تأثير أدوات التوعية الإلكترونية على تدعيم آليات تلقي رسائل الحملات الصحية: دراسة شبه تجريبية في ضوء نظرية التلقي

د. إيناس حسن عبدالعزيز محفوظ*

ملخص الدراسة:

سعت الدراسة إلى التعرف على تأثير استخدام المطوية الإلكترونية التفاعلية عبر وسائل الإعلام الجديد على تدعيم آليات تلقي خطاب التوعية الصحية، وتحديد كيفية فهم وتأويل محتوياته بالمقارنة باستخدام المطوية الورقية، وذلك من خلال دراسة شبه تجريبية تم تطبيقها على عينة بلغت (٦٠) مفردة من طلاب كلية الإعلام بجامعة جنوب الوادي تم تقسيمها إلى مجموعتين؛ تعرضت المجموعة الأولى لمطوية إلكترونية تفاعلية تم تصميمها حول موضوع التوعية بأهمية تناول اللقاحات، والمجموعة الثانية لمطوية ورقية تناولت نفس المحتوي مع استخدام الأسلوب التقليدي في العرض، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود فروق بين مجموعتي الدراسة في متوسط فهم وتذكر محتوي التوعية المقدم لصالح مجموعة المطوية الإلكترونية، بالإضافة إلى أن نظرية التلقي التي تناولتها الدراسة كان لها دور رئيس في تفسير علاقة التفاعل التي تحدث بين المتلقي والنص أثناء قيامه بعملية تفسير واستنباط المعني، كما أن أسس النظرية ومقولاتها أصبحت متحققة أكثر في النص الرقمي نظراً للمزايا الإضافية التي يوفرها والتي عملت على تحفيز تفاعل المتلقي مع النصوص الإعلامية.

الكلمات المفتاحية: المطوية الإلكترونية، التوعية، نظرية التلقي، آليات التلقي.

The effect of electronic awareness tools on strengthening the mechanisms of receiving health campaigns messages :a semi-experimental study in the framework of the reception theory

Abstract:

This study aimed to identify the effect of using the interactive electronic through the new media on strengthening the mechanisms of receiving health awareness discourse, and determining how to understand and interpret its contents compared to using the traditional folded, through a semi-experimental study that was applied to a sample of (60) Students from the Faculty of Mass Communication at South Valley University were divided into two groups: the first group was exposed to an interactive electronic folded that was designed about raising awareness of the importance of taking vaccines, and the

* المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال – جامعة جنوب الوادي

second group was exposed to a traditional folded that dealt with the same content, but by using the traditional method of presentation. The study concluded that there were differences Between the two groups in the average of understanding and remembering the awareness content presented in favor of the electronic folded group, In addition, the reception theory that the study dealt with had an important role in explaining the interaction relationship that occurs between the recipient and the text during the process of interpreting and eliciting the meaning, and the foundations of the theory have become more realized in the digital text due to the additional advantages it provides, which stimulate the interaction of the recipient with the media texts.

Keywords: Electronic folded, Awareness, Reception theory, Reception mechanisms.

مقدمة:

لقد غيرت تكنولوجيا الإعلام الجديد جميع مناحي الحياة وأثرت بشكل غير مسبوق في أنشطة الأفراد والجماعات بحيث أصبح التعامل مع وسائل الإعلام الجديد أمر واقع ولا مفر منه[١] وظهرت تقنيات وأساليب اتصالية حديثة تبعها تغير في الخصائص والوظائف الاتصالية التي لم تكن موجودة من قبل[٢] وأصبح هناك تغيير كبير يصب في موضوع " الأدوات التفاعلية لخطاب الإعلام الجديد" والتى وفرت للمتلقي القدرة على المشاركة النشطة في العملية الاتصالية، بحيث أصبح الجمهور المتلقي يسعي للحصول على المعلومات واختيار المناسب منها، و تبادل الرسائل مع المرسل، بعدما كان دوره في السابق مجرد متلقي للمعلومات[٣].

كما برزت الاتجاهات الحديثة في دراسات الجمهور واهتمت ب "عملية التلقي" باعتبارها عملية بناء للمعاني التي يضيفها المتلقي علي الرسائل الإعلامية، بمعني التعرف علي الكيفية والطريقة التي ينتج من خلالها أفراد الجمهور معانيهم الخاصة من قراءاتهم لنصوص وسائل الإعلام، ويشار إلي هذا التوجه الجديد في البحث الإعلامي باسم "دراسات أو بحوث التلقي" حيث أصبح تحليل التلقي أمراً ضرورياً في بحوث الإعلام المعاصرة[٤].

ومع ظهور وسائل الإعلام الجديد، أصبح تلقي الخطاب الاتصالي يخضع للعديد من الضوابط المرتبطة بعلاقة الجمهور بالوسيلة الإعلامية والاتصالية وبالسياقات المختلفة التي تتم فيها عملية التلقي سواء أكانت ثقافية أو اجتماعية أو سياسية، فلم يقتصر دور المتلقي في هذا الإطار على فهم وتفكيك رموز الرسائل الاتصالية مثلما كان في السابق وإنما أصبح دوره أيضاً في ظل الرؤى الحديثة للتلقي هو المساهمة في تشكيل وإنتاج المعنى المتضمن في الخطاب الاتصالي من خلال علاقته التفاعلية المستمرة مع مضمون الخطاب وتكنولوجيا الوسيلة.[٥]

وفي مجال التوعية الإعلامية، ساهم الإعلام الجديد بشكل كبير في اتساع مساحة الوسائل الإعلامية التي يتلقى منها الجمهور معلوماته ويبني بها معارفه، حيث أصبح من أهم الوسائل التي تقوم بنشر الأفكار والمواقف والاتجاهات بين عدد كبير من الجمهور المستهدف، كما أن المزايا التي اتاحتها هذه الوسائط الحديثة أثرت بشكل كبير علي طريقة تلقي الجمهور للمضمون المقدم وعلي مدي فهمه وطريقة تفسيره للمحتوي الإعلامي، **ومن هذا المنطلق تناولت الدراسة "المطوية الإلكترونية" كأحد الأدوات التي يمكن أن تستخدم في تقديم رسائل التوعية للترويج للحملات الاجتماعية عبر وسائل الإعلام الجديد، بهدف التعرف علي تأثير توظيف إمكانيات التفاعلية التي تتيحها في عرض المضمون علي تدعيم آليات تلقي رسائل التوعية الصحية ومقارنتها بالمطوية الورقية التقليدية، وذلك في إطار توظيف مقولات نظرية التلقي.**

الدراسات السابقة

تم مراجعة مجموعة من الدراسات التي تتناسب موضوعاتها وأهدافها مع الدراسة الحالية حتي تتمكن الباحثة من الإلمام بموضوع الدراسة، وتم تقسيم الدراسات السابقة إلي محورين رئيسيين:

- الدراسات التي تناولت التوعية عبر وسائل الإعلام الجديد
- الدراسات التي تناولت تلقي الخطاب الاتصالي الرقمي

المحور الأول: الدراسات التي تناولت التوعية عبر وسائل الإعلام الجديد

وجدت الباحثة الكثير من الدراسات التي تناولت تأثير استخدام وسائل الإعلام الجديد علي التوعية وتشكيل المعارف والاتجاهات، منها **دراسة Karasneh, R.& Others, (2021)**[٦] التي استهدفت تقييم دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل معرفة الصيادلة ورفع وعيهم أثناء جائحة فيروس كورونا، واعتمدت الدراسة علي أداة الاستبيان وتم توزيعه علي ما يقارب من (٤٨٦) صيدليًا باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلي اعتماد العينة علي استخدام هذه الوسائل للحصول على أحدث المعلومات حول كل ما يتعلق بالجائحة، علي الرغم من وجود بعض الصفحات الغير موثوق بها علي هذه المواقع، مما أدي إلي صعوبة التمييز بين الأخبار الصحيحة والشائعات في تلك الفترة.

كما حاولت **دراسة (Ibrahim, S.A.E.S, 2021،)**[٧] التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الجامعي وتشكيل اتجاهاتهم نحو متطلبات الاقتصاد المعرفي، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها (٤٠٠) شاب من الشباب الجامعي ومستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من الجامعات (عين شمس - القاهرة - حلوان) باستخدام أداة الاستبيان، وأظهرت النتائج مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تطوير اقتصاد المعرفة من خلال كونها مصدرًا مهمًا للحصول على المعلومات وتكوين وعي الأفراد تجاه متطلبات الاقتصاد المعرفي.

وسعت **دراسة (Aruna, N , 2021)** [٨] أيضاً إلي التعرف علي تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتوعية بقضية منع الاعتداء الجنسي على الأطفال بالهند، وذلك من خلال تناول حملة توعوية تم إطلاقها على وسائل التواصل الاجتماعي تحت شعار

"المحرمات في المجتمع"، وأظهرت الدراسة فعالية هذه الوسائل لنشر الوعي بين عدد كبير من الجمهور المستهدف ونجاحها في تثقيف الأطفال بمهارات الوقاية من الاعتداء الجنسي، بالإضافة إلي تعزيز مسؤولية الأهالي حول كيفية التدخل لحماية أطفالهم.

أما **دراسة (Igbinoba, A. O. & Others, 2020)** [٩] فاستهدفت تحديد تأثير وسائل الإعلام على التوعية بصحة الأم بين السكان الإناث المقيمات في أوتا بنيجيريا، واعتمدت الدراسة علي استخدام أداة الاستبيان لجمع المعلومات من عينة قوامها (١٠٠) أنثي من النساء في عمر الإنجاب ما بين (١٥-٤٩ سنة) وأظهرت النتائج أن وسائل الإعلام الجديد جاءت في الترتيب الأول كأكثر الوسائل المستخدمة بنسبة (٤٩٪) ، كما أوصت الدراسة بضرورة استخدام وسائل الإعلام الجديد مع وسائل الإعلام التقليدية لتحقيق أهداف الحياة الصحية لجميع الأعمار.

بينما اهتمت دراسة **(ريحاب سامي لطيف محمد، ٢٠٢٠)**[١٠] بالتعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات ولتعزيز الوعي الصحي لديهم حول جائحة فيروس كورونا، واعتمدت الدراسة علي تطبيق استبانة إلكترونية أُرسلت إلى عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من الجمهور المصري، وتوصلت الدراسة الي ارتفاع الاعتماد علي وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا، وجاءت طرق انتقال العدوى والطرق الوقائية والاحترازية كأكثر المضامين المفضلة.

كما سلطت دراسة **(Elavarasan, R. M., & Pugazhendhi, R, 2020)**[١١] الضوء علي دور التقنيات الحديثة المستخدمة بالهيئات الاجتماعية بالهند في المساعدة علي التوعية بوباء فيروس كورونا، وتناولت الدراسة الاستراتيجيات التكنولوجية التي تم تنفيذها للسيطرة علي الوباء، والتي شملت استخدام تطبيقات اتصالات المعلومات والذكاء الاصطناعي والتعلم الالي، وتوصلت نتائج الدراسة إلي أن استخدام هذه التقنيات ساعد في إمداد الجمهور بالمعلومات الفورية مما أدي إلي تدعيم التواصل مع الجمهور وساعد علي التخفيف من حدة انتشار العدوي.

وجاءت دراسة **(Thornber, K. & Others, 2019)**[١٢] لتهدف إلي تحديد إمكانية استخدام وسائل الاتصال الرقمية لتوعية مزارعي تربية الأحياء المائية الريفية في بنغلاديش بكيفية استخدام مضادات الميكروبات، حيث يصعب الوصول إلى هذه المجتمعات الريفية جغرافيًا عبر طرق الاتصال التقليدية، واعتمدت الدراسة علي استخدام المنهج التجريبي في إطار حملة توعوية صغيرة الحجم تم تنفيذها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وبعد التعرض للحملة تم التواصل الكترونياً مع (٣٦) مزارعًا، حيث أشار نسبة (٩٧٪) منهم بأن الحملة ستغير من طريقة استخدامهم للمضادات الحيوية في المستقبل.

أما دراسة **(جيهان سيد أحمد يحيي، ٢٠١٩)**[١٣] فاستهدفت التعرف علي مدي استخدام الجمهور المصري لتطبيقات الإعلام الجديد لمتابعة كل ما يخص التعديلات الدستورية، وبالتالي التأثير علي مستوي وعيهم السياسي، وأشارت النتائج إلي كثافة استخدام المبحوثين لتطبيقات الإعلام الجديد واهتمامهم بمتابعة المعلومات الخاصة بالتعديلات الدستورية عبر هذه الوسائل وخاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، علي الرغم من أن

بعض النتائج أشارت إلي متوسطية الثقة فيما ينشر من مضامين علي تطبيقات الإعلام الجديد نتيجة الإغراق المعلوماتي بشأن تلك القضية عبر هذه الوسائل.

كما حاولت دراسة **(شارع بن مزيد البقمي، ٢٠١٨)**[١٤] التعرف علي دور وسائل الإعلام الجديد في توعية وتشكيل معارف واتجاهات الجمهور السعودي نحو العمل التطوعي، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها (٥٢٠) مفردة من الجمهور السعودي من مستخدمي وسائل الإعلام الجديد، وأثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديد والاهتمام بالعمل التطوعي، بالإضافة إلي ارتفاع معدل الثقة في وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن العمل التطوعي.

وتناولت دراسة **(Bene, M.,2017)**[١٥] تحديد تأثير وسيلة الفيسبوك علي زيادة الوعي السياسي لطلاب الجامعات بالمجر، وأوضحت الدراسة أن الآراء والتجارب السياسية للأغلبية الأقل اهتمامًا بالسياسة تتشكل إلى حد كبير من خلال تواصلهم مع أقرانهم المهتمين بالسياسة والأقل منهم في العدد عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومن خلال استطلاع رأي أجرته الدراسة توصلت النتائج إلى أن التقييم السلبي للطلاب لبعض الأحداث السياسية علي الفيسبوك نابع من أن المعلومات والآراء على هذه المنصة يتم بثها في الغالب من قبل أقلية من أقرانهم الساخطين.

كما بحثت دراسة **(مجدي الداغر ،٢٠١٦)**[١٦] في الدور الذي يقوم به الإعلام الجديد بأشكاله المختلفة من صحف إلكترونية ومواقع إخبارية وبوابات إعلامية وشبكات تواصل ومدونات ومنتديات وغيرها في تشكيل معارف واتجاهات الشباب نحو ظاهرة الإرهاب والتوعية من خطورته، وتم تطبيق الدراسة على عينة عمدية بلغت نحو(٤٢٠) مفردة من ثلاث جامعات بالمملكة العربية السعودية، وأسفرت النتائج عن تصدر شبكات التواصل الاجتماعي للمرتبة الأولي كأكثر وسائل الإعلام الجديد استخداما من قبل أفراد العينة بالإضافة إلي مساهمتها بشكل كبير في التوعية بمخاطر الإرهاب وزيادة مشاعرهم ضد أعمال العنف والتطرف.

وجاءت دراسة **(Kuria, C. W , 2014)**[١٧] لتهدف إلي التعرف علي مدي اعتماد المزارعين في مقاطعة كيامبو علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الزراعية، واعتمدت الدراسة علي أداة المقابلة الشخصية لجمع المعلومات من عينة من مزارعي المقاطعة من مستخدمي هذه الوسائل، والذين أشاروا إلى إيجابية استخدامها كمصدر للحصول علي المعلومات وأخر المستجدات في مجال الزراعة والري، ولكن ضعف الاتصال بشبكة الإنترنت وانقطاع التيار الكهربائي يشكل لهم بعض التحديات. فأوصت الدراسة بإنشاء مراكز في مقاطعة كيامبو لتيسير عملية حصول المزارعين على المعلومات الزراعية عبر الشبكة.

أما دراسة(Okaka, W., & Apil, J.,2013)[١٨] فسعت إلي تحديد مدي استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التوعية البيئية بأوغندا، واعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان الذي تم توزيعه علي عدد (٢٢٠٠) مشارك في أوغندا. وتوصلت النتائج إلي أن استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة مع قنوات الاتصال الشخصي عزز من تعرض الجمهور

لرسائل التوعية البيئية، بالإضافة إلي أن هذه الوسائل الحديثة تعتبر أكثر الوسائل فعالية لمواجهة المخاطر والكوارث البيئية لأنها تتحدى الحدود الجغرافية بالإضافة إلي إمكانية الوصول إليها بسهولة.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت تلقي الخطاب الاتصالي الرقمي

تناولت عدد من الدراسات المقارنة بين تلقي النصوص الرقمية والنصوص الورقية، منها دراسة **(Furenes, M. I., & Others , 2021)**[١٩] التي استهدفت مقارنة تأثير استخدام كلاً من الكتب الورقية والرقمية علي مستوي تلقي واستيعاب الأطفال للقصص المصورة، والذين لا تزيد اعمارهم عن ٨ سنوات، وأظهرت النتائج انخفاض مستوي استيعاب الأطفال الذين تعرضوا للكتب المصورة الرقمية عن الورقية، وذلك يرجع إلي مساعدة البالغين للأطفال أثناء قراءة الكتب الورقية وذلك مقارنة بالكتب الرقمية التي كان الأطفال يقرؤونها بشكل مستقل، كما أن بعض ميزات تصميم الكتب الرقمية والغير مرتبطة بالسرد أثرت سلبياً علي عملية القراءة، حيث عملت علي تشتيت انتباه الأطفال عن القصة.

