانات في إطار منهج المسح لجمع بيانات الدراسة، وتم تطبيق الاستبيان على عينة عمدية مكونة من (400) مبحوثاً وجاءت محاور الاستبيان كالتالي:

1. معدل استخدام المبحوثين لتطبيقات المواقع الإخبارية.
2. تقييم المبحوثين لجودة المعلومات في تطبيقات المواقع الإخبارية.
3. مصداقية مضمون تطبيقات المواقع الإخبارية.
4. تقييم المبحوثين لعناصر الإقناع المستخدمة في تصميم تطبيقات المواقع الإخبارية.
5. مدى استفادة المبحوثين من استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية.

### الصدق والثبات:

ولتوفير صدق البيانات عُرضت الاستمارة على مجموعة من المحكمين(\*)، وفي ضوء توجيهاتهم تم التعديل في صياغة بعض الأسئلة وإضافة البعض وحذف البعض الآخر، وبهذا تحقق الصدق الظاهري للبيانات. كما أُجري اختبار فعلي لاستمارة الاستقصاء من خلال تطبيقها على عينة نسبتها 10% (أي ما يعادل 40 مفردة من الشباب من الجنسين)؛ للتأكد من وضوح الأسئلة وسهولة فهمها، وإعادة صياغة الاستمارة على ضوء ذلك في صورتها النهائية وفقاً للملاحظات التي أوردتها المبحوثون. ولقياس ثبات الصحيفة أُعيد تطبيق الاستمارة على العينة نفسها من المبحوثين وذلك بعد مضي أسبوعين تقريباً من تطبيق الاستمارة وتم حساب نسبة الثبات بين التطبيقين، وقد بلغت نسبة الثبات 0.94، وهي نسبة عالية تدل على قابلية استمارة الاستقصاء للتطبيق.

### أ- الصدق المنطقي (صدق المحتوى):

اعتمد الباحث في بناء هذا الاستبيان واختيار العبارات المكونة لأبعاده على الدراسات السابقة التي اتخذت من تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية موضوعاً لها، وكذلك اشتقت بعض عبارات الاستبيان من بعض المقاييس الخاصة بالدراسات السابقة، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، واستكمل باقي عبارات الاستبيان من الدراسات التي تناولت أحد جوانب أو أبعاد الدراسة، ويشير هذا الاعتماد على المصادر السابقة إلي تمتع المقاييس الفرعية للاستبيان بقدر مقبول ومعقول من الصدق المنطقي وأن الاستبيان صالح للتطبيق.

### ب- الصدق الظاهري أو صدق المحكمين:

تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام وعلم الاجتماع في الجامعات المصرية، وذلك بغرض دراسة مفردات كل مجال في ضوء التعريف الإجرائي له، وكذلك الهدف من الاستبيان، وقد أقرّ المحكمون صلاحية الاستبيان بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات التي اقترحها المحكمون، وقد تم الإبقاء على المفردات التي جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها 90% فأكثر، وتم حذف بعض العبارات وتعديل بعضها في ضوء الملاحظات التي أبدتها المحكمون؛ حيث انتهى عدد تساؤلات الاستبيان إلى 19 سؤالاً.

**جـ صدق الاتساق الداخلي:**

تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل بعد من أبعاد الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان، وذلك لمعرفة مدى ارتباط كل بعد بالدرجة الكلية للاستبيان، ولهدف التحقق من مدى صدق الاستبيان، ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي:

**جدول (2) معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل مقياس فرعي والدرجة الكلية للاستبيان**

المجال	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
بعد استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية	0.865	دالة عند 0.01
بعد دوافع استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية	0.762	دالة عند 0.01
قياس مصداقية الأخبار والمعلومات على تطبيقات المواقع الإخبارية	0.912	دالة عند 0.01
قياس مستوى تفاعلة المراهقين مع تطبيقات المواقع الإخبارية	0.898	دالة عند 0.01
قياس مستوى جودة التصميم في تطبيقات المواقع الإخبارية	0.729	دالة عند 0.01
قياس مستوى تفضيل التفاعل في تطبيقات المواقع الإخبارية	0.903	دالة عند 0.01
قياس مستوى ثقة تطبيقات المواقع الإخبارية	0.812	دالة عند 0.01

يتبين من الجدول السابق أن أبعاد الاستبيان تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من 0.01، وقد تراوحت معاملات الارتباط لمجالات الاستبيان بين (0.729، 0.912) وهذا دليل كافٍ على أن المقاييس المكونة لأداة الدراسة تتمتع بمعامل صدق عالٍ.

**ثانياً: ثبات الاستبيان:**

يُقصد بثبات الاستبيان أن يكون على درجة عالية من الدقة والإتقان والاتساق فيما يزودنا به من بيانات عن سلوك المبحوث (أبو حطب، 1973، ص 65) (25). والاختبار الثابت هو الذي يُعطي نفس النتائج (تقريباً) إذا طُبّق على نفس الأشخاص في فرصتين مختلفتين، وقد تم حساب معامل ثبات الاستبيان أداة الدراسة على عينة قوامها (40) مفردة من المراهقين، وذلك باستخدام طريقة إعادة التطبيق لحساب ثبات المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان وبطريقة التجزئة النصفية لسبيرمان

**أ- طريقة إعادة التطبيق:**

تم تطبيق الاستبيان على عينة مكوّنة من 40 مفردة من المراهقين ثم أعيد تطبيقه مرة أخرى على المجموعة نفسها بعد فاصل زمني قدره ثلاثة أسابيع، ثم قام الباحث بحساب معامل الثبات بين درجات المبحوثين في التطبيقين الأول والثاني، وقد أشارت معاملات الارتباط إلي الاتفاق بين الإجابات على كل بُعد من أبعاد الاستبيان بين التطبيق الأول والثاني بنسبة بلغت 0.893 ويتضح ذلك من الجدول التالي:

**جدول (3) معامل ثبات الاستبيان وأبعاده المختلفة**

م	البعد	معامل الثبات	مستوى الدلالة
1	بعد استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية	0.898	دالة عند 0.01
2	بعد دوافع استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية	0.768	دالة عند 0.01
3	قياس مصداقية الأخبار والمعلومات على تطبيقات المواقع الإخبارية	0.829	دالة عند 0.01
4	قياس مستوى تفاعلة المراهقين مع تطبيقات المواقع الإخبارية	0.746	دالة عند 0.01
5	قياس مستوى جودة التصميم في تطبيقات المواقع الإخبارية	0.902	دالة عند 0.01
6	قياس مستوى تفضيل التفاعل في تطبيقات المواقع الإخبارية	0.877	دالة عند 0.01
7	قياس مستوى ثقة تطبيقات المواقع الإخبارية	0.776	دالة عند 0.01
	الدرجة الكلية	0.893	دالة عند 0.01

يتضح من الجدول السابق مدى تقارب نسبة الثبات بين الأبعاد المختلفة، كما يتضح أن معاملات ثبات الأبعاد المختلفة قد تراوحت ما بين (0.746 – 0.902) وجميعها معاملات ثبات دالة عند مستوى 0.01، كما يبين أن معامل ثبات الدرجة الكلية للاستبيان قد بلغ 0.893 وهي نسبة تشير إلى الثقة في صلاحية الاستبيان كأداة من أدوات الدراسة.