كما حاولت دراسة **(محمد العنوز، ٢٠٢١)**[٢٠]الوقوف عند أهم الظواهر المرتبطة بالفعل القرائي للنصوص الإلكترونية خلال العصر الرقمي، حيث عرضت لمزايا تلقي النصوص الرقمية التي جعلت بإمكان القارئ الوصول إلي المعلومات والأخبار بشكل سريع بالإضافة إلي توظيفها لتقنية الوسائط المتعددة، ومقارنتها بتلقي النصوص الورقية التي لا يحتاج فيها القارئ لأجهزة خاصة وبرمجيات لقراءة النصوص، كما أن النص الورقي يمثل أجيالاً عديدة دأبت علي القراءة والكتابة التقليدية.

واهتمت دراسة (**Dağlı Gökbulut, Ö., & Güneyli, A., 2019**) [٢١] بتقييم مستوى اكتساب المفردات لدي الطلاب ذوي الاحتياجات الخاصة الذين يعانون من صعوبات في الفهم القرائي، وذلك من خلال عرض مجموعة من النصوص الرقمية والمطبوعة وتحديد اثارهما علي اكتساب المفردات، وتوصلت الدراسة إلي أن النصوص الرقمية اعطت نتائج أكثر فعالية لاعتمادها علي استخدام مزيج من تأثيرات الوسائط المتعددة مما ساعد الطلاب على تتبع الكلمات أو العبارات التي يتم قراءتها بعناية وتعلم المفردات.

كما سعت دراسة **(Alisaari, J. & Others, 2018)**[٢٢] الي اختبار تأثير استخدام كلاً من النص المطبوع والرقمي على تحقق الفهم القرائي لدي طلاب المدارس الفنلندية، وأجريت الدراسة علي عينة قوامها(١٤٢) طالب من خلال عرض مجموعة من النصوص المطبوعة والنصوص الرقمية في صيغة PDF، بحيث لم يستفد النص الرقمي من مزايا الوسائط التكنولوجية، وتوصلت الدراسة إلى أن تنسيق PDF لا يزال تنسيقًا شائع الاستخدام في المدارس الفنلندية، ويجب التوسع في استخدام بيئات التعلم الرقمية في المستقبل.

وحاولت دراسة **(Kor, R. , 2018)**[٢٣] التعرف علي تأثير الأشكال الاتصالية الحديثة علي تلقي واستجابة الجمهور للنصوص الخطابية عبر شبكة الإنترنت، وتناولت الدراسة "شخصية التعليق" حيث يستخدم المعلق إمكانيات التفاعلية المتاحة له للتواصل مع المعلقين الآخرين وتعديل آرائهم وتوجهاتهم الخاصة في النص، وأوصت الدراسة بالتركيز

علي دراسة أعضاء الجمهور الحقيقي للنصوص الخطابية الحديثة، وإجراء المزيد من الدراسات لمعرفة كيفية تلقي هذه النصوص وأساليب التعليق عليها .

وقدمت دراسة **(Ross, B. & Others, 2017)**[٢٤] نتائج تجميع منهجي للأدب التجريبي متعدد التخصصات لاستكشاف الدراسات المعنية باستخدام النص الرقمي لأغراض التدريس والتعلم، ووجدت الدراسة أن معظم الدراسات تميل إلى الجمع بين النصوص الرقمية والورقية في تصميمها البحثي، كما كشفت عن تزايد استخدام النصوص الرقمية في مرحلة التعليم الجامعي، حيث يضيف الناشرون الأكاديميون المزيد من الوظائف المبتكرة مثل استخدام مكتبات الفيديو والمشاركة عبر منصات وسائل التواصل الاجتماعي، علي الرغم من وجود بعض العوامل التي تعيق من فهم وتذكر النص الرقمي والتي تتعلق بقراءة الطلاب لأقسام كبيرة من النص، مما يدعو مؤسسات التعليم العالي إلى تدريب موظفيها وطلابها على كيفية التعامل مع النصوص الرقمية من أجل تحقيق أفضل نتائج التعلم.

كما استهدفت دراسة **(Reid, C. , 2016)**[٢٥] مقارنة تأثير استخدام الكتب الإلكترونية والكتب المطبوعة علي تدعيم مهارات القراءة والفهم لدي طلاب المرحلة الابتدائية، وأجريت الدراسة علي ستة طلاب بمدرسة شمال ولاية نيويورك لاختبار مهاراتهم في القراءة والفهم بعد التفاعل مع الميزات المحسّنة للكتاب الإلكتروني، وقبل أن يبدأ الطلاب في التفاعل مع الكتب الإلكترونية تم تعريضهم لمجموعة من الكتب المطبوعة، وأظهرت النتائج أن الكتب الإلكترونية كان لها تأثير أكبر لأنها احتوت على ميزات قراءة جذابة ساعدت الطلاب على تدعيم فهمهم أثناء عملية القراءة.

أما دراسة **(جميلة سالم عطيّة، ٢٠١٤)**[٢٦] فسعت إلي إلقاء الضوء على التأثيرات أو التغيرات التي أحدثتها شبكات التواصل الاجتماعي على طبيعة بناء وتداول الخطاب اللغوي والبصري، وتوصلت النتائج إلي أن الثورة المعلوماتية غيرت طريقة تداوله من خطاب يتم تداوله في الشكل الورقي المطبوع التقليدي والذي يأخذ فترة من الوقت للوصول إلى متلقيه إلى خطاب يتم تداوله عبر وسائط حديثة يصل في لمح البصر، كما أنه تغير من الطريقة المباشرة التي تعتمد على التوظيف اللغوي الجيد للحروف والكلمات والجمل إلى الطريقة المستحدثة التي تعتمد على كتابة الحروف العربية بالحروف الأجنبية والأرقام.

وهدفت دراسة **(Mangen, A., & Others, 2013)**[٢٧] إلي استكشاف تأثيرات الواجهة التكنولوجية على فهم واستيعاب طلاب المرحلة الابتدائية بالنرويج، وتم تطبيق الدراسة علي(٧٢) طالبًا تم تقسيمهم بشكل عشوائي إلى مجموعتين، حيث تعرضت المجموعة الأولى لنصوص مطبوعة وتعرضت المجموعة الأخرى لنفس النصوص ولكن في صورة رقمية بصيغةPDF، وأظهرت النتائج أن الطلاب الذين قرأوا النصوص المطبوعة سجلوا درجات أفضل في اختبار استيعاب القراءة من الطلاب الذين قرأوا النصوص الرقمية بصيغة PDF علي شاشة الكمبيوتر.

كما حاولت دراسة **(مروة عطية محمد، ٢٠١٢)**[٢٨] الكشف عن العلاقة بين خصائص المخطط البنائي للقصة الإخبارية المنشورة علي شبكة الانترنت وتحقق الفهم القرائي لدي القارئ، وذلك في إطار تصميم شبه تجريبي علي (٦٠) مفردة من طلاب أكاديمية أخبار

اليوم تم توزيعهم علي مجموعتي التجربة عشوائياً، المجموعة الأولي التي تعرضت للمضمون الذي يوظف تقنيات الوسيط وهي شبكة الانترنت، والمجموعة الثانية التي تعرضت للمضمون الذي لا يوظف تقنيات الوسيط، وتوصلت الدراسة إلي عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين المجموعتين في القدرة علي استيعاب السرد واستخلاص أفكار القصة الإخبارية.

وسعت دراسة **(عمر زرفاوي بن عبدالحميد، ٢٠٠٩)**[٢٩] إلي المقارنة بين كلاً من الكاتب والنص والمتلقي ذو الطبيعة الورقية، والكاتب والنص والمتلقي ذو الطبيعة الرقمية، وتوصلت الدراسة إلي أن النص الجديد فرض شروطاً جديدة للتلقي، فهو نص منفتح علي النصوص الأخرى ومتصل بها دون حواجز من خلال الوصلات والنوافذ، وهو نص متحرك ومتعدد الوسائط يشترط وجود قارئ تفاعلي باستطاعته الولوج إلي النص المترابط أو النص الشبكي بسهولة لتفكيكه وإعادة تركيبه بحسب أغراض القارئ.

التعليق على الدراسات السابقة

(١) **فيما يتعلق بدراسات المحور الأول** التي تناولت دور وسائل الإعلام الجديد في تعزيز الوعي واكتساب المعرفة لدي الجمهور؛ أشارت النتائج إلي أهمية دورها كأداة فعالة في مجال التوعية ولنشر الأفكار والآراء بين عدد كبير من الجمهور، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة وسائل الإعلام الجديد الأكثر تناولاً بالدراسة والتحليل، كما في دراسات: (Karasneh, R.& Others, 2021) ، (Ibrahim, S. A. E. S, 2021،) ، (Aruna, N , 2021)، (Kuria, C. W , 2014)، (Thornber, K. & Others, 2019)، (Bene, M.,2017).

- أظهرت بعض الدراسات أن وسائل الإعلام الجديد من أكثر الوسائل المستخدمة لبث رسائل التوعية أثناء أوقات المخاطر والأزمات، مثل استخدامها أثناء انتشار وباء فيروس كورونا كما في دراسات (Karasneh, R.& Others, 2021)،(ريحاب سامي لطيف محمد، ٢٠٢٠) (Elavarasan, R. M., & Pugazhendhi, R, 2020) أو لمواجهة المخاطر والكوارث البيئية مثل دراسة (Okaka, W., & Apil, J.,2013)، أو لاستهداف مجتمعات يصعب الوصول إليها جغرافياً مثل دراسة (Thornber, K. , & Others, 2019).

- بينت نتائج بعض الدراسات وجود تضارباً واضحاً في معدل ثقة الجمهور فيما ينشر من مضامين علي وسائل الإعلام الجديد، فهناك بعض الدراسات التي أشارت الي ارتفاع معدل الثقة فيها كمصدر للحصول علي الأخبار والمعلومات مثل دراسة (شارع بن مزيد البقمي، ٢٠١٨)، وهناك بعض الدراسات التي أشارت إلي متوسطية الثقة فيها مثل دراسات (Karasneh, R.& Others, 2021) ،(جيهان سيد أحمد يحيي، ٢٠١٩)

- أشارت بعض الدراسات إلي ضرورة تبني استراتيجيات الاتصال التي تجمع بين استخدام وسائل الإعلام الجديد مع وسائل الإعلام التقليدية لتحقيق أهداف برامج التوعية مثل دراسات ((Igbinoba, A. O.,& Others, 2020) (Okaka, W., & Apil, J.,2013).

(٢) **فيما يتعلق بدراسات المحور الثاني** التي تناولت تلقي الخطاب الاتصالي الرقمي، ركزت بعض الدراسات علي إلقاء الضوء علي التغييرات التي أحدثتها التكنولوجيا علي طبيعة بناء وتداول الخطاب الاتصالي مثل دراسات (محمد العنوز، ٢٠٢١) (جميلة سالم عطيّة،٢٠١٤) (عمر زرفاوي بن عبدالحميد ،٢٠٠٩).

- اعتمدت معظم الدراسات في هذا المحور علي المنهج التجريبي وذلك لمقارنة تأثير استخدام كلاً من النصوص الرقمية والمطبوعة علي مستوي فهم واستيعاب المتلقين، باختلاف الفئات التي تم التطبيق عليها، مثل فئة الأطفال كدراسة (Furenes, M. I., & Others , 2021) ، أو فئة طلاب التعليم الابتدائي مثل دراسات Dağlı Gökbulut, Ö., & Güneyli, A., 2019) ، (Alisaari, J. & Others, 2018) (Reid, C. , 2016) ،أو فئة طلاب التعليم الجامعي مثل دراسات (Mangen, A., & Others, 2013) (Ross, B. & Others, 2017) (مروة عطية محمد، ٢٠١٢).

- تباينت نتائج الدراسات السابقة حول طبيعة المحتوي الأكثر فعالية وتأثيراً علي تنمية مهارات الفهم القرائي للمبحوثين وعلي إكسابهم وتعلمهم للمفردات، ففي حين أشارت بعض الدراسات إلي أن النصوص الرقمية أعطت نتائج أكثر فعالية، نظراً لتوظيفها تكنولوجيا الوسائط المتعددة، مثل دراسات (Dağlı Gökbulut, Ö., & Güneyli, A., 2019) (Reid, C. , 2016) ، أشارت دراسات أخري إلي أفضلية استخدام النصوص المطبوعة علي الرقمية وخاصة للأطفال في مرحلة الروضة، لأنهم يتلقون المساعدة من الكبار أثناء عملية القراءة بخلاف المحتوي الرقمي الذي يتطلب قراءته بصورة مستقلة مثل دراسة (Furenes, M. I., & Others , 2021) ، بالإضافة إلي دراسات (Mangen, A., & Others, 2013) (Alisaari, J. & Others, 2018) التي تم تطبيقها علي النصوص الرقمية بصيغة PDF، بحيث لم يستفد النص الرقمي من الميزات المتاحة للوسيط التكنولوجي.

- وبشكل عام أوضحت نتائج دراسات المحور الثاني أن مزايا التصميم الخاصة بالنصوص الرقمية والمتوافقة مع المحتوي تعمل علي تدعيم آليات القراءة والتلقي، بينما تؤثر المزايا الغير مرتبطة بالمحتوي سلبياً علي عملية القراءة لأنها تشتت الانتباه وتسبب سوء فهم.

(٣) أفادت الدراسات السابقة الباحثة في بلورة وتحديد المشكلة البحثية وأهدافها تحديداً دقيقاً، والاطلاع علي المناهج والأدوات البحثية التي تم استخدامها لاختيار المنهج الأمثل للدراسة الحالية، بالإضافة إلي اسهامها في توفير البيانات والمعلومات للقيام بمقارنة نتائجها مع النتائج التي توصلت إليها الدراسة.

مشكلة الدراسة

في ظل تزايد استخدام وسائل الإعلام الجديد في العصر الحالي، والحاجة إلي الاستفادة من الإمكانيات التي اتاحتها هذه الوسائل في مجال رفع مستوي وعي الجمهور ومعالجة المشكلات التي تطرأ علي المجتمع، **تتبلور مشكلة الدراسة في محاولة التعرف علي تأثير استخدام المطوية الإلكترونية التفاعلية كأحد أدوات التوعية عبر وسائل الإعلام الجديد علي تدعيم آليات تلقي رسائل التوعية الصحية، وذلك من خلال دراسة أثر المتغير**

المستقل وهو التطبيقات التفاعلية التي تتيحها المطوية الإلكترونية في عرض المضمون علي المتغير التابع وهو تدعيم آليات التلقي بمكوناته "الذهنية والانفعالية" بحيث تشمل الذهنية: عملية تفسير وتأويل الرسالة والقدرة علي تذكر محتواها، وتشمل الانفعالية كل ما يتعلق بتفاعل المتلقي مع المحتوي المقدم والإضافة إليه.

أهمية الدراسة

١- تستمد الدراسة أهميتها من تناولها لنظرية التلقي – وهي إحدى النظريات في مجال الأدب- حيث لاحظت الباحثة قلة الدراسات الإعلامية التي تناولت هذه النظرية لتحليل الكيفية التي تتم بها قراءة النصوص الإعلامية من قبل الجمهور المتلقي.

٢- تأتي أهمية الدراسة الحالية من تناولها لآليات التلقي عبر وسائل الإعلام الجديد؛ للتعرف علي علاقة المتلقي بالخطاب الاتصالي الرقمي، وإبراز الدور الأساسي الذي يقوم به في عملية بناء وتشكيل المعني، وذلك بالمقارنة بالتلقي عبر الوسائل التقليدية الأخرى.

٣- أهمية توظيف أدوات الإعلام الجديد في مجال نشر رسائل التوعية الإعلامية، وخاصة في العصر الحالي الذي يتميز بتنوع تقنيات الاتصال ووسائله.

٤- أهمية الفئة التي تم التطبيق عليها وهي فئة "الشباب"، حيث يعتبرون من أكثر الفئات المجتمعية المستخدمة لوسائل الإعلام الجديد وأكثرها عرضة للتأثر بمحتواها.

٥- أهمية التعرف علي الاستراتيجيات المناسبة التي تكفل تحقيق التواصل الفعال مع الجمهور المستهدف، وتحقيق أهداف برامج التوعية وتثقيف المجتمع.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلي اختبار تأثير تقديم رسائل التوعية عبر كلاً من المطوية الورقية والإلكترونية علي تدعيم آليات التلقي بمكوناته الذهنية والانفعالية لدي المبحوثين، ويتفرع عن هذا الهدف مجموعة من الأهداف تتمثل في:

(١)الكشف عن اتجاهات المبحوثين نحو طريقة عرض محتوي التوعية عبر كلاً من المطوية الورقية والإلكترونية .

(٢)التعرف علي تأثير اختلاف طريقة عرض المحتوي عبر كلاً من المطوية الورقية والإلكترونية علي فهم واستيعاب المبحوثين للمضمون المقدم.

(٣)قياس تأثير اختلاف طريقة عرض المحتوي عبر كلاً من المطوية الورقية والإلكترونية علي درجة تذكر المبحوثين للمضمون المقدم.

(٤)التعرف علي تأثير التقنيات التي اتاحتها المطوية الإلكترونية علي استنباط المبحوثين للمعني المقدم، وتأثيرها علي زيادة تفاعلهم مع المحتوي والإضافة إليه بدلاً من تلقيه بشكل سلبي.

(٥)رصد طبيعة التعليقات التي أضافها المبحوثين علي المطوية الإلكترونية وتحليلها في ضوء مقولات نظرية التلقي.

المدخل النظري للدراسة

أولاً: نظرية التلقي (Reception Theory)

تشير نظرية التلقي إلى تيار نقدي أسسه المنظران الألمان "هانز روبرت ياوس" (Hans Robert jauss) و "فولفغانغ إيزر (Wolfgang izer) في مدرسة كونستانس (constance) خلال أواخر عام ١٩٦٠ وأوائل عام ١٩٧٠ كمحاولة لتحويل الانتباه إلي المتلقي الذي كان يُنظر إليه علي أنه عنصر هامشي في الدراسات الأدبية [٣٠]، واهتمت النظرية بدراسة تأثير النص الأدبي على متلقيه ومحاولة التعرف علي ردود الفعل التي يثيرها لديهم، بدلاً من الاهتمام بالتعرف علي ما يعنيه النص أو العمل الأدبي[٣١] حيث أن المعني لا يكون موجوداً بالنص، ولكن يتم انتاجه أثناء التفاعل بين القارئ والنص.[٣٢]

وجاءت نظرية التلقي بمقولات اصبحت دستوراً لها، وهي :

١-**القارئ**: جاءت نظرية التلقي ونصبت القارئ كعنصر مهم ومُهيمن في عملية القراءة، فلم يعد القارئ في عرفها ذلك المستهلك السلبي الذي تُلقي علي ذهنه النصوص فيتقبلها ويستجيب لها دون إدراك واع بمقاصدها، وأصبح القارئ هو صانع المعني ومكمل النص الذي بدأه المؤلف، وبهذا يكون القارئ منتجاً ومبدعاً.[٣٣]

٢- **النص**: ترفض نظرية التلقي وجود النص الأصلي الثابت وذلك لأنه في كل مرة يتم فيها قراءة نص يتم تلقيه وتفسيره بطريقة جديدة.[٣٤]

٣- **العلاقة الجدلية بين النص والقارئ:** ركزت نظرية التلقي علي تحليل التفاعل الديناميكي الذي يحدث بين بنية النص والقارئ خلال قيامه بعملية التفسير[٣٥]، حيث التلقي تجربة لا تتحقق إلا من خلال هذا الحوار المتبادل بين النص والمتلقي، بين الأسئلة التي يثيرها المتلقي والأجوبة التي يقدمها النص في أفق تاريخي محدد.[٣٦]

٤-**الفراغات النصية**: النص إنجاز متحقق غير مكتمل تتخلله فراغات وفجوات يتركها المؤلف للقارئ الذي يسعي دوماً إلي ملئها من خلال النشاط الذهني التخيلي الذي يصاحب مراحل القراءة[٣٧]، فسد الفجوة هو العملية التي يتم من خلالها بناء العالم الخيالي الذي تقترحه كلمات النص في عقل القارئ[٣٨]

٥-**وجهة النظر الجوالة**: فالقارئ يجول في النص فلا يمكن أن يفهمه دفعة واحدة إلا من خلال المراحل المختلفة والمتتابعة للقراءة بدءاً من البنيات الظاهرة وصولاً إلي البنيات الخفية.[٣٩]

٦-**المتعة الجمالية**: يجب تصورها باعتبارها السمة المميزة لنظرية التلقي من حيث التفاعل بين النص والقارئ[٤٠]، وتتحدد المتعة الجمالية باعتبارها "فهمًا ممتعًا" أو "متعة فهم" [٤١]، ويكشف إيزر عن أن لكل عمل أدبي قطبين يمكن أن يطلق عليهما الفني والجمالي، القطب الفني هو نص المؤلف والجمالي هو الإدراك الذي يحققه القارئ [٤٢]، ولقد اعُتبرت

نظرية التلقي نظرية توفيقية تجمع بين جمالية النص وجمالية تلقيه استناداً إلي تجاوبات المتلقي وردود فعله باعتباره عنصراً فعالاً وحياً، يقوم بينه وبين النص الجمالي تواصل وتفاعل فني ينتج عنها تأثر نفسي ودهشة انفعالية، ثم تفسير وتأويل، فحكم جمالي استنادا إلي موضوع جمالي ذي علاقة بالوعي الجمعي(٤٣).

وفي مجال الإعلام ركزت نظرية التلقي علي العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور الذي يستقبلها، وأكدت علي أن النصوص الإعلامية يتم تفسيرها من قبل الجمهور بدلاً من تلقيها بشكل سلبي.(٤٤)، ويعتبر نموذج ستيوارت هال Stuart Hall "الترميز / فك الترميز" Encoding/ Decoding من بين أهم الأعمال المؤسسة لنظرية التلقي، فمن خلال هذا النموذج يبين لنا Hall الطريقة التي تؤول بها الرموز المتضمنة في المواد والرسائل الإعلامية من طرف من يتلقونها(٤٥)، كما يصف لنا كيفية تفسير الجمهور للرسالة الإعلامية أو فك تشفيرها اعتمادًا على عوامل مختلفة مثل خلفيتهم الاجتماعية أو المحتوى الذي يتم تلقي الرسالة فيه(٤٦).

وبعد ظهور وسائل الإعلام الجديد، أصبح الخطاب الإعلامي مرتبط أكثر بالقطب الثالث للعملية الإبداعية وهو "المتلقي" فقد أصبح هو الفاعل الرئيس في العملية الإبداعية، وتحقق ما كانت تصبو إليه نظرية التلقي، فلم يعد المؤلف يملك تلك السلطة المطلقة على نصه، وأصبح المتلقي يشارك المؤلف في بناء النص الرقمي بملاحظاته وتعليقاته وتوجيهاته(٤٧)،وهذا يعكس علاقة "التفاعل بين المؤلف والمتلقي" والتي اعتبرها آيزر خاصية من خصائص التجربة الجمالية، ونلاحظ بأن هذا التفاعل سواء في النص الرقمي أم في النص الورقي هو الذي يفتح مجال الإبداع، غير أنه في النص الرقمي يتم بصفة مباشرة وبنسبة عالية، في حين أنه في النص الورقي يتم بصفة غير مباشرة وبنسبة ضئيلة.(٤٨)

ولقد وضع إسبن ارسيث Espen Aarseth أربعة مظاهر تعكس تفاعل المتلقي مع النص الرقمي وهي قيامه ب: "**التأويل، والإبحار، والتشكيل، والكتابة**" ، فالتأويل جزء ملازم لكل قراءة وعندما يقرأ قارئ نصاً إلكترونياً فإنه بالإضافة إلي التأويل، يبحر بفاعلية في طريقه في شبكة الإنترنت من خلال مسارات النصية المتفرعة، وعلاوة علي ذلك، قد يسمح للمتلقي بتشكيل النص كإضافة وصلاته الخاصة إلى بنية النص المتفرع، فيعني التشكيل إعادة بناء النص في حدود معينة، أما الكتابة فهي تعني مشاركة المتلقي في كتابة النص.(٤٩)

وفي ضوء ذلك تم قياس آلية تلقي المبحوثين لمحتوي التوعية المقدم بالمطوية الإلكترونية من خلال هذه العناصر الأربعة، وذلك علي النحو التالي:

التأويل: لتحديد تأثير استخدام المؤثرات السمعية والبصرية التي تم استخدامها بالمطوية الإلكترونية علي تدعيم تفسير المبحوثين للمحتوي المقدم، لأن تنوع المؤثرات المستخدمة يؤدي إلي تعدد إمكانيات تأويل وتفسير مدلولات هذه العناصر لدي المتلقين.

الإبحار: لتحديد تأثير استخدام تقنية النص التشعبي بالمطوية الإلكترونية علي إعطاء المبحوثين حرية الوصول إلي معلومات محددة حسب رغبتهم.

التشكيل: لتحديد تأثير عنصر الحركة بالمطوية الإلكترونية علي إعطاء المبحوثين حرية التنقل بين أجزاء المطوية، فيتشكل النص بناءً علي اختيار كل مبحوث لنقطة بدء وانتهاء التصفح.

الكتابة: لتحديد مدي مساهمة المبحوثين في الإضافة إلي المحتوي وملء الفراغات النصية عبر تعليقاتهم المباشرة علي المطوية، بالإضافة إلي رصد طبيعة هذه التعليقات للكشف عن المتعة الجمالية المتحققة لديهم تجاه المحتوي المقدم.

ثانياً: نظرية التلقي المزدوج "السمعي/البصري" (Dual-coding Theory)

نظرية التلقي المزدوج أو الترميز المزدوج هي نظرية قام بوضعها الآن بافيو (Paivio) عام ١٩٧١، حيث افترض أن ذاكرة الفرد تتألف من نظامين فرعيين لترميز ومعالجة المعلومات؛ النظام اللفظي المتخصص في معالجة اللغة أو المعلومات اللفظية، والنظام غير اللفظي المتخصص في معالجة كل ما يتعلق بالإدراك بالبصر أو الإحساس بالأشياء.(٥٠)

وتري النظرية أن العقل البشري يتقبل المعلومات بشكل أفضل عندما يتم تقديمها في صورة لفظية ومرئية معاً، وذلك مقارنة مما يحدث عندما يواجه بمعلومات نصية فقط(٥١)، كما أن عملية التذكر تعتمد علي أسلوب تقديم المعلومات وطريقة تمثيلها، فيري بافيو أن المعلومات التي تقدم لفظاً وصورة للفرد يكون تذكرها أسرع من تلك التي يتم تمثيلها من خلال أسلوب واحد من الترميز(٥٢)، ولقد بني بافيو تصوره هذا بناءً علي تجربة قام بها من خلال عرض ثلاث مجموعات من العناصر تضمنت: "صورًا متكررة، وكلمات متكررة، وتركيبات لصور وكلمات معاً" علي عينة من الأشخاص، فوجد أن أكثرها تذكراً هي للمجموعة التي تضمنت تركيبات لصور وكلمات معاً، وذلك مقارنة بالتي تم تقديمها بالصور فقط أو الكلمات فقط، ويعتقد بايفيو أن هذا التأثير نتج لأن الأفراد قاموا بترميز الكلمات المصورة بشكل مختلف.(٥٣)

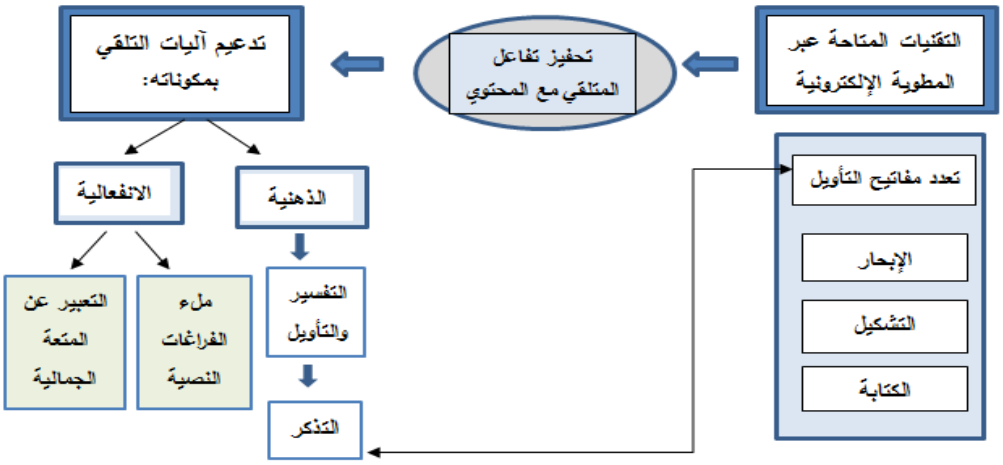
وفي مجال الإعلام، نلاحظ أن الجمهور يتقبل المعلومات بشكل أفضل عندما يتم تقديمها عبر وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والتي تعتمد علي استخدام الأنظمة اللفظية وغير اللفظية بالمقارنة بوسائل الإعلام الأخرى التي تعتمد علي استخدام نظام واحد فقط.(٥٤)

أما بالنسبة **لوسائل الإعلام الجديد** فإن للنظرية أهمية كبيرة في اقتراح كيفية معالجة الأشخاص للمعلومات التي تقدم عبر التقنيات الحديثة باستخدام تكنولوجيا الوسائط المتعددة التي تتميز بوجود النصوص والصور والفيديو معًا(٥٥)، فدعمت الكثير من الدراسات فرضيات النظرية مؤكدة أن بناء واكتساب المعرفة يكون أفضل عند تقديم المعلومات السمعية البصرية على عكس المعلومات التي يتم تقديمها في صورة مرئية فقط، وقاموا بإجراء الكثير من الدراسات التي توصلت إلي أن العروض التقديمية السمعية والبصرية أدت إلى تقليل الحمل المعرفي للفرد بشكل كبير.(٥٦)

وعلي النحو الذي اقترحته نظرية التلقي المزدوج، فيجب أن تؤدي الرسائل متعددة الوسائط إلي تحفيز وظيفة الذاكرة وزيادة استدعاء المعلومات نظراً لوجود المحفزات الحسية الإضافية بها.(٥٧) **وفي إطار ذلك تم تطبيق النظرية من خلال قياس مستوي تذكر المبحوثين الذين تعرضوا لمحتوي المطوية الإلكترونية التي تستخدم تكنولوجيا الوسائط المتعددة،**

ومقارنته بالمجموعة الأخرى التي تعرضت للمطوية الورقية التي تقدم نفس المحتوي دون توظيف للأساليب الحديثة في العرض، بهدف التعرف علي الفروق بينهم في مستوي التذكر.

وبناءً علي الإطار النظري الذي وظفته الدراسة، نستعرض **النموذج الإجرائي** الذي يوضح العلاقة بين متغيرات الدراسة، حيث يتمثل **المتغير المستقل** في التطبيقات التفاعلية التي تتيحها المطوية الإلكترونية في عرض المحتوي، وأثره علي **المتغير التابع** وهو تدعيم آليات التلقي بمكوناته الذهنية "التفسير والتأويل – التذكر"، والانفعالية والتي تتعلق بمشاركة المتلقي في الإضافة إلي المحتوي (ملء الفراغات النصية، والتعبير عن جمالية تلقيه) ، وفيما يلي شكل توضيحي للنموذج:



شكل (١) النموذج الإجرائي للدراسة

تساؤلات الدراسة

تسعي الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

١- ما اتجاهات المبحوثين نحو طريقة عرض وتقديم المحتوي في كلاً من المطوية الورقية والإلكترونية ؟

٢- ما تأثير طريقة تقديم المحتوي بمطويتي الدراسة (ورقي– إلكتروني) علي فهم واستيعاب المبحوثين للمضمون المقدم ؟

٣- ما تأثير طريقة تقديم المحتوي بمطويتي الدراسة (ورقي– إلكتروني) علي درجة تذكر المبحوثين للمضمون المقدم ؟

٤- ما تقييم المبحوثين لتجربة تصفح مطويتي الدراسة من حيث كونها (ممتعة – معتدلة – مُحبطة) ؟

٥- كيف تفاعل المبحوثين مع المحتوي المقدم بالمطوية الإلكترونية أثناء التصفح، وبعد الانتهاء من التصفح؟

٦- ما اتجاهات مجموعة المطوية الإلكترونية نحو تأثير: تعدد مفاتيح التأويل، حرية التنقل والإبحار، القدرة على التشكيل والتحكم في تصفح المادة المعروضة بالمطوية الإلكترونية؟

٧- كيف ساهمت المطوية الإلكترونية في إثارة ردود أفعال المبحوثين وإفساح المجال لهم للمشاركة في الإضافة للمحتوي والكشف عن جمالية تلقيه؟

فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعتي الدراسة في متوسط اتجاهاتهم نحو طريقة تقديم المحتوي في كلاً من المطوية الورقية والإلكترونية.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط فهم واستيعاب مجموعتي الدراسة لمحتوي التوعية المقدم في كلاً من المطوية الورقية والإلكترونية.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط تذكر مجموعتي الدراسة لمحتوي التوعية المقدم في كلاً من المطوية الورقية والإلكترونية.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعتي الدراسة في متوسط تقييمهم لتجربة تصفح كلاً من المطوية الورقية والإلكترونية.

نوع الدراسة ومنهجها

تنتمي هذه الدراسة إلي نمط الدراسات شبه التجريبية، التي تبحث في العلاقات السببية بين المتغيرات عن طريق ضبط المتغيرات أو البيئة المحيطة بالفرد المبحوث باعتبار أن المتغير المستقل قد يكون سبباً في وجود مستوي محدداً للاتجاه أو تغير في حركة هذا الاتجاه لدي المجموعات التجريبية[٥٨]، وتعتمد الدراسة علي المنهج شبه التجريبي من خلال أسلوب القياس البعدي المقارن الذي يقوم علي المقارنة في وقت واحد بين الجماعة التجريبية والضابطة بعد تعرض التجريبية للمثير أو المتغير المستقل، ثم قياس التغير في الجماعتين بعد التعرض[٥٩].

إجراءات الدراسة شبه التجريبية

أولاً: اختيار وبناء المادة التجريبية :

تم اختيار المادة التجريبية في مجال التوعية الصحية، للتوعية بأهمية **اللقاحات** ودورها في الحماية من خطر الإصابة بالأمراض، حيث يعتبر من أهم الموضوعات التي شغلت الرأي العام مؤخراً وخاصة بعد ظهور جائحة فيروس كورونا.