#### ب- طريقة التجزئة النصفية (S.H):

كما قام الباحث بحساب معامل ثبات كل مقياس فرعي من المقاييس المكونة للاستبيان، وحساب معامل ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع بعضها وكذلك حساب معامل ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع الدرجة الكلية للاستبيان وفقاً لطريقة التجزئة النصفية لجتمان ومعامل سبيرمان وبراون.

جدول (4) معاملات ثبات الاستبيان وأبعاده وفقاً لـ (التجزئة النصفية لجتمان – سبيرمان وبراون).

م	البعد	معامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان	معامل ارتباط سبيرمان – براون
1	بعد استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية	0.856	0.892
2	بعد دوافع استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية	0.789	0.798
3	قياس مصداقية الأخبار والمعلومات على تطبيقات المواقع الإخبارية	0.836	0.854
4	قياس مستوى تفاعلية المراهقين مع تطبيقات المواقع الإخبارية	0.903	0.913
5	قياس مستوى جودة التصميم في تطبيقات المواقع الإخبارية	0.897	0.882
6	قياس مستوى تفضيل التفاعل في تطبيقات المواقع الإخبارية	0.798	0.803
7	قياس مستوى ثقة تطبيقات المواقع الإخبارية	0.812	0.824
*	معامل ارتباط الأبعاد مع بعضها	0.902	0.898
*	ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية	0.883	0.892

يتضح من الجدول السابق رقم (4) أن المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان حققت معاملات ثبات على درجة معقولة ومقبولة علمياً حيث تراوحت معاملات ثبات الأبعاد وفقاً لمعامل التجزئة النصفية لجتمان ما بين 0.789 – 0.903، بينما تراوح معامل ثبات الأبعاد وفقاً لمعامل ارتباط سبيرمان وبراون ما بين 0.803 – 0.913، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط الأبعاد مع بعضها فقد كانت 0.902 وفقاً لمعامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، بينما كانت وفقاً لمعامل سبيرمان – براون 0.898، وهي معاملات ثبات عالية وتدل على ثبات المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع الدرجة الكلية للاستبيان فقد كانت 0.883 وفقاً لمعاملات ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، وبلغت 0.892 وفقاً لمعامل سبيرمان وبراون وهي معاملات ثبات عالية وتشير إلى ثبات الاستبيان وصلاحيته للاستخدام.

#### الثالث عشر: أساليب المعالجة الإحصائية:

قام الباحث باستخدام البرنامج الإحصائي (spss) لاستخراج نتائج الدراسة حيث استخدم بعض الأساليب الإحصائية التي تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة مثل:  
1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

- 2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- 3- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Way Analysis of Variance ANOVA) لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد متغيرات الدراسة.
- 4- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف بـ (L.S.D) لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل التباين على وجود فرق بينها.
- 5- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.
- 6- اختبار "ت" (T.Test) للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين على أحد متغيرات الدراسة.
- 7- اختبار كاي<sup>2</sup> لجدول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الاسمي.
- 8- الوزن المُرجَّح والوزن المُنوي.
- 9- اختبار " Z .Test " لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين مؤبقتين.

#### الرابع عشر: نتائج البحث:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية لعناصر التصميم الإقناعية وعلاقته بمصداقية مضمونها لدى طلاب الجامعات، وفي إطار منهج المسح تم ملء استمارة الاستبيان بالمقابلة لعينة الدراسة وقوامها (400) مفردة من طلاب الجامعات، وتم مراعاة المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة.

#### 1-مدى استخدام المبحوثين لتطبيقات المواقع الإخبارية:

جدول (5) مدى استخدام المبحوثين لتطبيقات المواقع الإخبارية وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	94	47	124	62	218	54.5
أحياناً	67	33.5	69	34.5	136	34
نادراً	39	19.5	7	3.5	46	11.5
الإجمالي	200	100	200	100	400	100

قيمة كاي<sup>2</sup> = 9.345 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.174 مستوى الدلالة = دالة عند 0.01

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمون تطبيقات المواقع الإخبارية بصفة منتظمة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 54.5%، موزعة بين 47% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 62.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمونها بصفة غير منتظمة (أحياناً) من إجمالي مفردات عينة الدراسة 34.00% موزعة بين 33.5% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 34.5% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يستخدمونها نادراً من إجمالي مفردات عينة الدراسة 11.5% موزعة بين 19.5% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 3.5% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

## 2- أهم تطبيقات المواقع الإخبارية التي يفضل المبحوثون متابعتها: جدول (6) أهم تطبيقات المواقع الإخبارية التي يفضل المبحوثون متابعتها وفقاً للنوع.

الترتيب	الدالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع المضمين
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	دالة*	2.412	6600	264	00.66	132	66.00	132	تطبيق اليوم السابع
2	غير دالة	0.125	60.5	242	36.5	127	57.5	115	تطبيق القاهرة 24
3	غير دالة	0.955	42.5	170	42.00	84	43	86	تطبيق أخبارك
4	غير دالة	0.899	29	116	31.5	63	26.5	53	تطبيق المصري اليوم
5	غير دالة	1.461	27.5	110	31.00	62	24	48	تطبيق الوطن
6	غير دالة	0.588	24.5	98	26.00	52	23	46	تطبيق نبض
			400		200		200		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم تطبيقات المواقع الإخبارية التي يفضل المبحوثون متابعتها وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول تطبيق اليوم السابع، حيث جاءت بنسبة بلغت 66.00% من إجمالي مفردات من يستخدمون المواقع الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 66.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 66.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى 0.05، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 2.412 وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95

وجاء في الترتيب الثاني تطبيق القاهرة 24، حيث جاءت بنسبة بلغت 60.5% من إجمالي مفردات من يستخدمون تطبيقات المواقع الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 57.5% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 36.5% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.125 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب الثالث تطبيق أخبارك، حيث جاءت بنسبة بلغت 42.5% من إجمالي مفردات من يستخدمون تطبيقات المواقع الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 43.0% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 42.0% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.955 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب الرابع تطبيق المصري اليوم، حيث جاءت بنسبة بلغت 29.0% من إجمالي مفردات من يستخدمون تطبيقات المواقع الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 26.5% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 31.5% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.899 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب الخامس تطبيق الوطن، حيث جاءت بنسبة بلغت 27.5% من إجمالي مفردات من يستخدمون تطبيقات المواقع الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 24.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 31.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.461 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب السادس تطبيق نبض، حيث جاءت بنسبة بلغت 24.5% من إجمالي مفردات من يستخدمون تطبيقات المواقع الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 23.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 26.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.588 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

### 3- رأى المبحوثين فبالأخبار والمعلومات في تطبيقات المواقع الإخبارية.

#### جدول (7) رأى المبحوثين في الأخبار والمعلومات في تطبيقات المواقع الإخبارية

الترتيب	درجة الموافقة	المتوسط	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة العبارة	
			%	ك	%	ك	%	ك		
1	موافق	2.42	7.5	30	41.25	165	51.25	205	يوفر تطبيق الموقع كل ما احتاجة	
2	موافق	2.63	13.5	53	37.5	150	25.49	197	أفهم المعلومات بسهولة	
3	موافق	2.34	6.00	24	54.00	216	40.00	160	المعلومات داخل التطبيق منظمة	
4	محايد	2.28	8.5	34	54.00	216	37.5	150	أقوم بالتعلق على الأخبار الإيجابية	
5	محايد	2.27	10.00	40	52.5	210	37.5	150	الأخبار لها مصداقية	
6	محايد	2.21	23.25	93	32.00	128	44.75	179	يوجد على أخبار ومعلومات متنوعة	
7	محايد	2.18	27.25	109	27.25	109	45.5	182	يوجد في التطبيق تغطية لحظة بلحظة للأحداث فور حدوثها	
			400						جملة من سنلوا	