ولبناء المادة التجريبية تم جمع المادة العلمية من المواقع الإلكترونية الآتية: "موقع وزارة الصحة المصرية[٦٠]، موقع اليونيسيف[٦١]، وموقع منظمة الصحة العالمية[٦٢]" وتضمن

المحتوي محاور عن: (أهمية اللقاحات ومدي مساهمتها في القضاء علي الأمراض - كيف تعمل اللقاحات داخل جسم الإنسان- كيف يتم تطوير اللقاحات الجديدة ومراحل تجريبها) وتم تصميم مطويتين أحدهما ورقية والأخرى إلكترونية تفاعلية، بحيث تشتملان علي نفس المحتوي مع الاختلاف في أسلوب وطريقة العرض، وذلك علي النحو التالي:

(١) <u>المطوية الإلكترونية</u>

تكونت المطوية الإلكترونية التفاعلية من خمس صفحات، احتوت الصفحة الأولي وهي "صفحة الغلاف" علي عنوان المطوية وصورة الغلاف، واحتوت الصفحة الثانية علي مقدمة ثم عرض لفيديو– عند الضغط عليه ينقل المستخدم إلي صفحة الفيديو علي موقع اليوتيوب- عن لقاح الحصبة وشلل الأطفال وشرح لكيفية عمل اللقاحات داخل جسم الإنسان، واحتوت الصفحة الثالثة والرابعة علي عرض لكيفية تطوير اللقاحات الجديدة ومراحل تجريبها، وأخيراً تضمنت الصفحة الأخيرة خاتمة المطوية والرابط التشعبي الذي تم توظيفه في كلمة "المناعة المجتمعية" بحيث عند الضغط عليه ينقل المستخدم إلي الصفحة التي تحوي معلومات عن المناعة المجتمعية، وفيما يلي عرض لصفحات المطوية الإلكترونية التي تم تصميمها ووضعها علي موقع إلكتروني تم انشاؤه لهذا الغرض[٦٣]:

(١)

(٢)

(٣)

(٤)

(٥)

شكل (٢) صفحات المطوية الإلكترونية

(٢) المطوية الورقية

تكونت المطوية الورقية من وجهين، احتوي الوجه الأول علي مقدمة كما في المطوية الإلكترونية، بالإضافة إلي معلومات عن لقاح الحصبة وشلل الأطفال، وشرح لكيفية عمل اللقاح داخل جسم الإنسان– وهي نفس المعلومات التي احتواها الفيديو في المطوية

الإلكترونية ولكن تم كتابتها في صورة نصية- ثم عرض لمراحل تطوير اللقاحات الجديدة، والتي تم استكمالها في الوجه الآخر للمطوية، والذي تضمن الغلاف أيضاً، وفيما يلي عرض للمطوية الورقية التي تم طباعتها علي الوجهين ثم طيها وتوزيعها علي المبحوثين.

الوجه الأول

الوجه الثاني

شكل (٣) المطوية الورقية

ثانياً: تصميم التجربة

تم إجراء التجربة من خلال تقسيم المبحوثين إلي مجموعتين؛ المجموعة الأولي التي وُزعت عليها المطوية الورقية، والمجموعة الثانية التي تعرضت للمطوية الإلكترونية التفاعلية علي شبكة الإنترنت، حيث تم نسخ عنوان الموقع الإلكتروني الذي يحوي المطوية الإلكترونية ووضعه علي صفحة فيسبوك ليتسنى للمبحوثين وضع تعليقاتهم وآرائهم علي المطوية بعد الانتهاء من تصفحها علي الموقع.

وبعد الانتهاء من التعرض، تم توزيع الاستبيان علي المجموعتين لقياس تأثير اختلاف أسلوب العرض بمطويتي الدراسة علي آلية تلقي المبحوثين للمحتوي وعلي تحفيزهم علي التفاعل معه .

مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في فئة "الشباب الجامعي" وتم تطبيق الدراسة علي طلاب كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال بجامعة جنوب الوادي، وذلك يرجع إلي طبيعة دراستهم التي تجعلهم أكثر اهتماماً بالمضامين التي تبث عبر وسائل الاعلام، بالإضافة الي وجود تجانس بينهم من حيث السن، وسهولة قربهم من المعامل التي تم تطبيق تجربة الدراسة بها.

وتم تطبيق الدراسة علي عينة عمدية بلغت (٦٠) مفردة من طلاب وطالبات الفرقة الثالثة بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، وتم تقسيمهم إلي مجموعتين كل مجموعة (٣٠) مفردة ، بحيث تتعرض المجموعة الأولي للمطوية الإلكترونية، والمجموعة الثانية للمطوية الورقية.

أدوات الدراسة

تم جمع البيانات عن طريق استمارتي استقصاء: استمارة موجهة لمجموعة المطوية الإلكترونية واستمارة موجهة لمجموعة المطوية الورقية، واحتوت كلاً من الاستمارتين علي المحاور الآتية: "تحديد مدي فهم واستيعاب المبحوثين للمحتوي المقدم، تقييم اتجاهاتهم نحو طريقة عرض المحتوي، قياس مستوي تذكرهم للمحتوي، تقييم تجربتهم في تصفح المطوية".

أما بالنسبة للاستمارة الموجهة لمجموعة المطوية الإلكترونية، فتم إضافة بعض المحاور إليها، والتي تتعلق باتجاه المبحوثين نحو تأثير توظيف التطبيقات التفاعلية في المطوية والتي تمثلت في: "الاتجاه نحو تعدد مفاتيح التأويل في المطوية، الاتجاه نحو توافر حرية التنقل والإبحار في المطوية، الاتجاه نحو القدرة علي تشكيل النص والتحكم في تصفح المادة المعروضة بالمطوية، الاتجاه نحو القدرة علي التعليق علي المطوية" .

مقاييس الدراسة

* **مقياس مستوي تذكر المبحوثين للمحتوي المقدم بمطويتي الدراسة:** اشتمل المقياس علي (٥) أسئلة "اختيار من متعدد" لكل سؤال ثلاثة خيارات بينهما إجابة واحدة صحيحة والباقي إجابات خاطئة، بحيث توضع "درجة واحدة" للإجابة الصحيحة و"صفر" للإجابة الخاطئة، وبالتالي فإن الحصول علي درجة (٥-٤) يشير إلي درجة تذكر مرتفعة، ودرجة (٣-٢) تشير إلي درجة تذكر متوسطة، ودرجة (١-٠) تشير إلي درجة تذكر منخفضة.

أما بالنسبة للمقاييس المستخدمة في استمارة الاستقصاء، فتم استخدام مقياس ليكرت الثلاثي في مواضع عدة من استمارتي الدراسة كما هو موضح بالجدول (١):

جدول (١) مستويات وقيم وفئات متوسط مقياس ليكرت الثلاثي

المستوي (الاتجاه)	القيمة	فئة المتوسط
محبطة / صعب / بدرجة ضعيفة / غير موافق	١	من ١ إلي أقل من ١.٦٧
معتدلة / متوسط / بدرجة متوسطة / محايد	٢	من ١.٦٧ إلي أقل من ٢.٣٤
ممتعة / سهل / بدرجة عالية / موافق	٣	من ٢.٣٤ إلي ٣.٠٠

اجراءات الصدق والثبات

الصدق: تم استخدام معامل الارتباط الخطي البسيط للتحقق من دلالة العلاقة بين الدرجة الكلية ودرجة كل عبارة وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول (٢) دلالة الارتباط الخطي بين العبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه

المقياس / المحور	العبارة	المطوية الالكترونية			المطوية الورقية		
		ارتباط بيرسون	القيمة الاحتمالية	الدلالة الإحصائية	ارتباط بيرسون	القيمة الاحتمالية	الدلالة الإحصائية
طريقة عرض المحتوي بالمطوية	١	٠.٧٤٥	٠.٠٠٠	دال	٠.٦٩٨	٠.٠٠٠	دال
	٢	٠.٥٠٦	٠.٠٠٤	دال	٠.٦٢٣	٠.٠٠٠	دال
	٣	٠.٤٨٥	٠.٠٠٦	دال	٠.٦٦١	٠.٠٠٠	دال
	٤	٠.٥٧٧	٠.٠٠٠	دال	٠.٦٤٣	٠.٠٠٠	دال
	٥	٠.٦٦٤	٠.٠٠٠	دال	٠.٧٦١	٠.٠٠٠	دال
	٦	٠.٤٩٨	٠.٠٠٥	دال	٠.٦٤٣	٠.٠٠٠	دال
	٧	٠.٤٥٥	٠.٠٠٦	دال	٠.٧٢١	٠.٠٠٠	دال
تعدد مفاتيح تأويل النص	١	٠.٦٢٣	٠.٠٠٠				
	٢	٠.٨٦٤	٠.٠٠٠				
	٣	٠.٦٥٥	٠.٠٠٠				
الإبحار في النص	١	٠.٧٧٩	٠.٠٠٠				
	٢	٠.٦٦٩	٠.٠٠٠				
	٣	٠.٦٩٠	٠.٠٠٠				

وتعد قيم معامل الارتباط في الجدول دليلاً علي تحقق صدق الاتساق الداخلي لمحاور الاستبانة حيث تراوحت القيمة الاحتمالية ما بين (٠.٠٠٠-٠.٠٠٦) وهي بذلك أقل من مستوي معنوية ٠.٠٥ وبالتالي يمكن القول بدلالة علاقة الارتباط بين درجة العبارة والدرجة الكلية للمحور المناظر.

الثبات: يتضح من نتائج الجدول التالي وجود مستوي ثبات مقبول لمحاور الاستبانة حيث تراوحت قيم معامل الفا كرونباخ ما بين (٠.٧٣٢-٠.٧٩٨).

جدول (٣) مستوي ثبات محاور الاستبانة

المقياس / المحور	عدد العبارات	المطوية الالكترونية		المطوية الورقية	
		معامل الفا	مستوي الثبات	معامل الفا	مستوي الثبات
طريقه عرض المحتوي بالمطوية	٧	٠.٧٣٢	مقبول	٠.٧٩٨	مقبول
تعدد مفاتيح تأويل النص	٣	٠.٧٣٧	مقبول		
الإبحار في النص	٣	٠.٧٧٤	مقبول		

المعالجة الاحصائية للبيانات

تم إجراء التحليل الإحصائي باستخدام برنامج الحزم الإحصائية SPSS لاستخراج الجداول التكرارية وقيم المتوسطات وقيم الانحرافات المعيارية، وفيما يلي الأساليب الاحصائية المستخدمة:

-التكرارات البسيطة والنسب المئوية

-المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

-معامل الارتباط الخطي لبيرسون.

-معامل الفا كرونباخ.

-اختبار (ت) لعينتين مستقلتين باستخدام ذيل واحد فقط One-Tailed Two independent Samples T-Test.

المفاهيم والتعريفات الإجرائية للدراسة

-**أدوات التوعية الإلكترونية**: يُقصد بها في الدراسة "المطوية الإلكترونية" التي تُستخدم لتقديم رسائل التوعية الإعلامية، والتي توظف المزايا والإمكانيات التي تتيحها تكنولوجيا الإعلام الجديد.

-**آليات التلقي**: يشتق مصطلح التلقي من الفعل اللاتيني Recipere بمعني تلقي واستقبل[٦٤] وهو يضم في جوهره العناصر المكونة للفعل الذي يمارسه المتلقي بمكوناته الذهنية والانفعالية لتفسير وتأويل مختلف الرسائل الاتصالية والإعلامية التي يتم التعرض إليها.[٦٥]

ويُقصد به إجرائياً الطريقة أو الأسلوب الذي اتبعه المبحوثين في قراءة المحتوي المقدم بالمطوية، بحيث يشمل جميع النشاطات التي يُظهرها المبحوث في تعامله مع المحتوي، بدءاً بتفاعله مع الرسالة الاتصالية ذهنياً للقيام بتفسير وتأويل المحتوي حتي مشاركته في بناءه واستكماله بإضافة تعليقاته وردود أفعاله عليه.

-**التأويل**: هو عملية تفسير المعلومات وتكوين التصورات من خلال الكشف عن المعني الخفي للرسالة، فهو عملية تتجاوز مجرد تفكيك الرموز إلي البحث عن المعني الكامن في النص [٦٦] ويختلف تأويل النص الورقي عن النص الرقمي، فالنص الورقي هو نص مبني مسبقاً من قبل المؤلف، وما علي المتلقي إلا تلقيه كما هو ومن ثم تأويله؛ أي بناء النص الورقي وتلقيه يسبقا التأويل، بينما في النص الرقمي يبني المتلقي النص نفسه أثناء تأويله؛ فهو يفكر أثناء التلقي ويخطط قبل أن يلج رابطاً معيناً، ومن خلال تأويله يختار الرابط المناسب من بين الروابط المقترحة، ومن هنا يكون البناء والتأويل في النص الرقمي خطان متوازنان ويتعلق كل منهما بالآخر[٦٧].

-**إنتاج المعني**: ينتج المعني من خلال التفاعل واللقاء بين نصيين، النص المقروء ونص القارئ؛ من خلال استراتيجية القراءة التي تتفاعل فيها معارف القارئ القبلية ومعارف النص الجديد، مما يفسر الدينامية المستمرة لعملية توليد المعني[٦٨] وتختلف عملية إنتاج المعني في

النص الورقي عن النص الرقمي، ففي النص الورقي يعتبر القارئ مشاركاً في إنتاج معني النص - والإنتاج هنا معنوي وليس حقيقياً- فمعني النص يظل غائباً حتي يُقبل القارئ عليه فيشكل هذا المعني ويولده عن طريق فعل القراءة، لكن في حالة النص الرقمي؛ فسمحت التكنولوجيا الحديثة للمتلقي ان يشارك في كتابة النص وتشكيل بنيته من حيث الشكل وليس من حيث المعني فقط.(٦٩)

الإطار المعرفي للدراسة

أولاً: التوعية الإعلامية عبر تكنولوجيا الإعلام الجديد

إن استخدام الإعلام في مجال صناعة الوعي المجتمعي من أهم السمات البارزة في عصرنا الحالي، لما له من دور فعال في معالجة المشكلات والقضايا التي تهدد حياة الفرد وتمنعه من التقدم وتحقيق التنمية(٧٠)، ولا يمكننا أن ننكر الدور الفعال لتكنولوجيا الإعلام الجديد في نشر الأفكار والتوعية الاجتماعية، حيث توفر الوسائط الرقمية الحديثة امكانيات هائلة تساعد علي تحقيق أهداف برامج التوعية؛ حيث تسمح بعرض المحتوي عبر وسائط متعددة غنية وتفاعلية تمكن المتلقي من التفاعل مع المحتوي(٧١)، واختيار طريقة العرض المناسبة وتقييم المعلومات الواردة(٧٢) كما إنها تسمح بإمكانية إنشاء محتوى خاص لكل مستخدم – ذات صلة بموضوع الحملة أو القضية المثارة- والمشاركة بنشاط مع المستخدمين الآخرين، على عكس قنوات الإعلام التقليدية (٧٣)، بالإضافة إلي سهولة وصول الجمهور إلي هذه الخيارات المتاحة من التكنولوجيا(٧٤) وإمكانية إنتاج ونشر المحتوى على مجموعة متنوعة من منصات الوسائط التفاعلية والتشاركية(٧٥) مما يعمل علي زيادة فعالية التوعية عبر هذه الوسائل؛ حيث يؤثر حجم وطبيعة الاتصال المستخدم علي تحقيق الأهداف المرجوة، مما يستلزم اختيار وسائط أكثر ثراءً.(٧٦)

ومن أهم الأدوات التي تستخدم في مجال التوعية الإعلامية **"المطوية"**، حيث تتميز بأنها وسيلة بسيطة لتقديم معلومات مختصرة حول موضوع محدد(٧٧) تتناوله بالشرح بأسلوب سهل ومفهوم للجمهور المستهدف، كما تعد من أفضل الوسائل التي تستخدم لعرض النصائح والإرشادات(٧٨).

وهناك مجموعة من الخصائص التي يجب توافرها في المطوية مثل: العمل علي جذب الانتباه وتعزيز ما يثير اهتمام المتلقي، وتحقيق سهولة فهم ما يرد فيها من معلومات في وقت قصير ودون بذل أي مجهود، بالإضافة إلي قدرتها علي تحقيق الإقناع بأن تكون المعلومات الواردة بها منطقية ورسالتها مقنعة، وأخيراً التحفيز علي التصرف كأن تدفع المتلقي إلي القيام بفعل معين أو تغيير سلوك محدد(٧٩).

ومع توافر استخدام الحواسيب والهواتف الذكية أصبح بالإمكان إنتاج **المطوية الإلكترونية** بالاعتماد علي المزايا التي توفرها هذه الأجهزة والتقنيات الحديثة، فقد سهّلت من عملية تنفيذها بسبب سرعتها في الإنتاج، ودقة بياناتها، وإمكانية إنشاءها بالشكل المطلوب بكفاءة عالية، بالإضافة إلي مزايا الاحتفاظ بها كنسخة إلكترونية ونشرها من خلال مواقع الإنترنت المختلفة(٨٠)

ثانياً: آليات تلقي الخطاب الاتصالي الرقمي

لقد شكلت مميزات الإعلام الجديد وتطبيقاته نقلة نوعية في عملية تلقي الخطاب الاتصالي وتغيير علاقة الجمهور بوسائل الإعلام والاتصال(٨١) فلم تعد كلمة "قارئ" تصلح للتعبير عن المتلقي الرقمي لأن فعل القراءة أصبح جزءاً من أجزاء المهام المسندة إليه، فالقارئ بات مع الوسيط الجديد قارئاً ومشاهداً وسامعاً وهو يتفاعل مع النص الرقمي(٨٢) وفرضت هذه التقنية مجموعة من الخصائص والإمكانيات ميزت الخطاب الاتصالي الرقمي، وهي:

١-**تعدد مفاتيح تأويل النص**: لم يعد تأويل النص يقتصر علي الكلمات بإيحاءاتها ودلالاتها التعبيرية، بل انفتح النص وانفتحت معه مفاتيح التأويل لتشمل جميع العناصر السمعية والبصرية المرافقة، فتصبح الحركة ذات معني والألوان ذات دلالة والخط ذا قيمة.(٨٣)

٢-**التمركز حول المتلقي**: إن الإبداع الرقمي متمركز حول المتلقي لا حول المؤلف ولا حول النص، فهو يمنح القارئ مساحة تساوي مساحة المؤلف الأصلي للنص أو تزيد عنها(٨٤) حيث يسمح المحتوى التفاعلي لكل مستخدم بالمشاركة بنشاط والإضافة للمحتوي بدلاً من مشاهدة المواد المعروضة عليه بشكل سلبي(٨٥) مما يحقق التفاعلية وينتج عنه نتائج مثمرة للمتلقي(٨٦)

٣-**القابلية للتنوع**: أصبح من السهل إحداث تغييرات في النص وتعديل حجم الصفحات والصور والرسومات، أو تحريكها، أو خلق عوالم افتراضية أو ثلاثية منها،(٨٧) بالإضافة الي سهولة استخدام أشكال المعلومات الرقمية وفقًا لاحتياجات المتلقين ووفقاً لمتطلبات عملية القراءة(٨٨)

٤-**حرية المتلقي في دخوله عالم النص**: أصبح التنقل في المحتوي يتم بطريقة غير خطية، فيستطيع المستخدم أن يختار نقطة البداية التي ينطلق منها والمسار الذي ينتهجه ونقطة النهاية التي يريد التوقف عندها (٨٩) حيث أن المؤلف يبني نصه علي أساس ألا تكون له بداية واحدة ولا نهاية موحدة، فتعدد المسارات يعني تعدد الخيارات المتاحة أمام المتلقي(٩٠) وباستخدام النص التشعبي يمكن ربط مستندات مختلفة ببعضها كما يمكن ربط أجزاء مختلفة من نفس المستند (٩١)

٥-**الجاذبية:** للنص الرقمي مهارته الفائقة علي إيصال المعني بقدرة أكبر وأكثر جاذبية نظراً للخصائص التقنية العالية التي تتمتع بها الوسائل الحاملة للنص مثل: الحاسوب، الهاتف الخلوي وغيرها، فأصبح بالإمكان الاستماع إلي كلمات النص بدلاً من قراءته والتحكم بذلك حسب رغبات المتلقي، ويتناسب ذلك مع مصطلح التلقي أكثر من مصطلح القراءة.(٩٢)

النتائج العامة للدراسة شبه التجريبية

أولاً: الأسئلة الموجهة لمجموعتي الدراسة

١-اتجاهات المبحوثين نحو طريقة عرض وتقديم المحتوي بمطويتي الدراسة

جدول (٤) اتجاهات مجموعتي الدراسة نحو طريقة عرض المحتوي

طريقة العرض	المجموعة	درجة التوافر						المتوسط	الانحراف المعياري	اتجاه درجة التوافر	الترتيب
		ضعيفة		متوسطة		عالية					
		ك	%	ك	%	ك	%				
تتوافر بالمطوية عناصر التشويق وجذب الانتباه	الورقية	٨	٢٦.٦	١١	٣٦.٧	١١	٣٦.٧	٢.٤٣	١.٧٩	عالية	٣
	الإلكترونية	١	٣.٣	١٤	٤٦.٧	١٥	٥٠	٢.٤٧	٠.٥٧	عالية	٧
تعبر المطوية عن أفكارها بوضوح	الورقية	١	٣.٣	٨	٢٦.٧	٢١	٧٠	٢.٦٧	٠.٥٥	عالية	١
	الإلكترونية	٢	٦.٧	٧	٢٣.٣	٢١	٧٠	٢.٦٣	٠.٦١	عالية	٥
تستخدم المطوية أساليب متعددة ومقنعة	الورقية	٩	٣٠	١٠	٣٣.٣	١١	٣٦.٧	٢.٠٧	٠.٨٣	متوسطة	٧
	الإلكترونية	١	٣.٣	٧	٢٣.٣	٢٢	٧٣.٣	٢.٧٠	٠.٥٣	عالية	٢
يعكس تصميم المطوية أبعاد جمالية وفنية عالية	الورقية	٤	١٣.٣	٢٠	٦٦.٧	٦	٢٠	٢.٠٧	٠.٥٨	متوسطة	٦
	الإلكترونية	٠	٠	١٤	٤٦.٧	١٦	٥٣.٣	٢.٥٣	٠.٥١	عالية	٦
الوسائط المستخدمة تم توظيفها بطريقة تخدم المحتوي	الورقية	٣	١٠	١٣	٤٣.٣	١٤	٤٦.٧	٢.٣٧	٠.٦٧	عالية	٤
	الإلكترونية	١	٣.٣	٤	١٣.٣	٢٥	٨٣.٣	٢.٨٠	٠.٤٨	عالية	١
يُعرض المحتوي بتسلسل وتتابع منطقي يسهل استيعابه	الورقية	٠	٠	١٣	٤٣.٣	١٧	٥٦.٧	٢.٥٧	٠.٥٠	عالية	٢
	الإلكترونية	١	٣.٣	٨	٢٦.٧	٢١	٧٠	٢.٦٧	٠.٥٥	عالية	٤
ساعد تصميم المطوية علي اكسابها الشكل الملائم للعصر	الورقية	٦	٢٠	١٤	٤٦.٧	١٠	٣٣.٣	٢.١٣	٠.٧٣	متوسطة	٥
	الإلكترونية	٠	٠	٩	٣٠	٢١	٧٠	٢.٧٠	٠.٤٧	عالية	٣
بشكل عام	مجموعة المطوية الورقية							٢.٣٠	٠.٤٦	متوسطة	-
	مجموعة المطوية الالكترونية							٢.٦٣	٠.٢٤	عالية	-

يتضح من بيانات الجدول السابق أن متوسط اتجاه مجموعة المطوية الإلكترونية نحو طريقة عرض المحتوي بلغ (٢.٦٣) بشكل عام، وتراوحت المتوسطات الحسابية لجميع العبارات ما بين (٢.٤٧ – ٢.٨٠) وجاءت في المرتبة الأولي العبارة " الوسائط المستخدمة تم توظيفها بطريقة تخدم المحتوي" بمتوسط (٢.٨٠) تلتها العبارتان " ساعد تصميم المطوية علي اكسابها الشكل الملائم للعصر" و "تستخدم المطوية أساليب متعددة ومقنعة" بنفس قيمة المتوسط الحسابي (٢.٧٠) ثم تلتها العبارة " يُعرض المحتوي بتسلسل وتتابع منطقي يسهل استيعابه" بمتوسط (٢.٦٧) وتلتها العبارة " تعبر المطوية عن أفكارها بوضوح" بمتوسط (٢.٦٣) وفي المرتبة قبل الاخيرة جاءت العبارة "يعكس تصميم المطوية أبعاد جمالية وفنية عالية" بمتوسط (٢.٥٣) ثم جاءت العبارة " تتوافر بالمطوية عناصر التشويق وجذب الانتباه" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (٢.٤٧).

أما بالنسبة للمطوية الورقية، فتراوحت المتوسطات الحسابية لجميع العبارات ما بين (٢.٠٧- ٢.٦٧) وجاءت في المرتبة الأولي العبارة " تعبر المطوية عن أفكارها بوضوح" بمتوسط (٢.٦٧) تلتها العبارة " يُعرض المحتوي بتسلسل وتتابع منطقي يسهل استيعابه" بمتوسط (٢.٥٧) تلتها " تتوافر بالمطوية عناصر التشويق وجذب الانتباه" بمتوسط (٢.٤٣) تلتها العبارة " الوسائط المستخدمة تم توظيفها بطريقة تخدم المحتوي" بمتوسط (٢.٣٧) ثم

تلتها العبارة " ساعد تصميم المطوية علي اكسابها الشكل الملائم للعصر" بمتوسط (٢.١٣) ثم جاءت العبارتان " يعكس تصميم المطوية أبعاد جمالية وفنية عالية" و " تستخدم المطوية أساليب متعددة ومقنعة" في المرتبة الأخيرة بنفس قيمة المتوسط الحسابي (٢.٠٧).

ومن خلال ترتيب العبارات السابقة يتضح لنا أن العبارات التي جاءت في ترتيب متقدم لدي مجموعة المطوية الإلكترونية تتعلق بتعدد الوسائط المستخدمة في المطوية وقوة تأثيرها علي الشكل والمضمون وعلي اكساب المطوية الشكل العصري، ولمجموعة المطوية الورقية جاءت العبارات التي تتعلق بصياغة المحتوي بطريقة واضحة وعرضه بترتيب وتسلسل منطقي، وجاء متوسط اتجاه طريقة عرض المحتوي للمطوية الإلكترونية بشكل عام (٢.٦٣) أكبر من متوسط اتجاه طريقة عرض المطوية الورقية (٢.٣٠) .

٢-مدي فهم واستيعاب المبحوثين للمحتوي المقدم بمطويتي الدراسة

جدول (٥) مدي فهم واستيعاب المحتوي لدي مجموعتي الدراسة

المجموعة	المحتوي						المتوسط	الانحراف المعياري	اتجاه مدي الفهم
	سهل		متوسط		صعب				
	ك	%	ك	%	ك	%			
مجموعة المطوية الورقية	١٣	٤٠	١٣	٤٣.٣	٥	١٦.٧	٢.٢٣	٠.٧٣	متوسط
مجموعة المطوية الإلكترونية	١٩	٦٣.٣	١٠	٣٣.٣	١	٣.٣	٢.٦	٠.٥٦	سهل

يتضح من بيانات الجدول السابق ارتفاع متوسط استيعاب المحتوي لدي مجموعة المطوية الإلكترونية عن مجموعة المطوية الورقية، حيث أشارت نسبة (٦٣.٣%) من مجموعة المطوية الإلكترونية الي سهولة استيعاب المحتوي المقدم، في حين كشفت نسبة قليلة لا تتعدي (٣.٣%) عن صعوبته، وفي المقابل أشارت نسبة (٤٠%) من مجموعة المطوية الورقية إلي سهولة استيعاب المحتوي، بينما اشارت نسبة (١٦.٧%) إلي صعوبته، ويمكن تفسير ذلك لاعتماد المطوية الإلكترونية علي الأساليب المتعددة في العرض مما انعكس علي قدرتها علي زيادة فهم المعلومات الواردة بها، **وتدعم هذه النتيجة ما أشارت إليه نظرية التلقي المزدوج في أن العقل البشري يتقبل المعلومات بشكل أفضل عندما يتم تقديمها في صورة لفظية ومرئية معاً، وذلك مقارنة مما يحدث عندما يواجه بمعلومات نصية فقط.**

٣- مستوي تذكر المبحوثين للمعلومات الواردة بمطويتي الدراسة

جدول (٦) أسئلة قياس مستوي التذكر للمعلومات الواردة بمطويتي الدراسة

السؤال	بدائل الإجابة	مجموعة المطوية الورقية		مجموعة المطوية الإلكترونية	
		ك	%	ك	%
تنقذ اللقاحات حياة ما بين ..... شخص كل عام.	٢ إلي ٣ الاف	٥	١٦.٧	١	٣.٣
	٢ إلي ٣ ملايين	٢٣	٧٦.٦	٢٥	٨٣.٤
	٢ إلي ٣ مليارات	٢	٦.٧	٤	١٣.٣

يُختبر اللقاح التجريبي أولاً علي ..... لتقييم مأمونيته وقدرته علي الوقاية من المرض.	الحشرات	٤	١٣.٣	٠	٠
	الحيوانات	٢٦	٨٦.٧	٣٠	١٠٠
	الإنسان	٠	٠	٠	٠
أعلنت منظمة الصحة العالمية أن مصر خالية من مرض شلل الأطفال عام	٢٠٠٢	٢	٦.٧	١	٣.٣
	٢٠٠٤	٧	٢٣.٣	٢	٦.٧
	٢٠٠٦	٢١	٧٠	٢٧	٩٠
تُجري اختبارات لتقييم فعالية اللقاح الجديد علي مدي ..... مراحل متتابعة.	ثلاث	٢٩	٩٦.٧	٢٦	٨٦.٧
	أربع	١	٣.٣	٣	١٠
	خمس	٠	٠	١	٣.٣
ما بين عام (٢٠٠٠-٢٠١٨) منع لقاح الحصبة أكثر من ..... وفاة في العالم.	٢٣ مليون	١٧	٥٦.٧	٢٤	٨٠
	٢٤ مليون	٤	١٣.٣	٠	٠
	٢٥ مليون	٩	٣٠	٦	٢٠
مجموع الإجابات الصحيحة		١١٦	٧٧.٣	١٣٢	٨٨

تشير بيانات الجدول السابق إلي ما يلي:

-جاءت النسبة الأعلى في إجابة السؤال الأول للاختيار "٢ إلي ٣ ملايين" بنسبة (٨٣.٤%) لدي مجموعة المطوية الإلكترونية، وبنسبة (٧٦.٦%) لدي مجموعة المطوية الورقية.

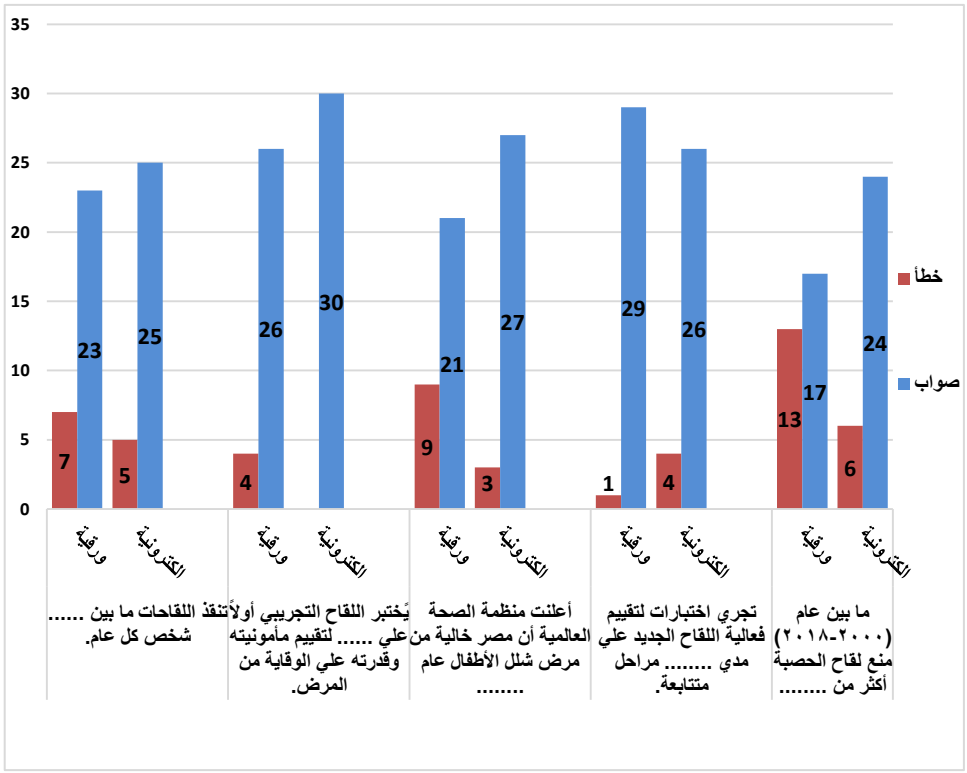
-جاءت أعلي نسبة للاختيار "الحيوانات" في السؤال الثاني بنسبة (١٠٠%) حيث تم اختياره من قبل جميع أفراد مجموعة المطوية الإلكترونية ، وبنسبة (٨٦.٧%) من مجموعة المطوية الورقية.

-كانت النسبة الأعلى في السؤال الثالث للاختيار "٢٠٠٦" بنسبة (٩٠%) لدي مجموعة المطوية الإلكترونية وبنسبة (٧٠%) لدي مجموعة المطوية الورقية.

-وبالنسبة للسؤال الرابع جاءت أعلي نسبة للاختيار "ثلاث" بنسبة (٩٦.٧%) لدي مجموعة المطوية الورقية، وبنسبة (٨٦.٧%) لدي مجموعة المطوية الإلكترونية

-وجاءت النسبة الأعلى في إجابة السؤال الخامس للاختيار "٢٣ مليون" لدي مجموعة المطوية الإلكترونية بنسبة (٨٠%)، ولدي مجموعة المطوية الورقية بنسبة (٥٦.٧%).

ويوضح الشكل (٤) مدي صحة إجابات المبحوثين علي كل عبارة من العبارات المخصصة لقياس مستوي التذكر:



شكل(٤) تصنيف مدي صحة إجابات المبحوثين علي العبارات المخصصة لقياس مستوي التذكر

من بيانات الشكل السابق يتضح أنه توجد أربع عبارات من أصل خمس تفوقت فيها مجموعة المطوية الإلكترونية علي مجموعة المطوية الورقية من حيث معدل الإجابات الصحيحة.

كما يوضح الجدول التالي توزيع مجموعتي الدراسة وفقاً لمستويات مقياس التذكر الذي وضعته الدراسة :

جدول (٧) توزيع مجموعتي الدراسة وفقاً لمستويات مقياس التذكر

مستوي التذكر	مجموعة المطوية الورقية		مجموعة المطوية الإلكترونية	
	ك	%	ك	%
مستوي تذكر منخفض	١	٣.٣	٠	٠
مستوي تذكر متوسط	١٠	٣٣.٣	٤	١٣.٣
مستوي تذكر مرتفع	١٩	٦٣.٤	٢٦	٨٦.٧
المجموع	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلي ارتفاع مستوي التذكر لدي المجموعة التي تعرضت للمطوية الإلكترونية حيث حصلت علي نسبة (٨٦.٧%) في مستوي التذكر المرتفع وعلي نسبة (١٣.٣%) في مستوي التذكر المتوسط، وهي أعلي من مجموعة المطوية الورقية التي

حصلت علي نسبة (٦٣.٤%) في مستوي التذكر المرتفع ونسبة (٣٣.٣) في مستوي التذكر المتوسط، ونسبة (٣.٣%) في مستوي التذكر المنخفض.