تشير بيانات الجدول السابق إلى رأى المبحوثين في الأخبار والمعلومات في تطبيقات المواقع الإخبارية وجاءت على النحو التالي:

جاء في الترتيب الأول يوفر تطبيق الموقع كل ما احتاجة بدرجة تقدير موافق بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.42. وجاء في الترتيب الثاني اقتناعهم بسهولة فهم المعلومات بدرجة تقدير موافق بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.36. وجاء في الترتيب الثالث المعلومات داخل تطبيق الموقع منظمه بدرجة تقدير موافق بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.34. وجاء في الترتيب الرابع أقوم بالتعلق على الأخبار الإيجابية بدرجة تقدير محايد بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.28. وجاء في الترتيب الخامس الأخبار لها مصداقية بدرجة تقدير محايد بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.27. وجاء في الترتيب السادس يوجد أخبار ومعلومات متنوعة بدرجة تقدير محايد بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.21. وجاء في الترتيب السابع يوجد في التطبيق تغطية لحظة بلحظة للأحداث فور حدوثها بدرجة تقدير محايد بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.18.

ويرى الباحث أهمية المضمون المقدم من أخبار ومعلومات داخل تطبيقات المواقع الإخبارية، ومقدار مواكبة المحتوى للتطور في المجال الموضوعي، والتحديث المستمر والدائم، و معرفة تاريخ ظهور المحتوى الإلكتروني ومواعيد التحديث، والإشارة إذا كان المحتوى لم تكتمل معلوماته بعد، والإبتعاد عن اشكال التحريف المقصود بما يؤدي الى فقدان مصداقية تطبيق الموقع، ولا بد ان يرافق الموضوعية الدقة في المعلومات لخلق ثقة لدى المستخدم، والتأكد من خلو المعلومة من القصور والخطاء العلمية واللغوية والنحوية ووضوح مصادر المعلومة لدعم مصداقية المحتوى المقدم لدى طلاب الجامعات.

#### 4-مدى شعور المبحوثين بالثقة في تطبيقات المواقع الإخبارية.

#### جدول (8) مدى شعور المبحوثين بالثقة في تطبيقات المواقع الإخبارية

الترتيب	درجة الموافقة	المتوسط	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	موافق	2.75	4.00	16	25.17	69	78.75	315	وجود شعار لتطبيق الموقع داخل التطبيق
2	محايد	2.33	3.25	13	75.60	243	36.00	144	وجود معلومات للتواصل في تطبيق الموقع
3	محايد	2.31	6.75	27	55.52	221	38.00	152	وجود مقر لإدارة تطبيق الموقع
4	محايد	2.30	12.00	48	45.25	181	42.75	171	الشكل الثابت للتطبيق
5	محايد	2.21	21.25	85	36.75	147	42.00	168	يوضح التطبيق معلومات عن الجهة المالكة له
			400						جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى شعور المبحوثين بالثقة في تطبيقات المواقع الإخبارية، وجاءت على النحو التالي: جاء في الترتيب الأول وجود شعار لتطبيق الموقع داخل التطبيق بدرجة تقدير موافق بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.75. وجاء في الترتيب الثاني وجود معلومات للتواصل في تطبيق الموقع بدرجة تقدير محايد بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.33. وجاء في الترتيب الثالث وجود مقر لإدارة تطبيق الموقع بدرجة تقدير محايد بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.31. وجاء في الترتيب الرابع الشكل الثابت للتطبيق بدرجة تقدير محايد بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.30. وجاء في الترتيب الخامس يوضح التطبيق معلومات عن الجهة المالكة له بدرجة تقدير محايد بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.21.

5-مدى إمداد المبحوثين تطبيقات المواقع الإخبارية بأخبار ومعلومات لاقتناعهم بما تقدمه ولدرجة مصداقيتها لديهم  
جدول (9)مدى إمداد المبحوثين تطبيقات المواقع الإخبارية بأخبار ومعلومات لاقتناعهم بما تقدمه ولدرجة مصداقيتها لديهم وفقا للنوع.

النوع مدى الاقتناع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	%	ك	%	ك	%	ك
نعم	60.00	120	41.00	82	50.5	202
أحيانا	5.36	73	56.00	112	46.25	185
لا	5.3	7	3.00	6	3.25	13
الإجمالي	100	200	100	200	100	400

قيمة كا<sup>2</sup> = 6.425 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.191 مستوى الدلالة = دالة عند 0.05

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى ما يلي: بلغت نسبة من يمدون تطبيقات المواقع الإخبارية ببعض الفيديوهات والصور والأخبار نعم لاقتناعهم بما تقدمه ولدرجة مصداقيتها لديهم من إجمالي مفردات عينة الدراسة 50.5%، موزعة بين 60.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 41.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث. ونسبة من يمدون تطبيقات المواقع الإخبارية ببعض الفيديوهات والصور والأخبار أحيانا لاقتناعهم بما تقدمه ولدرجة مصداقيتها لديهم من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 46.25%، موزعة بين 36.05% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 56.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث. كما بلغت نسبة من لا يمدون تطبيقات المواقع الإخبارية ببعض الفيديوهات والصور والأخبار لاقتناعهم بما تقدمه ولدرجة مصداقيتها لديهم من إجمالي مفردات عينة الدراسة 3.52%، موزعة بين 3.05% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 3.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

6- رأى المبحوثين في مصداقية مضمون تطبيقات المواقع الإخبارية الإلكترونية.  
جدول (10) رأى المبحوثين في مصداقية مضمون تطبيقات المواقع الإخبارية الإلكترونية