وبالتالي يتضح أن المطوية الإلكترونية كانت أكثر تأثيراً علي تذكر المبحوثين للمحتوي، وقد يرجع ذلك إلي عرض وتقديم المحتوي باستخدام الفيديو الذي يجمع بين العرض المسموع والمرئي بجانب استخدام النصوص والصور، فهذا التنوع في العرض ساعد علي تذكر وتثبيت المعلومات المقدمة، **وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه نظرية التلقي المزدوج في أن عملية التذكر تعتمد علي أسلوب تقديم المعلومات وطريقة تمثيلها، فالمعلومات التي تقدم لفظاً وصورة للفرد يكون تذكرها أسرع من تلك التي يتم تمثيلها من خلال أسلوب واحد من الترميز، كما أن الرسائل متعددة الوسائط تؤدي إلي تحفيز وظيفة الذاكرة وزيادة استدعاء المعلومات نظراً للمحفزات الحسية الإضافية الموجودة بها.**

٤-تقييم مجموعتي الدراسة لتجربة تصفح المطوية

جدول (٨) تقييم تجربة تصفح مجموعتي الدراسة للمطوية

المجموعة	التقييم						المتوسط	الانحراف المعياري	اتجاه التقييم
	ممتعة		معتدلة		محبطة				
	ك	%	ك	%	ك	%			
الورقية	١١	٣٦.٧	١٩	٦٣.٣	٠	٠	٢.٣٧	٠.٤٩	ممتعة
الإلكترونية	١٦	٥٣.٣	١٢	٤٠	٢	٦.٧	٢.٤٧	٠.٦٣	ممتعة

من بيانات الجدول السابق يتضح أن نسبة (٣٦.٧%) من مجموعة المطوية الورقية رأت أن تجربتهم في تصفح المطوية كانت ممتعة، ونسبة (٦٣.٣%) رأت أنها معتدلة، في حين أن نسبة (٥٣.٣%) من مجموعة المطوية الإلكترونية رأت أن تجربتهم في التصفح كانت ممتعة، ونسبة (٤٠%) رأت أنها معتدلة، أما نسبة (٦.٧%) فرأت أنها كانت محبطة، **وقد يرجع ذلك إلي اختلاف الأفراد في معدل رغبتهم تجاه تلقي المحتوي الرقمي، فهناك من يفضل التعامل بالوسائل التقليدية أو تلقي المحتوي بالطرق التقليدية.**

ثانياً: <u>الأسئلة الموجهة لمجموعة المطوية الإلكترونية فقط</u>

٥-مدي توظيف الأدوات التفاعلية في المطوية الإلكترونية

جدول (٩) درجة توظيف الأدوات التفاعلية عند عرض المطوية الالكترونية

درجة توظيف الأدوات التفاعلية						المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه
عالية		متوسطة		ضعيفة				
ك	%	ك	%	ك	%			
٢٢	٧٣.٣	٨	٢٦.٧	٠	٠	٢.٧٣	٠.٤٥	درجة عالية

من بيانات الجدول السابق يتضح أن نسبة (٧٣.٣%) من مجموعة المطوية الإلكترونية تري أن درجة توظيف الأدوات التفاعلية في المطوية جاء بدرجة عالية، ونسبة (٢٦.٧%) تري أنه بدرجة متوسطة، وبالتالي يتبين اتجاه غالبية أفراد العينة إلي التوظيف "بدرجة عالية".

٦-اتجاه مجموعة المطوية الإلكترونية نحو تأثير تعدد مفاتيح التفسير والتأويل بالمطوية

جدول (١٠) اتجاه المبحوثين نحو تأثير تعدد مفاتيح التأويل في المطوية

العبارات	الرأي						المتوسط	الانحراف المعياري	اتجاه الرأي	الترتيب
	موافق		محايد		غير موافق					
	ك	%	ك	%	ك	%				
توافر المؤثرات السمعية والبصرية عمل علي إثراء وتنوع المحتوي المقدم	٢٢	٧٣.٣	٨	٢٦.٧	٠	٠	٢.٧٣	٠.٤٥	موافق	١
توافر المؤثرات السمعية والبصرية جعل المعلومات المقدمة واضحة وسهلة الفهم	٢٢	٧٣.٣	٧	٢٣.٣	١	٣.٣	٢.٧٠	٠.٥٣	موافق	٢
توافر المؤثرات السمعية والبصرية عمل علي جذب الانتباه واثارة الحواس مما أثر علي عملية استنتاج المعني	١٩	٦٣.٣	١٠	٣٣.٣	١	٣.٣	٢.٦٠	٠.٥٦	موافق	٣
بشكل عام							٢.٦٨	٠.٣٦	موافق	-

من بيانات الجدول السابق يتضح أن الاتجاه العام لأفراد العينة التي تعرضت للمطوية الإلكترونية في صالح تأييد توافر تعدد مفاتيح التفسير والتأويل في المطوية أو توافر استخدام المؤثرات السمعية والبصرية، حيث جاءت جميع العبارات في الاتجاه الإيجابي وبلغت قيمة المتوسط الحسابي بشكل عام (٢.٦٨) ، وجاءت العبارة "توافر المؤثرات السمعية والبصرية عمل علي إثراء وتنوع المحتوي المقدم" في المرتبة الأولي بمتوسط (٢.٧٣) تلتها عبارة " توافر المؤثرات السمعية والبصرية جعل المعلومات المقدمة واضحة وسهلة الفهم" بمتوسط (٢.٧٠)، ثم عبارة " توافر المؤثرات السمعية والبصرية عمل علي جذب الانتباه وإثارة الحواس مما أثر علي عملية استنتاج المعني" في المرتبة الاخيرة بمتوسط (٢.٦٠).

وبالتالي فإن تنوع المؤثرات السمعية والبصرية المستخدمة في المطوية عمل علي جذب انتباه المبحوثين وإثارة اهتمامهم لمتابعة المحتوي، كما أن تنوع هذه المؤثرات أدي إلي تعدد مفاتيح التأويل والتفسير لأنها ترتبط بكيفية تفسير المبحوثين لمدلولات هذه المؤثرات مما يعطي مساحات أكبر للفهم والتأويل.

٧-اتجاه المبحوثين نحو تأثير توفير المطوية الإلكترونية لحرية التنقل والإبحار

جدول (١١) اتجاه المبحوثين نحو حرية التنقل والإبحار في المطوية الالكترونية

العبارات	الراي						المتوسط	الانحراف المعياري	اتجاه الرأي	الترتيب
	موافق		محايد		غير موافق					
	ك	%	ك	%	ك	%				
الروابط الخارجية اعطت حرية التنقل في الموضوع واتخاذ مسار الوصول إلى معلومات معينة	١٨	٦٠	١١	٣٦.٧	١	٣.٣	٢.٥٧	٠.٥٧	موافق	٢
الروابط الخارجية جعلت	١٩	٦٣.٣	١٠	٣٣.٣	١	٣.٣	٢.٦٠	٠.٥٦	موافق	١

عملية التصفح غير مملة ومنحت الشعور بالشغف لمعرفة ما تنطوي عليه									
حققت الروابط الخارجية سهولة وكفاءة الإبحار والحصول على معلومات ذات صلة بالموضوع	١٩	٦٣.٣	٩	٣٠	٢	٦.٧	٢.٥٧	٠.٦٣	موافق	٣
بشكل عام							٢.٥٨	٠.٣٦	موافق	-

تشير بيانات الجدول السابق إلي الاتجاه الايجابي للمبحوثين نحو حرية التنقل في المطوية والوصول الي معلومات معينة عبر الرابط التشعبي، وبلغت قيمة المتوسط الإجمالي (٢.٥٨) واحتلت العبارة " الروابط الخارجية جعلت عملية التصفح غير مملة ومنحت الشعور بالشغف لمعرفة ما تنطوي عليه" المرتبة الأولي بمتوسط (٢.٦٠) تلتها كلاً من العبارة " الروابط الخارجية أعطت حرية التنقل في الموضوع واتخاذ مسار الوصول إلى معلومات معينة" والعبارة " حققت الروابط الخارجية سهولة وكفاءة الإبحار والحصول على معلومات ذات صلة بالموضوع" بنفس قيمة المتوسط الحسابي (٢.٥٧).

وبالتالي يتضح أن وجود الرابط التشعبي بالمطوية سمح بإضافة معلومات جديدة لم يتم وضعها بالمطوية الورقية، وبالتالي أعطت المطوية الإلكترونية مجالاً لإضافة كم معلومات أكثر دون أن تؤثر علي شكل المضمون المقدم أو وجوب فرض قراءة معلومات معينة علي المبحوثين.

٨-اتجاه المبحوثين نحو مدي اتاحة المطوية الإلكترونية القدرة علي تشكيل النص والتحكم في تصفح المادة المعروضة

جدول (١٢) اتجاه المبحوثين نحو درجة اتاحة المطوية القدرة على تشكيل النص

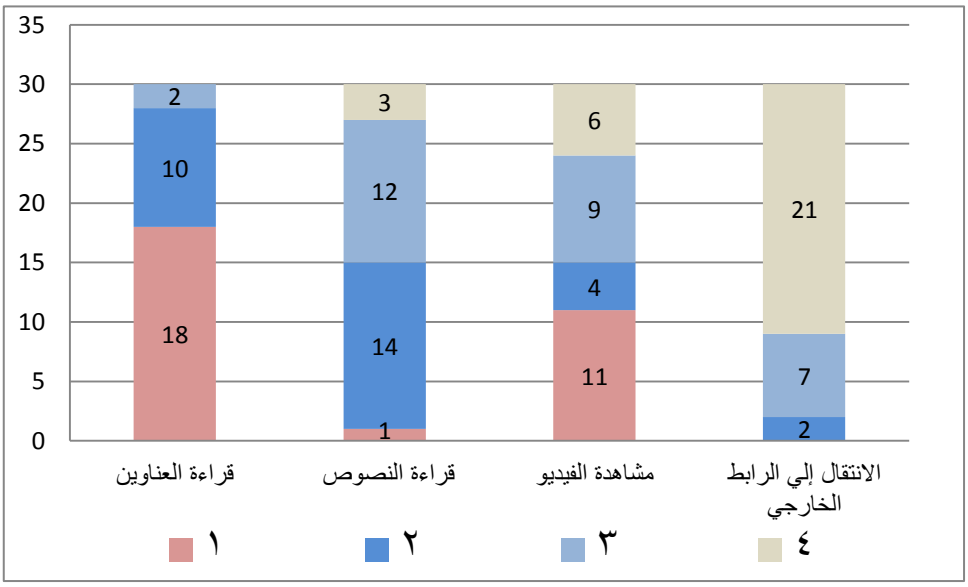
درجة التوافر						المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه
عالية		متوسطة		ضعيفة				
ك	%	ك	%	ك	%			
١٧	٥٦.٧	١٢	٤٠	١	٣.٣	٢.٥٣	٠.٥٧	درجة عالية

تشير بيانات الجدول السابق إلي أن نسبة (٥٦.٧%) من المبحوثين أشاروا إلي وجود درجة عالية من إتاحة المطوية الإلكترونية لحرية تصفح المادة المعروضة وفقاً لخياراتهم المفضلة في التصفح، **وبالتالي يتشكل النص من مبحوث لآخر باختلاف نقطة بداية ونهاية التصفح، وهذا ما يبينه الجدول التالي الذي يوضح اختلاف نقطة بدء وانتهاء تصفح المطوية لدي المبحوثين.**

٩-ترتيب أولويات عناصر تصفح المطوية الإلكترونية لدي المبحوثين .

جدول (١٣) ترتيب أولويات عناصر تصفح المطوية الإلكترونية لدي المبحوثين

عنصر تصفح المطوية	الترتيب							
	١		٢		٣		٤	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
قراءة العناوين والمقدمة	١٨	٦٠	١٠	٣٣.٣	٢	٦.٧	٠	٠
مشاهدة الفيديو	١١	٣٦.٧	٤	١٣.٣	٩	٣٠	٦	٢٠
قراءة النصوص	١	٣.٣	١٤	٤٦.٧	١٢	٤٠	٣	١٠
الانتقال إلي الرابط الخارجي	٠	٠	٢	٦.٧	٧	٢٣.٣	٢١	٧٠



شكل (٥) ترتيب أولويات عناصر تصفح المطوية الإلكترونية لدي المبحوثين

يوضح الجدول والشكل ترتيب أولويات عناصر تصفح المطوية الإلكترونية لدي المبحوثين، حيث كانت قراءة العناوين والمقدمة ومشاهدة الفيديو الأكثر مجيئاً في الترتيب الأول لتصفح المطوية بنسب (٦٠%) و (٣٦.٧%) علي التوالي، بينما كانت السمة الغالبة علي الانتقال إلي الرابط الخارجي في المرتبة الأخيرة، وجاءت قراءة النصوص في المرتبتين الثانية أو الثالثة لأغلب من عُرضت عليهم المطوية الإلكترونية.

ويتضح هنا أن عملية تصفح المحتوي بالمطوية الإلكترونية لم يتم وفقاً لتتابع عرض محتويات المطوية بل تغيرت نقطة البداية التي انطلق منها كل مبحوث في تصفح المطوية، والتي اختلفت من شخص لآخر وذلك وفقاً لتوجه ورغبات كل فرد في التصفح، مما يعكس دور المتلقي الذي أصبح ينظم ويوجه عملية التلقي.

١٠-مدي تفاعل المبحوثين بالتعليق علي المطوية

جدول (١٤) تفاعل المبحوثين بالتعليق علي موضوع المطوية

التفاعل بالتعليق	ك	%
نعم	١٦	٥٣.٣
لا	١٤	٤٦.٧

تشير بيانات الجدول إلي أن أكثر من نصف أفراد مجموعة المطوية الإلكترونية (٥٣.٣%) قاموا بالتعليق علي المطوية في مقابل نسبة (٤٦.٧%) الذين لم يشاركوا برأيهم أو يقوموا بإضافة أي تعليق.

١١-طبيعة تعليقات المبحوثين على موضوع المطوية

جدول (١٥) طبيعة تعليقات المبحوثين

طبيعة التعليق إن وُجد	ك	%
إضافة معلومات جديدة وأمثلة تدعم من المحتوي المقدم	٦	٣٧.٥
تقديم استفسارات وإقامة حوار مع الجهة مقدمة المطوية	٦	٣٧.٥
إضافة معلومات تتعارض مع المحتوي المقدم	٤	٢٥
الإجمالي	١٦	١٠٠

يبين الجدول السابق طبيعة التعليقات التي أضافها المبحوثين علي المطوية، حيث تساوي نسبة من قام ب " إضافة معلومات جديدة وأمثلة تدعم من المحتوي المقدم" مع نسبة من قام ب " تقديم استفسارات وإقامة حوار مع الجهة مقدمة المطوية" والتي بلغت (٣٧.٥%) ، في حين كشفت نسبة (٢٥%) عن إضافتهم لمعلومات تتعارض مع المحتوي المقدم.

اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعتي الدراسة في متوسط فهم واستيعاب المحتوي المقدم في كلاً من المطوية الورقية والإلكترونية

لاختبار الفرض الإحصائي عند مستوي معنوية ٠.٠٥ تم استخدام اختبار ت لعينتين مستقلتين باستخدام ذيل واحد فقط One Tailed Two-independent Samples T-Test وجاءت النتائج كما هي في الجدول التالي:

جدول (١٦) اختبار دلالة الفروق في متوسط فهم واستيعاب المحتوي بين مجموعتي الدراسة

المجموعة	المتوسط	الانحراف المعياري	درجات الحرية	إحصاء اختبار ت	القيمة الاحتمالية	الدلالة الإحصائية
مجموعة المطوية الورقية	٢.٢٣	٠.٧٣	٥٨	٢.٢٠-	٠.٠١٦	دال إحصائياً
مجموعة المطوية الإلكترونية	٢.٦	٠.٥٦				

توضح بيانات الجدول السابق وجود فروق بين متوسطات مجموعتي الدراسة في مستوي فهم واستيعاب المحتوي المقدم، حيث جاءت قيمة المتوسط الحسابي الأعلى لصالح مجموعة المطوية الإلكترونية (٢.٦) كما بلغت قيمة إحصاء الاختبار "ت" = (٢.٢٠-) بقيمة احتمالية (٠.٠١٦) وهي بذلك أقل من مستوي معنوية ٠.٠٥، **وبالتالي يثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعتي الدراسة في متوسط فهم واستيعاب المحتوي المقدم في كلاً من المطوية الورقية والإلكترونية.**

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج الدراسات الآتية:

-دراسة (**أمل محمد خطاب، ٢٠٢٠**)[٩٣] التي كشفت عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوي فهم واستيعاب محتوي القصة الإخبارية واستخلاص المفاهيم المرتبطة بالحدث لصالح المجموعة التجريبية التي تعرضت للقصة الإخبارية باستخدام تقنيات الصحافة

الغامرة التصوير بزاوية ٣٦٠، عنها لدي المجموعة الضابطة التي تعرضت للقصة الإخبارية بأسلوب الفيديو التقليدي.

-دراسة (**Dağlı Gökbulut, Ö. & Güneyli, A.,2019**)[٩٤] التي أظهرت وجود فروق في مستوي الفهم واكتساب المفردات للطلاب ذوي الاحتياجات الخاصة الذين عرضت عليهم مجموعة من النصوص الإلكترونية والمطبوعة وذلك لصالح النصوص الإلكترونية، والتي اعطت نتائج أكثر فعالية في مستويات اكتساب الطلاب للمفردات.

-دراسة (**Reid, C. ,2016**)[٩٥] التي كشفت عن وجود فروق بين مجموعتي الدراسة في تدعيم مهارات الفهم القرائي لدي الطلاب الذين تعرضوا للكتب المطبوعة والكتب الإلكترونية، حيث وجد أن الكتب الإلكترونية احتوت على ميزات قراءة جذابة ساعدت الطلاب على تحسين مهارات فهمهم للمحتوي المقدم.

<u>وتختلف هذه النتيجة مع نتائج الدراسات الآتية</u>:

-دراسة (**مروة عطية محمد، ٢٠١٢**)[٩٦]التي توصلت إلي عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين مجموعتي الدراسة؛ وهي المجموعة الأولي التي تعرضت للمضمون الذي يوظف تقنيات الوسيط "شبكة الإنترنت"، والمجموعة الثانية التي تعرضت للمضمون الذي لا يوظف تقنيات الوسيط في القدرة علي استيعاب السرد واستخلاص أفكار القصة الإخبارية.

-دراسة (**Alisaari, J. & Others, 2018**)[٩٧] التي أظهرت عدم وجود فروق بين استخدام النصوص الرقمية والمطبوعة على تحقق الفهم القرائي لدي المبحوثين، وفسرت الدراسة هذه النتيجة نظراً لاعتمادها علي مجموعة من النصوص الرقمية بصيغة PDF بحيث لم يستفد النص الرقمي من المزايا التي تتيحها الوسائط التكنولوجية.

<u>الفرض الثاني</u>: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعتي الدراسة في متوسط اتجاهاتهم نحو طريقة عرض وتقديم المحتوي في كلاً من المطوية الورقية والإلكترونية.

جدول (١٧) اختبار دلالة الفروق في متوسط تقييم طريقة عرض المحتوي بين مجموعتي الدراسة

المجموعة	المتوسط	الانحراف المعياري	درجات الحرية	إحصاء اختبار ت	القيمة الاحتمالية	الدلالة الإحصائية
مجموعة المطوية الورقية	٢.٣٠	٠.٤٦	٥٨	-٣.٥٣	٠.٠٠٠	دال إحصائياً
مجموعة المطوية الإلكترونية	٢.٦٣	٠.٢٤				

يشير الجدول السابق إلي أن متوسط الاتجاهات نحو طريقة عرض وتقديم المحتوي لمجموعة المطوية الإلكترونية أكبر من مجموعة المطوية الورقية، وجاءت قيمة إحصاء الاختبار "ت" = (-٣.٣٥) بقيمة احتمالية (٠.٠٠٠) وهي بذلك أقل من مستوي معنوية ٠.٠٥ **وبالتالي تثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعتي الدراسة في متوسط اتجاهاتهم نحو طريقة عرض وتقديم المحتوي في كلاً من المطوية الورقية والإلكترونية.**

<u>الفرض الثالث</u>: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط درجات تذكر مجموعتي الدراسة لمحتوي التوعية المقدم في كلاً من المطوية الورقية والإلكترونية.

جدول (١٨) اختبار دلالة الفروق في متوسط مقياس مستوي التذكر بين مجموعتي الدراسة

المجموعة	المتوسط	الانحراف المعياري	درجات الحرية	إحصاء اختبار ت	القيمة الاحتمالية	الدلالة الإحصائية
مجموعة المطوية الورقية	٣.٨٧	١.١١	٥٨	٢.٢١-	٠.٠١٦	دال إحصائياً
مجموعة المطوية الإلكترونية	٤.٤٠	٠.٧٢٤				

تكشف بيانات الجدول السابق عن وجود فروق بين متوسطات المجموعتين في مستوي التذكر، حيث جاء متوسط مقياس مستوي التذكر لمجموعة المطوية الالكترونية أكبر من مجموعة المطوية الورقية، كما بلغت قيمة إحصاء الاختبار "ت" = (-٢.٢١) بقيمة احتمالية (٠.٠١٦) وهي بذلك أقل من مستوي معنوية ٠.٠٥، **وبالتالي يثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعتي الدراسة في متوسط درجات تذكرهم للمحتوي المقدم في كلاً من المطوية الورقية والإلكترونية.**

<u>وتتفق هذه النتيجة مع نتائج الدراسات الآتية</u>:

-دراسة (**هاني إبراهيم محمد السمان، ٢٠٢٠**) [٩٨] التي توصلت إلي وجود فروق دالة إحصائياً في مستوي تذكر أفراد العينة لمحتوي الصفحة الرئيسية بالبوابات الإخبارية وفقاً لدرجة توافر العوامل التقنية بها، حيث زادت نسبة التذكر لدي مجموعة البوابات الإخبارية التي تستخدم العوامل التقنية بنسبة متوسطة في صفحتها الرئيسية.

-دراسة (**عبير محمد حمدي، ٢٠١١**)[٩٩] التي توصلت الي وجود فروق في مستوي تذكر المبحوثين لمحتوي المادة الإخبارية المقدمة باستخدام وسائط تفاعلية عبر شبكة الانترنت، والمادة الإخبارية المقدمة في نشرات الأخبار عبر المحطات التليفزيونية .

-دراسة (**Willis, D. ,1999**)[١٠٠]التي توصلت إلي وجود فروق في مستوي التذكر بين مجموعات الدراسة، حيث أن المجموعة التي تعرضت لنسخة موقع الويب المعززة بالعناصر البصرية كانت أكثر قدرة علي التذكر من المجموعة التي تعرضت للمحتوي المقدم باستخدام النص فقط.

<u>وتختلف هذه النتيجة مع نتائج الدراسات الآتية</u>:

-دراسة (**Ross, B. & Others, 2017**)[١٠١] التي أظهرت عدم وجود فروق في مستوي تذكر محتوي النصوص الإلكترونية، نظراً لوجود بعض العوامل التي تعيق من فهم وتذكر النص الرقمي، والتي تتعلق بقراءة أقسام كبيرة من النص أو عدم معرفة كيفية الاستفادة الكاملة من الميزات الإضافية التي يوفرها النص الإلكتروني.

-دراسة (Opgenhaffen, M., & d'Haenens, L., 2011)[١٠٢] التي توصلت إلي عدم وجود فروق بين مجموعات الدراسة في مستوي التذكر وفقاً لاستخدام ميزات الوسائط المتعددة في عرض القصص الإخبارية عبر شبكة الإنترنت، حيث لم يكن لها تأثير رئيسي علي مستوي تذكر أفراد العينة لمضامين القصة، وكانت هناك عوامل أخري مؤثرة أهمها مستوي تعقيد القصة .

الفرض الرابع : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعتي الدراسة في متوسط تقييمهم لتجربة تصفح كلاً من المطوية الورقية والإلكترونية.

جدول (١٨) اختبار دلالة الفروق في متوسط تقييم تجربة تصفح المطوية بين مجموعتي الدراسة

المجموعة	المتوسط	الانحراف المعياري	درجات الحرية	إحصاء اختبار ت	القيمة الاحتمالية	الدلالة الإحصائية
مجموعة المطوية الورقية	٢.٣٧	٠.٤٩	٥٨	-٠.٦٩	٠.٢٤٧	غير دال إحصائياً
مجموعة المطوية الإلكترونية	٢.٤٧	٠.٦٣				

تشير بيانات الجدول السابق إلي عدم وجود فروق بين متوسطات تقييم تجربة تصفح المطوية لدي مجموعتي الدراسة، حيث جاءت قيمة إحصاء الاختبار ت = (-٠.٦٩) بقيمة احتمالية (٠.٢٤٧) وهي بذلك أكبر من مستوي معنوية ٠.٠٥ **وبالتالي يثبت عدم صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعتي الدراسة في متوسط تقييمهم لتجربة تصفح كلاً من المطوية الورقية والإلكترونية.**

مناقشة نتائج الدراسة في ضوء نظرية التلقي

في هذا الجزء سيتم التعرض لأهم المقولات التي تناولتها نظرية التلقي بالتطبيق علي نتائج الدراسة، وذلك كما يلي:

أولاً: من أهم النقاط التي ركزت عليها نظرية التلقي **"العلاقة الجدلية بين النص والقارئ"** من خلال تحليل التفاعل الذي يحدث بين النص والمتلقي أثناء عملية القراءة، وباستخدام التقنيات التفاعلية التي تتيحها تكنولوجيا الاتصال الحديثة اكتسب النص العديد من المزايا التي أثرت في طريقة تلقيه وبالتالي أثرت علي فهمه وتأويله، فتوظيف النص لجميع المؤثرات التقنية التي تشمل الصوت والصورة والحركة وغيرها يعمل علي استثارة أكبر عدد من الحواس لدي المتلقي وبالتالي يجعله أكثر تواصلاً وتفاعلاً مع النص المقدم، كما أنها ترتبط بكيفية تفسيره لمدلولات هذه المؤثرات مما يساعد علي تعددية المعني ويعطي مساحات أكبر للفهم والتأويل.

وبالإشارة الي نتائج الدراسة فجاء الاتجاه العام لأفراد العينة التي تعرضت للمطوية الإلكترونية في صالح تأييد أن تنوع المؤثرات المقدمة السمعية والبصرية عمل علي إثراء وتنوع المحتوي وجعل المعلومات المقدمة واضحة وسهلة الفهم وعمل علي جذب الانتباه وإثارة الحواس مما أثر علي عملية استنتاج المعني.

ثانياً: فيما يتعلق بفكرة " **الفراغات النصية**" التي اقترحها ايزر، وان كانت غير ظاهرة في النص الورقي – مما أدي إلي عدم فهمها- فقد صارت واضحة بالنص الإلكتروني، وأصبح هناك إضافة للنص بمعناها الحقيقي لا المجازي [١٠٣] فالفراغات تقوم في أساسها علي ما يضيفه المتلقي للنص عند قراءته له.[١٠٤] وفي هذا الإطار سيتم عرض بعض تعليقات المبحوثين التي تعكس مساهمتهم في الإضافة الي النص وتشكيل معناه، وهي كما يلي:

وتعكس التعليقات السابقة مدي تفاعل المبحوثين مع المحتوي المقدم من خلال إضافة تساؤل أو فكرة أو اقتراح للتعديل في المحتوي، فلم يعد التفاعل بين المتلقي والنص مقتصراً علي التفاعل الذهني فقط، وإنما أصبح المتلقي يتفاعل مع المحتوي عبر مشاركته في كتابته وإضافة ما يراه مناسباً عليه، وهذا يمكن أن يعزز من فرص النجاح في مجال برامج التوعية من خلال التعرف علي اقتراحات الجمهور أو ردود فعلهم نحو الموضوعات المقدمة، مما يتيح للمصدر أو الجهة صاحبة الحملة الاستفادة من هذه الآراء وتعديل رسائلها بما يتلاءم مع رغبات ومتطلبات الجمهور المستهدف.

ثالثاً: كما أن مفهوم "**وجهة النظر الجوالة**" يمكن أن يُحيلنا في تكنولوجيا الإعلام الجديد إلي تقنية "النص المترابط/ المتفرع"، فالتفاعلية لا تتمثل في عملية التلقي الأولية التي يلتقي فيها المتلقي بالنص التفاعلي، بل هي تلك الجولات الاستكشافية التي يقوم بها القارئ ليلم بالنص من جوانبه المختلفة، ويمنحه كل الحرية في التجوال داخل النص ويصبح فعالاً في النص ومتفاعلاً معه.(١٠٥)

ومن خلال رصد نتائج الدراسة نجد أن وجود رابط تشعبي في المطوية وفقاً لآراء عينة الدراسة جعل عملية التصفح غير مملة، كما أنه أعطاهم حرية التنقل في الموضوع واتخاذ مسار الوصول إلي معلومات معينة حسب رغبتهم، مما يعكس مفهوم " وجهة النظر الجوالة" في النظرية، حيث اصبح بإمكان المبحوثين التحكم والتجول في المطوية بحرية والمشاركة في فتح الروابط وفقاً لرغبتهم في استكشاف معلومات جديدة.

رابعاً: من المقولات المحورية في نظرية التلقي "**المتعة الجمالية**" ويمكن الكشف عنها من خلال تتبع ردود أفعال القراء، ومعرفة طبيعتها أي من خلال الأحكام النقدية التي يطلقونها علي الأثر، كما أنها المقياس المناسب للحكم علي قيمة الأثر الجمالية، يقول ياوس: "حين يصدر عمل أدبي ما، فإن طريقة استجابته لتوقع جمهوره الأول أو تجاوزه أو تخييبه أو معارضته له تعتبر بالبداهة مقياساً للحكم علي قيمته الجمالية"(١٠٦)

وفي هذا الإطار تم رصد مجموعة من التعليقات التي تعكس ردود أفعال المبحوثين وآرائهم تجاه المطوية الإلكترونية والمحتوي المقدم بها، وهي كما يلي:

من خلال العرض السابق يتضح اختلاف تقييمات ومواقف المبحوثين تجاه المطوية، فتنوعت التعليقات ما بين الإشارة إلي بعض مزايا أو عيوب المطوية، وبالتالي أمكن الكشف عن المتعة الجمالية المتحققة لدي المبحوثين تجاه المطوية الإلكترونية من خلال التعرف علي ردود أفعالهم ورصد طبيعتها، ويمكن أن يساهم هذا في تقييم الرسائل الإعلامية المقدمة، حيث يمكن للجهة الهادفة لنشر التوعية أن تستفيد من هذا التواصل مع الجمهور عن طريق تقييم نقاط القوة أو الضعف في المواد المقدمة وتعديلها بناءً علي اتجاهات الجمهور في المحتوي، لضمان تحقيق أعلي مستويات التأثير.

النتائج العامة للدراسة

- أكدت نتائج الدراسة أن المطوية الإلكترونية كانت أكثر تأثيراً علي فهم المحتوي مقارنة بالمطوية الورقية، حيث أشارت نسبة (٦٣.٣%) من مجموعة المطوية الإلكترونية إلي سهولة فهم واستيعاب المحتوي المقدم بها مقارنة بنسبة (٤٠%) لمجموعة المطوية الورقية.
- أثبتت نتائج الدراسة أن المطوية الإلكترونية كانت أكثر تأثيراً علي تذكر أفراد العينة للمحتوي المقدم، حيث حصلت المجموعة التي تعرضت للمطوية الإلكترونية علي نسبة (٨٦.٧%) في مستوي التذكر المرتفع ونسبة (١٣.٣%) في مستوي التذكر المتوسط، وهي أعلي من مجموعة المطوية الورقية التي حصلت علي نسبة (٦٣.٤%) في مستوي التذكر المرتفع ونسبة (٣٣.٣) في مستوي التذكر المتوسط، ونسبة (٣.٣%) في مستوي التذكر المنخفض.
- فيما يتعلق باتجاهات مجموعتي الدراسة نحو طريقة عرض وتقديم المحتوي بمطويتي الدراسة، جاءت موافقة المبحوثين بمجموعة المطوية الإلكترونية علي العبارة " الوسائط المستخدمة تم توظيفها بطريقة تخدم المحتوي" في المرتبة الأولي، تلتها العبارة " ساعد تصميم المطوية علي اكسابها الشكل الملائم للعصر"، ولمجموعة المطوية الورقية جاءت العبارة "تعبر المطوية عن أفكارها بوضوح" في المرتبة الأولي تلتها العبارة "يُعرض المحتوي بتسلسل وتتابع منطقي يسهل استيعابه"، وبالتالي فنجد أن العبارات التي جاءت في ترتيب متقدم لدي مجموعة المطوية الإلكترونية تتعلق بتعدد الوسائط المستخدمة في المطوية وقوة تأثيرها علي الشكل والمضمون وعلي اكساب المطوية الشكل العصري، ولمجموعة المطوية الورقية جاءت العبارات التي تتعلق بصياغة المحتوي بطريقة واضحة وعرضه بترتيب وتسلسل منطقي.
- أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة (٥٣.٣%) من مجموعة المطوية الإلكترونية ترى أن تجربتهم في تصفح المطوية كانت ممتعة، ونسبة (٤٠%) رأت أنها معتدلة، في حين أشارت نسبة (٦.٧%) إلي كونها محبطة، وقد يرجع ذلك إلي اختلاف الأفراد في معدل رغبتهم نحو تلقي المحتوي عبر تكنولوجيا الاتصال الحديثة، فهناك من يفضل التعامل بالطرق أو الوسائل التقليدية .
- أشارت نتائج الدراسة إلي أن الاتجاه العام لأفراد المجموعة التي تعرضت للمطوية الإلكترونية كان في صالح تأييد تعدد مفاتيح التفسير والتأويل في المطوية؛ أي توافر استخدام المؤثرات السمعية والبصرية، فتوظيف هذه المؤثرات يعمل علي استثارة أكبر عدد من الحواس، كما أنها

ترتبط بكيفية تفسير المبحوثين لمدلولات هذه المؤثرات مما يساعد علي تعددية المعني ويعطي مساحات أكبر للفهم والتأويل.