الترتيب	درجة الدافع	المتوسط	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	مرتفع	2.71	4.00	16	21.25	85	75.74	299	الأخبار الوجودية داخل تطبيق الموقع دقيقة وموضوعية
2	مرتفع	2.65	6.00	24	23.25	93	70.75	283	من خلال عدد مستخدمى تطبيق الموقع
3	مرتفع	2.63	25.3	13	75.30	123	66.00	264	تطبيق الموقع مشهود لها بالمصداقية من المستخدمين
4	مرتفع	2.60	75.4	19	75.30	123	64.50	258	التوازن والموضوعية فى عرض الاحداث
5	مرتفع	2.57	25.9	37	44.00	176	46.75	187	تعتمد على مصادر موثوقة ومتنوعة
6	مرتفع	2.53	3.25	13	75.40	163	56.00	224	سمعة التطبيق الإخبارى
7	مرتفع	2.48	13.25	53	5.25	102	61.25	245	عدم المبالغة وتضخيم الاحداث
8	مرتفع	2.46	10.50	42	75.32	131	56.75	227	عدم تحيزها لاتجاه معين فى التغطية الاخبارية
9	مرتفع	2.42	12.5	50	32.75	131	54.75	219	التصميم وسهولة الاستخدام
10	مرتفع	2.37	14.00	56	75.34	139	51.25	205	تحديث المحتوى باستمرار
11	مرتفع	2.35	12.7	51	25.39	157	48.00	192	تهتم بتوفير عناصر تفاعلية فى المحتوى للمستخدمين
			400						جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى رأى المبحوثين فى مصداقية مضمون تطبيقات المواقع الإخبارية وجاءت على النحو التالي، جاء فى الترتيب الأول الأخبار الوجودية داخل تطبيق الموقع دقيقة وموضوعية بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته 2.71. وجاء فى الترتيب الثانى من خلال عدد مستخدمى تطبيق الموقع بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته 2.65. وجاء فى الترتيب الثالث تطبيق الموقع مشهود لها بالمصداقية من المستخدمين بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته 2.63. وجاء فى الترتيب الرابع التوازن والموضوعية فى عرض الأحداث بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته 2.60. وجاء فى الترتيب الخامس تعتمد على مصادر موثوقة بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته 2.57. وجاء فى الترتيب السادس سمعة التطبيق الإخبارى بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته 2.53. وجاء فى الترتيب السابع عدم المبالغة وتضخيم الأحداث بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته 2.48. وجاء فى الترتيب الثامن عدم تحيزها لاتجاه معين فى التغطية الإخبارية بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته 2.46. وجاء فى الترتيب التاسع التصميم وسهولة الاستخدام بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته 2.42. وجاء فى الترتيب العاشر تحديث المحتوى باستمرار بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته 2.37. وجاء فى الترتيب الحادى عشر تهتم بتوفير عناصر تفاعلية فى المحتوى للمستخدمين بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى بلغت قيمته 2.35.

ويرى الباحث أهمية مصداقية المضمون (المحتوى) داخل تطبيقات المواقع الإخبارية فى ظل ازدياد عدد تطبيقات المواقع الإخبارية فى الفترة الأخيرة، وازدياد حدة التنافس فيما بينها، خاصة أن كل تطبيق إخبارى يحاول إثبات نفسه عن طريق جذب المستخدمين والجمهور إلى أخباره، وهو ما يفرض على هذه الوسائل أن تكون متنوعة فى تغطيتها للأحداث والأخبار، والتمسك بالمقاييس المهنية كالصدق والموضوعية والتوازن والدقة وغيرها من أجل الأستحواذ على ثقة المستخدمين.

7- تقييم المبحوثين لتصميم تطبيقات المواقع الإخبارية التى يستخدمونها وفقاً لاقتناعهم بها.  
جدول (11) تقييم المبحوثين لتصميم تطبيقات المواقع الإخبارية التى يستخدمونها وفقاً لاقتناعهم بها

الترتيب	درجة التقييم	المتوسط	معارض		محايد		موافق		درجة التقييم العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	مرتفع	2.63	25.7	29	75.22	91	70.00	280	تصميم تطبيق الموقع جذاب وسهل الاستخدام
2	مرتفع	2.48	75.8	35	5.34	138	75.56	227	الألوان المستخدمة جذابة ومناسبة
3	مرتفع	2.46	8.00	32	38.00	152	54.00	216	قوائم محتويات التطبيق الإخبارى مناسب
4	مرتفع	2.45	7.25	29	40.00	160	75.52	211	توزيع الأخبار والموضوعات مناسب
5	مرتفع	2.42	12.00	48	34.00	136	54.00	216	يساعدني فى تفضيل هذا التطبيق عن غيره
6	مرتفع	2.40	11.25	45	37.25	150	25.51	205	التصميم يساعدني على الاستمرار فى تصفح تطبيقات المواقع الإخبارية

7	مرتفع	2.38	12.00	48	38.00	152	50.00	200	يساعدني في فهم محتويات الموضوعات
8	مرتفع	2.36	11.5	46	41.25	165	25.47	189	الشعور بسهولة الاستخدام من خلال استخدام تطبيق الموقع
9	مرتفع	2.34	14.5	58	36.75	147	48.75	195	وجود بحث داخل تطبيق الموقع تجعلني أستطيع أن أجد ما أبحث عنه بسهولة
10	متوسط	2.33	12.00	48	42.75	171	45.25	181	أقتنع بتصميم تطبيق الموقع
400									جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى تقييم المبحوثين لتصميم تطبيقات المواقع الإخبارية التي يتصفحونها وجاءت على النحو التالي:

جاء في الترتيب الأول تصميم تطبيق الموقع جذاب وسهل الاستخدام بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.63، وجاء في الترتيب الثاني الألوان المستخدمة جذابة ومتناسقة بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.48، وجاء في الترتيب الثالث موقع قوائم التطبيق الإخباري مناسب بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.46، وجاء في الترتيب الرابع توزيع الأخبار والموضوعات مناسب بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.45، وجاء في الترتيب الخامس يساعدني في تفضيل هذا التطبيق عن غيره بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.42، وجاء في الترتيب السادس التصميم يساعدني على الاستمرار في تصفح تطبيقات المواقع الإخبارية بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.40، وجاء في الترتيب السابع يساعدني في فهم محتويات الموضوعات بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.38، وجاء في الترتيب الثامن الشعور بسهولة الاستخدام من خلال استخدام تطبيق الموقع بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.36، وجاء في الترتيب التاسع وجود بحث داخل تطبيق الموقع تجعلني أستطيع أن أجد ما أبحث عنه بسهولة بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.34، وجاء في الترتيب العاشر أقتنع بتصميم تطبيق الموقع بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.33.

ويرى الباحث أن الاهتمام بتوفير تصميم خاص يعتمد على عناصر الإقناع في تصميم التطبيقات الإخبارية، ويراعى تفضيلات المستخدمين في التطبيق الإخباري وتوفير جودة المحتوى والمضمون الموجود داخله وسهولة الاستخدام وسرعة الاستجابة والتفاعلية وتحديث الموضوعات بشكل فوري وتوفير الثقة والمصداقية في المضمون يساعد على تحقيق انطباع إيجابي لدى المستخدمين وازدياد مستوى اقتناع المبحوثون بتطبيق الموقع الإخباري ويجعله يشترك في الخدمات المتاحة داخل التطبيقات الإلكترونية ومعاودة استخدام التطبيق مرات أخرى عديدة، ويعتبر ذلك نجاحاً للتطبيقات الإخبارية في جذب المستخدمين.

**العوامل المؤثرة في قبول واستخدام طلاب الجامعات لتطبيقات المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات وفقاً لمصداقية مضمونها:**

أعد الباحث جزء من أسئلة الاستبيان لأجل تقديم تفسير حول تصورات طلاب الجامعات مستخدمى المواقع الإخبارية عن قبول طلاب الجامعات واستخدام تطبيقات المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات وفقاً لمصداقية مضمونها وهو جزء من تطبيق نظرية قبول التكنولوجيا

التي وظّفها الباحث في دراسته من خلال قياس " الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، التسهيلات المتاحة، التأثيرات الاجتماعية، النية السلوكية"، وفقاً للجدول الآتي على النحو التالي:  
8-مدى استفادة المبحوثين من استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع.

جدول (12) مدى استفادة المبحوثين من استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع.

الترتيب	الدالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع تطبيقات الإخبارية
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	دالة*	2.294	21.05	86	16.00	32	27.00	54	وجود المعلومات التي أحتاجها في شتى المجالات يجعلني أثق في تطبيق الموقع
2	غير دالة	1.218	9.00	36	11.00	22	7.00	14	وجود معلومات حول أسعار العملات درجات الحرارة الذهب، النشره المورويه
3	غير دالة	0.840	5.00	20	6.00	12	4.00	8	وجود رد على استفسارتك عن طريق الوتس اب او صفحه الفيس بوك او مواقع التواصل الاجتماعي
1	غير دالة	1.750	28.05	114	24.00	48	32.00	66	سهولة تحميل تطبيق الموقع الإخباري
2	غير دالة	0.019	21.00	84	21.00	42	21.00	42	يوفر تطبيق الموقع سهولة الاستخدام أثناء التصفح
3	غير دالة	0.055	9.00	39	9.00	18	9.00	18	يستخدم تطبيق الموقع اعلانات لجمع تبرعات
4	غير دالة	1.081	6.05	26	8.00	16	5.00	10	سهولة تسجيل الحساب داخل تطبيق الموقع
5	غير دالة	0.215	3.05	14	3.00	6	4.00	8	يشرح تطبيق الموقع خطوات الاستخدام
1	دالة*	2.412	81.05	326	76.00	152	87.00	174	يتوافق تطبيق الموقع الإخباري مع عدد كبير من الأجهزة
2	غير دالة	0.955	66.05	266	79.00	158	54.00	108	يوفر تطبيق الموقع سرعة استجابة أثناء الاستخدام
3	غير دالة	0.899	33.00	132	36.00	72	30.00	60	يوفر تطبيق الموقع اشعارات أثناء الاستخدام
4	غير دالة	1.168	6.05	26	8.00	16	5.00	10	استطيع اضافة محتوى للتطبيق بسبب البناء التقني يساعد على ذلك
1	غير دالة	1.135	83.05	334	86.00	172	81.00	162	يوفر تطبيق الموقع اعلانات عن دورات تأهليه في فترات مختلفه

استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية لعناصر التصميم الإقناعية وعلاقته بمصداقية مضمونها لدى طلاب الجامعات

2	غير دالة	0.125	75.05	302	76.00	152	75.00	150	عندما يتبنى تطبيق الموقع قضية تهم الرأي العام اشعر بالمصداقيه
3	غير دالة	1.461	31.00	124	35.00	70	27.00	54	اخبار الشخصيات الناجحه داخل التطبيق يجعلك تشعر بالامل والتفاؤل
4	غير دالة	0.588	27.05	110	29.00	58	26.00	52	ينشر تطبيق الموقع اسهامات القراء ونجاحتهم العمليه والاجتماعيه
5	غير دالة	0.517	17.00	68	16.00	32	18.00	36	يوفر التطبيق الكثير من الروابط المفيده لتطبيقات أخرى
6	غير دالة	1.586	13.00	52	16.00	32	10.00	20	تفضل المشاركة في المسابقات والاجتماعات التي تقوم بهاتطبيق الموقع التواصل الاجتماعي
7	غير دالة	1.138	12.05	50	10.00	20	15.00	30	يوفر تطبيق الموقع إمكانية مشاركة المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة
1	غير دالة	1.750	28.00	112	24.00	48	32.00	64	تطبيق الموقع يجعلني أرغب في استخدامه مرات أخرى عديدة
2	غير دالة	0.019	20.05	82	21.00	42	20.00	40	أستفيد من المعلومات والأخبار داخل تطبيق الموقع
3	غير دالة	0.055	8.05	34	9.00	18	8.00	16	استخدام التطبيقات الإخبارية يوفر لي الوقت والجهد
4	غير دالة	0.081	6.05	26	8.00	16	5.00	10	سوف أخبر من حولي عن فوائد استخدام التطبيقات الإخبارية
5	غير دالة	0.215	3.00	12	3.00	6	3.00	6	يمكن استخدام التطبيقات الإخبارية في أي وقت
			400		200		200		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما مدى استفادة المبحوثين من استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع.

**أ- فيما يتعلق بالأداء المتوقع:-**

جاء في الترتيب الأول وجود المعلومات التي أحتاجها في شتى المجالات يجعلني أثق في تطبيق الموقع، حيث جاءت بنسبة بلغت 21.05% من إجمالي مفردات من يستخدمون التطبيقات الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 27.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 16.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 2.294 وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%. وجاء في الترتيب الثاني وجود معلومات حول

اسعار العملات درجات الحرارة الساعه التاريخ. اسعار الذهب , النشره المورويه، حيث جاءت بنسبة بلغت 9.00% من إجمالي مفردات من يستخدمون التطبيقات الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 7.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 11.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.218 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%. وجاء في الترتيب الثالث وجود رد على استفسارتك عن طريق الوتس آب أو صفحه الفيس بوك او مواقع التواصل الاجتماعي حيث جاءت بنسبة بلغت 5.00% من إجمالي مفردات من يستخدمون التطبيقات الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 4.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 6.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.840 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

**ويمكن القول** أن طلاب الجامعات مستخدمى تطبيقات المواقع الإخبارية – ركزوا في أسباب استخدامهم للتطبيقات على عملية الاتصال والتفاعل أو من خلال نقل الأخبار والأحداث، وهذه النتيجة تتوافق مع الجدول رقم " 10 " من حيث تصدر مضمون تطبيقات المواقع الإخبارية " مقدمة تفضيلات استخدام طلاب الجامعات، وهي التطبيقات الإخبارية التي تركز بصورة كبيرة على الاتصالات الداخلية مع القائم بالاتصال فى التطبيقات الإخبارية.

**ب. فيما يتعلق الجهد المتوقع:**

وجاء في الترتيب الأول سهولة تحميل تطبيق الموقع الإخبارى، حيث جاءت بنسبة بلغت 28.5% من إجمالي مفردات من يستخدمون التطبيقات الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 33.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 24.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.750 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%. جاء في الترتيب الثانى يوفر تطبيق الموقع سهولة الاستخدام أثناء التصفح، حيث جاءت بنسبة بلغت 21.00% من إجمالي مفردات من يستخدمون التطبيقات الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 21.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 21.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.019 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب الثالث يستخدم تطبيق الموقع اعلانات لجمع تبرعات، حيث جاءت بنسبة بلغت 9.00% من إجمالي مفردات من يستخدمون التطبيقات الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 9.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 9.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.055 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%. وجاء في الترتيب الرابع سهولة تسجيل

الحساب داخل تطبيق الموقع، حيث جاءت بنسبة بلغت 6.5% من إجمالي مفردات من يستخدمون حيث جاءت بنسبة بلغت 12.5% من إجمالي مفردات من يستخدمون التطبيقات الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 15.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 10.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.138 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 5.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 8.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.081 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%، وجاء في الترتيب الخامس يشرح تطبيق الموقع خطوات الاستخدام، حيث جاءت بنسبة بلغت 3.5% من إجمالي مفردات من يستخدمون التطبيقات الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 4.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 3.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.215 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

#### ب- فيما يتعلق التسهيلات المتاحة:-

وجاء في الترتيب الأول الصدق يتوافق تطبيق الموقع الإخباري مع عدد كبير من الأجهزة، حيث جاءت بنسبة بلغت 81.5% من إجمالي مفردات من يستخدمون التطبيقات الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 87.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 76.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 2.412 وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%. جاء في الترتيب الثاني يوفر تطبيق الموقع سرعة استجابة أثناء الاستخدام، حيث جاءت بنسبة بلغت 66.5% من إجمالي مفردات من يستخدمون التطبيقات الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 54.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 79.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.955 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب الثالث يوفر تطبيق الموقع اشعارات أثناء الاستخدام، حيث جاءت بنسبة بلغت 33.00% من إجمالي مفردات من يستخدمون التطبيقات الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 30.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 36.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.899 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%. وجاء في الترتيب الرابع استطاع إضافة محتوى للتطبيق بسبب البناء التقني يساعد على ذلك، حيث جاءت بنسبة بلغت 6.5% من إجمالي مفردات من يستخدمون التطبيقات الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين

5.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 8.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.186 وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

#### ت- فيما يتعلق التأثير الاجتماعي:

وجاء فى الترتيب الأول يوفر تطبيق الموقع اعلانات عن دورات تأهليه فى فترات مختلفه، حيث جاءت بنسبة بلغت 83.5% من إجمالي مفردات من يستخدمون التطبيقات الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 81.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل 86.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.135 وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%. جاء فى الترتيب الثانى عندما يتبنى تطبيق الموقع قضية تهم الراى العام اشعر بالمصداقيه، حيث جاءت بنسبة بلغت 75.5% من إجمالي مفردات من يستخدمون التطبيقات الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 75.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل 76.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.125 وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%. وجاء فى الترتيب الثالث اخبار الشخصيات الناجحه داخل التطبيق يجعلك تشعر بالامل والتفاؤل، حيث جاءت بنسبة بلغت 31.00% من إجمالي مفردات من يستخدمون التطبيقات الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 27.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل 35.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.461 وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

وجاء فى الترتيب الرابع ينشر تطبيق الموقع اسهامات القرأ ونجاحتهم العمليه والاجتماعيه، حيث جاءت بنسبة بلغت 27.5% من إجمالي مفردات من يستخدمون التطبيقات الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 26.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل 29.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.558 وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%، وجاء فى الترتيب الخامس يوفر التطبيق الكثير من الروابط المفيده لتطبيقات أخرى، حيث جاءت بنسبة بلغت 17.00% من إجمالي مفردات من يستخدمون الصحف الإلكترونية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 18.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل 16.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.571 وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%، وجاء فى الترتيب السادس تفضل المشاركه فى المسابقات والاجتماعات التى تقوم بهاتطبيق الموقع التواصل الاجتماعى، حيث جاءت بنسبة

بلغت 13.00% من إجمالي مفردات من يستخدمون التطبيقات الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 10.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 16.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.586 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%، وجاء في الترتيب السابع يوفر تطبيق الموقع إمكانية مشاركة المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، حيث جاءت بنسبة بلغت 12.5% من إجمالي مفردات من يستخدمون التطبيقات الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 15.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 10.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.138 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%

#### جـ- فيما يتعلق بالنية السلوكية:

جاء في الترتيب الأول تطبيق الموقع يجعلني أرغب في استخدامه مرات أخرى عديدة حيث جاءت بنسبة بلغت 28.00% من إجمالي مفردات من يستخدمون التطبيقات الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 32.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 24.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.750 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%، وجاء في الترتيب الثامن أستفيد من المعلومات والأخبار داخل تطبيق الموقع حيث جاءت بنسبة بلغت 20.5% من إجمالي مفردات من يستخدمون التطبيقات الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 20.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 21.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.019 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%، وجاء في الترتيب الثالث استخدام التطبيقات الإخبارية يوفر لي الوقت والجهد حيث جاءت بنسبة بلغت 8.5% من إجمالي مفردات من يستخدمون التطبيقات الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 8.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 9.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.055 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%، وجاء في الترتيب الرابع سوف أخبر من حولي عن فوائد استخدام التطبيقات الإخبارية حيث جاءت بنسبة بلغت 6.5% من إجمالي مفردات من يستخدمون التطبيقات الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 5.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 8.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.081 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%

وجاء في الترتيب الخامس يمكن استخدام التطبيقات الإخبارية في أي وقت حيث جاءت بنسبة بلغت 3.00% من إجمالي مفردات من يستخدمون التطبيقات الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 3.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.215 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%

ويرى الباحث أنه كلما كان تطبيق الموقع سهل الاستخدام ويتوفر فيه عناصر الإقناع في تصميمية يؤثر في النية السلوكية للمستخدمين ولا يتطلب التعرف عليه سوى مدة قصيرة من الوقت وبالإمكان الوصول لأي صفحة داخل تطبيق الموقع وإنجاز العمل المطلوب عن طريق الصفحة الرئيسية بشكل سريع يزيد ذلك من استفادة المستخدمين من التطبيق ويجعله يستخدم مرات أخرى، فتطبيق الموقع السهل الواضح هو الذي يتيح لأي مستخدم من مختلف المستويات تصفحه بسهولة من المرة الأولى وتذكره في الزيارة الثانية، لذلك تفاصيل تصميم تطبيق الموقع يجب أن تكون واضحة سهلة الحفظ عند التصفح ويجب أن تكون سرعة التنقل عالية من صفحة إلى أخرى داخل التطبيق وسهولة الحصول على معلومات ومراعاة استخدام قوائم التصميم الواضحة والمرئية الموجودة في أسفل كل صفحة من صفحات تطبيقات المواقع الإخبارية.

ب) نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين استخدام عناصر التصميم الإقناعية ومستوى مصداقية تطبيقات المواقع الإخبارية

جدول (13) معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس عناصر التصميم الإقناعية ودرجاتهم في مستوى مصداقية تطبيقات المواقع الإخبارية

عناصر التصميم الإقناعية			العدد	المتغير
الدالة	مستوى المعنوية	قيمة بيرسون		
دالة عند 0.001	0.000	0.670	400	مستوى مصداقية تطبيقات المواقع الإخبارية

تشير نتائج الجدول السابق إلى أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون اتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين استخدام عناصر التصميم الإقناعية ومستوى مصداقية تطبيقات المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.670، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.001، أي أنه كلما زادت مصداقية المواقع يزداد الاقتناع بمضمون تطبيقات المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين استخدام عناصر التصميم الإقناعية ومستوى مصداقية تطبيقات المواقع الإخبارية.

ويرى الباحث أن استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية عناصر الإقناع في تصميم تطبيقات المواقع الإخبارية يزيد من المصداقية في المحتوى المقدم ويعتبر من أهم العوامل التي تؤثر في نجاح تطبيقات المواقع الإخبارية، فجودة المحتوى المقدم، والخدمات التفاعلية

والموضوعية في نقل الأحداث، وتحديث الأخبار والمعلومات وإمكانية رفع المحتوى من قبل المستخدم كمصدر للخبر، ومتابعة الأحداث الهامة وتصحيح الأخبار الغير مؤكدة يجعل المستخدم يثق في مصداقية تطبيقات المواقع الإخبارية مما يجعل المستخدم متابعاً دائماً لها ويسهم ذلك في اقتناع المستخدمين بالمحتوى الموجود داخل تطبيقات المواقع الإخبارية.

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

**جدول (14) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على المحتوى نحو المواقع الإخبارية تبعاً لاختلاف مستوى الإقناعية**

الدلالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دالة***	12.223	6.796	2	13.591	بين المجموعات
		0.556	397	165.129	داخل المجموعات
			399	178.720	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات الإقناعية المختلفة بالتصميم الخاص بالتطبيقات الإخبارية، وذلك على مقياس مضمون تلك التطبيقات، حيث بلغت قيمة ف 12.223 وهذه القيمة دالة عند جميع مستويات الدلالة، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس المضمون تبعاً لاختلاف مستوى الإقناعية لديهم.

ويرى الباحث أهمية توظيف عناصر التصميم الإقناعية في تطبيقات المواقع الإخبارية حيث أن تصميم تطبيق الموقع إخباري يختلف عن تصميمه لهدف فني فكلما منهما له القالب الخاص به حيث انه يتم اختيار التصميم على حسب وظيفته، ولا بد من أن يتوافق تصميم التطبيق الإخباري مع محتواه ويجب الإكثار من استخدام الصور والفيديوهات وضوح الشكل العام للصفحة الرئيسية، فالمستخدم يحتاج لشيء مريح للعين وسهل استخداماً لتطبيق الموقع ودعم المحتوى والمضمون المقدم داخل التطبيقات الإخبارية ودعم مصداقية المحتوى المقدم لدى المستخدمين.

**الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس المصداقية نحو مضمون تطبيقات المواقع الإخبارية تبعاً لاختلاف كثافة استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية.

**جدول (15) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو مضمون تطبيقات المواقع الإخبارية تبعاً لاختلاف كثافة استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية**

الدلالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دالة***	66.747	17.580	2	0.017	بين المجموعات
		0.263	397	102.703	داخل المجموعات
			399	178.720	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين الذين يمثلون مستويات الاستخدام المختلفة لتطبيقات المواقع الإخبارية، وذلك على مقياس الاتجاه نحو مضمون تطبيقات المواقع الإخبارية، حيث بلغت قيمة  $F = 66.747$  وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة  $= 0.001$ ، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس الاتجاه نحو مضمون تطبيقات المواقع الإخبارية تبعاً لاختلاف كثافة استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية. ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الباحثين أجري الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أن الاتجاه الإيجابي نحو مضمون تطبيقات المواقع الإخبارية يزداد لدى الباحثين مرتفعي استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية أكثر من متوسطي وقليلي الاستخدام.

#### جدول (16) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس المصادقية نحو مضمون تطبيقات المواقع الإخبارية

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			2.622
متوسط	5850.***0	-		2.037
منخفض	***1.0358	4508.***0	-	1.586

حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين الباحثين منخفضي استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية والمبشرين كثيفي استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 1.0358 لصالح الباحثين كثيفي استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين الباحثين متوسطي استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية والمبشرين كثيفي استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 0.5850 لصالح الباحثين كثيفي استخدام التطبيقات الإخبارية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001، كما ظهر أيضاً أنه هناك اختلافاً بين الباحثين متوسطي استخدام التطبيقات الإخبارية والمبشرين منخفضي استخدام التطبيقات الإخبارية، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 0.4508 لصالح الباحثين متوسطي استخدام التطبيقات الإخبارية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001.

**الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية موجبة داله إحصائياً بين (الجهد المتوقع – الأداء المتوقع – النية السلوكية – التأثير الاجتماعي – التسهيلات المتاحة) واستخدام الباحثين لتطبيقات المواقع الإخبارية.**

**جدول (17) معامل ارتباط بيرسون بين درجات الباحثين على مقياس (الجهد المتوقع – الأداء المتوقع – النية السلوكية – التأثير الاجتماعي – التسهيلات المتاحة) ودرجاتهم في كثافة استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية.**

مقياس (الجهد المتوقع – النية السلوكية – التأثير الاجتماعي – التسهيلات المتاحة- الأداء المتوقع)				المتغير	المتغير
العدد	قيمة بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة		
400	00.517	0.000	دالة عند 0.001	استخدام التطبيقات الإخبارية	

تشير نتائج الجدول السابق إلى أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون اتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين درجات المبحوثين على مقياس (الجهد المتوقع - الأداء المتوقع - النية السلوكية - التأثير الاجتماعي - التسهيلات المتاحة) ودرجاتهم في مقياس استخدام تطبيقات المواقع الإخبارية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 00.517، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.001، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة داله إحصائياً بين (الجهد المتوقع - الأداء المتوقع - النية السلوكية - التأثير الاجتماعي - التسهيلات المتاحة) واستخدام تطبيقات المواقع الإخبارية ويرى الباحث أن مراعاة تطبيقات المواقع الإخبارية معايير (الجهد المتوقع - الأداء المتوقع - النية السلوكية - التأثير الاجتماعي - التسهيلات المتاحة) يؤثر في استخدام طلاب الجامعات لتطبيقات المواقع الإخبارية و من أهم العوامل التي تؤثر في نجاح التطبيق الإخباري وزيادة الاستخدام، وذلك يؤثر في مصداقية تطبيقات المواقع الإخبارية لدى المستخدم مما يجعله متابع دائم لها ويسهم ذلك دعم مصداقية مضمون تطبيقات المواقع الإخبارية. الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مصداقية مضمون تطبيقات المواقع الإخبارية تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع - نوع الجامعة). ويقسم هذا الفرض إلى:

أ- توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مصداقية مضمون تطبيقات المواقع الإخبارية وفقاً للنوع (ذكور- إناث).  
جدول (18) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى مضمون تطبيقات المواقع الإخبارية وفقاً للنوع

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	200	2.178	0.761	1.289	398	غير دالة
إناث	200	2.293	0.782			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس مصداقية مضمون التطبيقات الإخبارية، حيث بلغت قيمة "ت" 1.289 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند جميع مستويات الدلالة، وبالتالي فقد ثبت عدم صحة هذا الفرض. والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مصداقية مضمون تطبيقات المواقع الإخبارية وفقاً للنوع (ذكور- إناث).

ب- توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات مبحوثي الجامعات الخاصة ومتوسطات درجات مبحوثي الجامعات الحكومية على مقياس مصداقية مضمون تطبيقات المواقع الإخبارية.

جدول (19) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى مضمون تطبيقات المواقع الإخبارية وفقاً للنوع التعليم

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
حكومية	200	2.220	0.809	0.447	398	غير دالة
خاصة	200	2.260	0.737			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجامعات الحكومية ومتوسطات درجات الجامعات الخاصة على مقياس مصداقية مضمون تطبيقات المواقع الإخبارية، حيث بلغت قيمة "ت" 0.447 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند جميع مستويات الدلالة، وبالتالي فقد يثبت عدم صحة هذا الفرض. والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثي الجامعات الخاصة ومتوسطات درجات مبحوثي الجامعات الحكومية على مقياس مصداقية مضمون تطبيقات المواقع الإخبارية.

#### خاتمة البحث:

● أكدت نتائج الدراسة ارتفاع معدلات استخدام المبحوثين لتطبيقات المواقع الإخبارية، وأثبتت النتائج وجود العلاقة بين استخدامهم لتلك التطبيقات وتأثيرها على اقتناعهم بالمحتوى.

● أظهرت النتائج أن أغلبية المبحوثين يعتمدون على تطبيقات المواقع الإخبارية كمصدر مهم للحصول على المعلومات حول الأحداث الجارية، وهو ما يشير إلى أهمية الدور الإخباري لهذه التطبيقات.

● توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين استخدام عناصر التصميم الإقناعية ومستوى مصداقية تطبيقات المواقع الإخبارية، فكلما زادت مصداقية التطبيق لدى المستخدم يزداد اقتناعه بالمضمون المقدم فالتصميم الذي يراعي التوظيف الجيد لعناصر الإقناع ويراعي مصداقية المضمون الموجود في تطبيقات المواقع الإخبارية يؤدي مراعاة ذلك إلى ارتفاع معدلات الاستخدام وزيادة الثقة والمصداقية بين المستخدم وتطبيقات الموقع الإخبارية.

#### توصيات البحث:

1. ضرورة الاستفادة من عناصر التصميم الإقناعية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير تصميم التطبيقات والمواقع الإخبارية وتطوير المحتوى الخاص لدعم مصداقية تطبيقات المواقع الإخبارية لدى المستخدمين.
2. يجب أن تهتم تطبيقات المواقع الإخبارية بمراعاة تفضيلات طلاب الجامعات في المحتوى والتصميم الخاص بتطبيقات المواقع الإخبارية
3. توفير الإمكانيات اللازمة للاعتماد على تقنيات وعناصر الإقناع البصري في تصميم تطبيقات المواقع الإخبارية.

## المراجع:

- (1) Dwivedi & Rana & Jeyaraj. (2019). et al. Re-examining the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): Towards a Revised Theoretical Model," **Information Systems Frontiers**, Springer, vol. 21(3), pages 719–734, June.
- (2) Davis, F. (1989) Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. **Sustainability. MIS, Quarterly**, 13, 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- (3) Sohn & Kwon, (2019). Technology acceptance theories and factors influencing artificial intelligence-based intelligent products. **Telematics and Informatics**, 47, [101324]. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101324>
- (4) Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2008). User acceptance of information technology: Toward a unified view. **MIS Quarterly**, 27, 425–478.
- (5) Lee & Jae Young Choi, (2019). "The adoption of virtual reality devices: The technology acceptance model integrating enjoyment, social interaction, and strength of the social ties." **Telematics and Informatics**, (37), 45–48.
- (6) Rad & Dahlan, (2018). H.M. Information technology adoption: A review of the literature and classification. **Univers. Access Inf. Soc**, (17), 39–45.
- (7) Lai, P. C. (2017) "The literature review of technology adoption models and theories for the novelty technology." **JISTEM–Journal of Information Systems and Technology Management** (14).
8. العاني، بتول. (2021). بعنوان الوظيفة الإخبارية لصحافة المحمول ودورها في الكشف عن قضايا الشأن المحلي: دراسة تحليلية في تطبيقات المواقع الإخبارية الإلكترونية "موقع السومرية نيوز. **مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية** 6 (28).
9. غزال، عبدالرزاق (2020). أرغونوميا التصميم ومرونة الهندسة الشكلية لمحتوي المواقع الإخبارية الجزائرية: دراسة وصفية علي عينة من الصحف الإلكترونية. **المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة** 2(4).
10. المصري، أحمد حسين (2020). الأساليب والتقنيات المستخدمة في تصميم المواقع الإلكترونية المحمولة، **الجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات والأرشيف** 20 (3).
11. الربيعي، بريق حسين. الإقناع البصري لتصميم الصفحة الرئيسية في المواقع الإخبارية: دراسة تحليلية. **كلية الإمارات للعلوم التربوية- مجلة العلوم التربوية**، (51).

12. محمد، كريم. (2019). " تطبيقات الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر اللوحية وعلاقتها بالوصول إلى مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية ويسر استخدامها"، رسالة دكتوراة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، مصر.

13. عمر، شرين. ( 2018). مدى تقبل الإعلاميين لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام دراسة استطلاعية في إطار نموذج تقبل التكنولوجيا. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، (63).

14 . Oinas Harri.(2017), Persuasive Systems Design, Evaluation and Research with the PSD Model ,Adjunct Proceedings of the **12th International Conference on Persuasive Technology**, April 3–6, 2022. 31–30

15. الشهاوى، سماح عبدالرازق (2016). تفضيلات المستخدمين لتصميم المواقع الإخبارية المصرية على الهواتف المحمولة: دراسة تحليلية وميدانية. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، 15(1).

16 . Jun Kong, Hamed Ahmadi,(2015). Efficient Web Browsing on Small Screens, **AVI '08 Proceedings of the working conference on Advanced visual interfaces.** , 40– 45

17 . NurulhudaIbrahim, Mohd Fairuz ,(2015). Instruments for Measuring the Influence of Visual Persuasion: Validity and Reliability Tests , **International Conference on Social Sciences** 11–12 September 2021 Süley manah University, Istanbul, Turkey , 19–40.

18. علاونة، حاتم (2020) . مصداقية الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين: دراسة ميدانية. **مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية**، 17(15).

19. عبد الحميد، عمرو. (2020). توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري. **مجلة البحوث الإعلامية**، 55(5).

20. سليم، حنان. (2018). الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات مصداقية الأخبار في عصر الإعلام الرقمي. **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، (20).

21. سالم، محمد (2018). التماس الجمهور المصري للمعلومات من وسائل من وسائل الإعلام الجديدة وعلاقته بمصداقية الأخبار والمضامين المنشورة بها. **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، (15).

22. موسى، شرين (2013). أساليب تصميم المحتوى الخبرى على شبكة الإنترنت وعلاقتها بمصداقية المواقع الإخبارية لدى الجمهور، **رسالة دكتوراة** ، جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام.

23. هاشم، مني (2012). مصداقية مواقع بعض الصحف المصرية على الإنترنت وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري"، **رسالة دكتوراة** ، جامعة المنوفية: كلية الآداب، قسم الإعلام.

24. Cassidy, P.( 2007) William, Online News Credibility: An Examination of the Perceptions of News paper Journalists, **Journal of Computer Mediated Communication**, vol.12, No.2.

\* أسماء السادة المحكمين لأدوات الدراسة مرتبة ترتيباً أبجدياً

أ.د/ أبوبكر الصالحي: أستاذ الإعلام بكلية الإعلام جامعة النهضة.

أ.د/ اعتماد خلف معبد: أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس.

أ.د/ زكريا ابراهيم الدسوقي: أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس.

أ.د/ صالح عراقي: أستاذ الإعلام بكلية التربية النوعية جامعة الزقازيق.

أ.د/ فانتن عبد الرحمن الطنباري: أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس.

أ.د/ محمد زين عبدالرحمن: أستاذ الإعلام بكلية الإعلام جامعة بني سويف.

أ.د/ محمود حسن إسماعيل: أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس.

أ.م.د/ مصطفى صابر النمر: أستاذ مساعد الإعلام بكلية التربية النوعية جامعة الزقازيق.

25. أبو حطب، عثمان. (1973). **التقويم النفسي**. القاهرة: الأنجلو المصرية .