- أظهرت النتائج أن وجود الرابط التشعبي بالمطوية الإلكترونية سمح بإضافة معلومات جديدة لم يتم وضعها بالمطوية الورقية، وبالتالي أعطت المطوية الإلكترونية مجالاً لإضافة كم معلومات أكثر دون أن تؤثر علي شكل المضمون المقدم أو وجوب فرض قراءة معلومات معينة علي المبحوثين.
- أشارت النتائج إلي أن عملية تصفح المحتوي بالمطوية الإلكترونية لم يتم وفقاً لتتابع عرض محتويات المطوية بل تغيرت نقطة البداية التي انطلق منها كل مبحوث في تصفح المطوية، والتي اختلفت من شخص لآخر وفقاً لتوجه ورغبات كل فرد في التصفح، مما يعكس دور المتلقي الذي اصبح ينظم ويوجه عملية التلقي.
- كان لنظرية التلقي دور رئيس في تحليل التفاعل الذي يحدث بين بنية النص والمتلقي خلال قيامه بعملية التفسير، كما أن أسس النظرية ومقولاتها أصبحت متحققة أكثر في النص الرقمي، ففي حين أشارت النظرية إلي أن المعني يتم إنتاجه أثناء التفاعل بين القارئ والنص، نجد أن بناء النص الرقمي عمل علي تحفيز تفاعل المتلقي؛ بحيث لم يعد التفاعل بين المتلقي والنص مقتصراً علي التفاعل الذهني فقط، وإنما أصبح المتلقي يتفاعل مع المحتوي عبر مشاركته في كتابته وإضافة ما يراه مناسباً عليه، وتشكيل بنيته من حيث الشكل وليس من حيث المعني فقط.
- سمحت تكنولوجيا الإعلام الجديد بالكشف عن المتعة الجمالية المتحققة لدي المتلقين تجاه المحتوي المقدم من خلال التعرف علي ردود افعالهم ورصد طبيعتها مما يمكن أن يفيد بشكل كبير الجهة المقدمة لرسائل التوعية في تقييم الرسائل المقدمة وتعديلها بناءً علي اتجاهات الجمهور في المحتوي، وذلك لضمان تحقيق أعلي مستويات التأثير وإحداث التغيير الاجتماعي المطلوب.

توصيات الدراسة

- الاستفادة من المزايا التي توفرها وسائل الإعلام الجديد وتطبيقاته المختلفة في مجال رفع مستوي الوعي في المجتمع، بعد أن أثبتت هذه الوسائل فعاليتها في الوصول إلي الجمهور وتوفيرها مجالاً واسعاً للحوار وتبادل الآراء والأفكار.
- إجراء المزيد من الدراسات حول نظرية التلقي وآليات تلقي الخطاب الاتصالي عبر الوسائط الرقمية، وذلك لتفسير علاقة الجمهور بهذه الوسائل وفهم التغييرات التي تتعلق بالتلقي عبر هذه الوسائل.
- عقد دورات تدريبية لطلاب الإعلام لتعلم مهارات التصميم والإنتاج علي برامج تصميم الجرافيك المختلفة لتصميم المطويات والشعارات والكتيبات والمجلات الإلكترونية ومختلف الأدوات التفاعلية التي يمكن أن تستخدم في مجال الترويج للحملات الإعلامية والتسويق الإلكتروني وذلك لمواكبة التطورات الحديثة ولملائمة سوق العمل.

المراجع:

(١) ربيحة نبار، كريمة مقاوسي (٢٠٢٠). جدلية العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، **مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية**، العدد ٦٨، ص (١٥٣- ١٦٥) ص ١٥٣.
(٢) تامر محمد صلاح الدين (٢٠١٧). دور الإعلام الجديد في دعم الحوار وتقبل الرأي الاخر بين الشباب العربي: الفيس بوك نموذجاً، **مجلة دراسات الطفولة**، المجلد العشرون، العدد الرابع والسبعون، ص(٨٥- ٩٨) ص ٨٦.
(٣) كهينة افروجن (٢٠١٧). الواقع التنظيري لأزمة التلقي في عصر الإعلام الالكتروني :دواعي التحول، **مجلة تاريخ العلوم**، العدد العاشر، ص(٢٨٣- ٢٩٦) ، ص ٢٨٣.
(٤) فطيمـــة بن دنيا بعلي (٢٠١٣). أنموذج التلقي في بحوث جمهور وسائل الإعلام ، **مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية** والاتصالية ، العدد الخامس عشر، (ص ٣٠٩- ٣٢٠)، ص ٣٠٩.
(٥) عمر إبراهيم بوسعدة (٢٠١٨). آليات تلقي الخطاب الاتصالي في الإعلام الجديد (التفاعلية واللاتزامنية) – دراسة نظرية، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، العدد الثاني، المجلد الثاني، ص ص: ٧٦- ٩٢، ص ٨٦.
(6) Karasneh, R.& Others. (2021). Media's effect on shaping knowledge, awareness risk perceptions and communication practices of pandemic COVID-19 among pharmacists. *Research in Social and Administrative Pharmacy,*. Vol.17, No.1, pp.1897–1902.
(7) Ibrahim, S. A. E. S. (2021). The Role of Social Media in Shaping the Trends of University Youth towards the Requirements of the Knowledge Economy. *Journal of Southwest Jiaotong University*, Vol. 56, No.1, pp. 377- 402.
(8)Aruna, N. (2021). A Study On Social Mediacampaigns-Using Social Media In Creating Awareness And Prevention Of Child Sexual Abuse. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, Vol.12 No.12, PP 2687-2696.
(9) Igbinoba, A. O.,& Others. (2020). Women's mass media exposure and maternal health awareness in Ota, Nigeria. *Cogent Social Sciences*, Vol. 6, No.1.
(١٠) ريحاب سامي لطيف محمد (٢٠٢٠) اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد- ١٩) ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد الخامس والخمسون - الجزء الخامس، ص ص: ٣٠٩٠ –٣١٧٢.

(11) Elavarasan, R. M., & Pugazhendhi, R. (2020). Restructured society and environment: A review on potential technological strategies to control the COVID-19 pandemic. *Science of the Total Environment*, *725*, 138858.

(12) Thornber, K. & Others. (2019). Raising awareness of antimicrobial resistance in rural aquaculture practice in Bangladesh through digital communications: a pilot study. *Global health action*, Vol.12(sup1).
(١٣) جيهان سيد أحمد يحيي (٢٠١٩) تأثير الإغراق المعلوماتي في تطبيقات الإعلام الجديد علي اتجاهات الجمهور المصري نحو التعديلات الدستورية ٢٠١٩، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد الثاني والخمسون، ص ص: ٢٢- ٥٦.

(١٤) شارع بن مزيد البقمي (٢٠١٨) دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور السعودي نحو العمل التطوعي: دراسة في ضوء النظرية البنائية والمدخل الوظيفي، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، العدد الثالث عشر، ص ص: ١- ٣٦.

(15) Bene, M. (2017) Influenced by peers: Facebook as an information source for young people. *Social Media+ Society*, Vol. 3, issues2 .

(١٦) مجدي محمد عبد الجواد الداغر (٢٠١٦) دور الإعلام الجديد في تشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي نحو ظاهرة الإرهاب علي شبكة الإنترنت: دراسة ميدانية، **حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية** ، الحولية٣٦، الرسالة٤٥٣، ص ص: ٩ – ٢٩٨.

(17) Kuria, C. W. (2014). *Use of social media as a source of agricultural information by small holder farmers; a case study of lower Kabete, Kiambu county*. PhD Thesis. University of Nairobi

(18) Okaka, W., & Apil, J. (2013). Innovative ICT public awareness campaign strategy to communicate environmental sustainability in Africa. In: *2013 IST-Africa Conference & Exhibition* .IEEE, pp. 1-9.

(19) Furenes, M. I., & Others (2021). A comparison of children's reading on paper versus screen: A meta-analysis. *Review of educational research*, *91*(4), PP 483-517.

(٢٠) محمد العنوز (٢٠٢١) فعل القراءة في ظل تحديات العصر الرقمي، **مجلة (لغة- كلام)**، المجلد السابع، العدد الأول، ص ص: ١٥٧- ١٦٩، الجزائر.

(21) Dağlı Gökbulut, Ö., & Güneyli, A. (2019). Printed versus electronic texts in inclusive environments: comparison research on the reading comprehension skills and vocabulary acquisition of special needs students. *Education Sciences*, *9*(3).

(22) Alisaari, J. & Others. (2018). Reading comprehension in digital and printed texts. *L1-Educational Studies in Language and Literature*, *18*, PP 1-18..

(23) Kor, R. (2018). The commenting persona: Reception theory and the digital rhetorical audience. *Journal of Media Research*, 11(1), pp. 55-70.

(24) Ross, B. & Others (2017). Print versus digital texts: understanding the experimental research and challenging the dichotomiesm. *Research in Learning Technology*. Vol. 25.

(25)Reid, C. (2016) . Ebooks and Print Books Can Have Different Affects on Literacy Comprehension. *Master thesis in Literacy Education*. School of Arts and Sciences.

(٢٦) جميلة سالم عطيّة(٢٠١٤) الثورة المعلوماتية وإشكالية بناء وتداول الخطاب اللغوي والبصري دراسة تحليلية سيميولوجية على عينة من الخطابات اللغوية والبصرية في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي - الفيسبوك نموذجا- ، **رسالة ماجستير**، كلية علوم الاعلام والاتصال، الجزائر

(27) Mangen, A., & Others (2013). Reading linear texts on paper versus computer screen: Effects on reading comprehension. *International journal of educational research*, Vol. 58, pp. 61-68.

(٢٨) مروة عطية محمد (٢٠١٢) تأثير المخطط العام لبناء القصة الإخبارية النشور علي شبكة الإنترنت في تحقيق الفهم القرائي لدي طلاب المرحلة الجامعية – دراسة شبه تجريبية، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد السابع والثلاثون، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ص ص: ٥٨٧- ٦٠٢.

(٢٩) عمر زرفاوي بن عبدالحميد (٢٠٠٩)، العصر الرقمي وثورة الوسيط الإلكتروني – قراءة في تحولات أطراف المنظومة الإبداعية، **مجلة قراءات**، المجلد الأول، العدد الأول، ص ص: ١١١- ١٢٤.

(30) Aransáez, C. P. (2015). *The importance of being a reader: A revision of Oscar Wilde's works*. Hamburg: Anchor Academic Publishing, p 105.

(31)Shi, Y. (2013). Review of Wolfgang Iser and His Reception Theory. *Theory & Practice in Language Studies*,, Vol. 3, No. 6, pp. 982-986, p 983.

(32) Aminudin, A. (2018). Audience in reception analysis perspective. In: *The Asian Conference on Media, Communication & Film 2018 Official Conference Proceedings*. Tokyo, Japan, Available At: https://papers.iafor.org/wp-content/uploads/papers/mediasia2018/MediAsia2018_42733.pdf

(٣٣) فطيمة بومعزة (٢٠١٧). نظرية القراءة والتلقي - المرجعيات والمفاهيم، **مجلة النص**، العدد الثاني والعشرون، ص ص: ١٦٥- ١٩٥، ص ١٨٠، ١٨١

(34) Bakogianni, A. (2016). What is so 'classical' about Classical Reception? Theories, Methodologies and Future Prospects. *Codex: Revista de Estudos Clássicos*, , Vol.4, n. 1, pp. 96-113, p 97.

(35) Chartier, R. (2017). From texts to readers: Literary criticism, sociology of practice and cultural history. *Estudos Históricos (Rio de Janeiro)*, Vol. 30, No 62, pp. 741-756, p 745.

(٣٦) محمد عبد البشير مسالتي (٢٠١٤). مقولات نظرية التلقي: بين المرجعيات المعرفية والممارسة الإجرائية، **مجلة جيل الدراسات الأدبية والفكرية**، العدد الرابع، ص ص: ٨٣- ١٠٠، ص ٨٩.

(٣٧) رشدي ضيف (٢٠١٩). في نظرية التلقي: المكونات والمقولات ، **مجلة اشكالات في اللغة والأدب**، المجلد الثامن، العدد الثالث، ص ص: ٨٦- ١٠٣، ص٩٨ .

(38) Real, M. R., & Real, M (1996). *Exploring Media Culture: A Guide*. USA: SAGE Publication, p 104.

(٣٩) فتيحة بلحاجي (٢٠٢١) الأدب التفاعلي وجماليات التلقي: فعل القراءة وإعادة بناء المعني، **مجلة مقاربات**، المجلد السابع، العدد الأول، ص ص: ٤٩- ٥٦ ، ص ٥٠.

(40) Shi, Y. (2013). *Op. cit* .. P. 983 .

(41)Vásquez, V. M. M. (2012). *Contours of a Biblical Reception Theory: Studies in the Rezeptionsgeschichte of Romans 13.1-7*. Germany: V&R unipress GmbH, p 30.

(42) Jati, A. (2020). The Role and the Significance of the Reader and the Act of Reading in Roland Barthes's "The Death of the Author". In *E3S Web of Conferences*, Vol. 202, p 3.

(٤٣) حميد سمير (٢٠٠٥) **النص وتفاعل المتلقي في الخطاب الأدبي عند المعري**، دمشق: منشورات اتحاد الكتاب العرب، ص ١٩.

(44) Kosut, M. (Ed.). (2012). *Encyclopedia of gender in media*. USA: SAGE publications, p 455.

(٤٥) فطيمـــة بن دنيا بعلي (٢٠١٣). أنموذج التلقي في بحوث جمهور وسائل الإعلام ، مرجع سابق، ص ص: ٣١٧، ٣١٨.

(46) Livesey, C. (2014). *Cambridge international AS and A Level sociology coursebook*. Cambridge University Press, p 277.

(٤٧) منال بن حميميد، نور الدين سيليني (٢٠١٧). المتلقي الرقمي بين تغيير الوسيط وتطور الخطاب "حفنات جمر" لإسماعيل البويحياوي أنموذجا، **حوليات الآداب واللغات**، العدد الثامن، جامعة المسيلة. ص ص:٥٣- ٧٢ ، ص ٦٠، ٦١.

(٤٨) ليدية بوزطين (٢٠٢٠). جدلية الأدب الورقي والرقمي في نظرية القراءة ، **مجلة تمثلات الثقافية والفكرية**، المجلد الرابع، العدد الثاني، ص ص:٧٠-٨٣، ص ٧٩.

(٤٩) فاطمة البريكي(٢٠٠٦)، **مدخل إلي الأدب التفاعلي**، الدار البيضاء: المركز القافي العربي، ص ٦٤

(50) Neale, W. C. (1994). An experimental test of dual coding theory using various media and visual momentum in a multimedia environment. *PhD thesis*. Virginia Polytechnic Institute and State University, p 12- 13.

(51) Weinstock, D. (2002). A dual coding theory perspective on the effectiveness of multimedia presentation modes on Web news sites. *PhD thesis*. College of Communication Arts and Sciences. Michigan State University, p 42.

(٥٢) مروة محمود سليمان محمد، الاستفادة من نظرية الترميز الثنائي في تفعيل التخيل لدي الطلاب من خلال الترخيم اللوني لإثراء لوحات التصوير، **المجلة العلمية لجمعية امسيا – التربية عن طريق الفن**، المجلد الرابع، العدد الثالث عشر، ص ص: ٣٢٤-٣٤٤، ص ٣٢٩.

(53) Soylu, B. A., & Yelken, T. Y. (2014). Dual-coding versus context-availability: Quantitive and qualitative dimensions of concreteness effect. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Vol.116, pp. 4814- 4818, p 4815.

(54) Najjar, L. J. (1995). *Dual coding as a possible explanation for the effects of multimedia on learning*. Georgia Institute of Technology. p 3.

(55) Weinstock, D. (2002), *Op. cit*, p 146- 147.

(56) Jensen, J. A. & Others. (2015). The effects of second screen use on sponsor brand awareness: A dual coding theory perspective. *Journal of Consumer Marketing*, Volume 32 · Number 2, pp. 71–84, p 74.

(57)Butler, J. B., & Mautz Jr, R. D. (1996). Multimedia presentations and learning: A laboratory experiment. *Issues in Accounting Education*, Vol.11, No. 2, pp. 259- 280, p 264.

(٥٨) مروة عطية محمد، **مرجع سابق**، ص ٥٩٨.

(٥٩) محمد عبدالحميد (٢٠٠٠) **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، القاهرة: عالم الكتب، ص ٢٠٥

(60) https://www.egcovac.mohp.gov.eg/#/home

(61) https://www.unicef.org/ar

(62)https://www.who.int/ar

(63)https://devtestybesty97.pantheonsite.io/?fbclid=IwAR2c7EHOD7_oxUubUElo KsHEAjwpUMtR2ZgYYYQ41xuMbiEo58Vb9KyGEHg

(٦٤) كريمة خافج (٢٠١٧). التلقي في الادب والاعلام والمفاهيم المقاربة له "التعرض، القراءة، التأويل"، **مجلة المعيار**، العدد السابع عشر، ص ١٣٨.

(٦٥) عمر إبراهيم بوسعدة ، **مرجع سابق**، ص ٧٩.

(٦٦) حنان شعبان (٢٠٠٩) اثر الفواصل الاشهارية التليفزيونية علي عملية التلقي- دراسة استطلاعية لجمهور الطلبة الجامعيين، **رسالة ماجستير**، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، ص ٢١.

(٦٧) قاسم المسعود (٢٠٢٠) الأدب الرقمي بين الإبداع والتلقي، **مجلة آفاق علمية**، المجلد الثاني عشر، العدد الرابع، ص ص: ٢٦٦- ٢٨١، ص ٢٧٦.

(٦٨) عبدالله بريمي (٢٠١٣). السميوزيس والتأويل، انتاج المعني وبناء الواقع واشتغال المجتمع.، **مجلة سيمات**، المجلد الأول، العدد الأول، ص ص: ١٦٧-١٨٠ ، ص ١٧٣.

(٦٩) إيمان يونس (٢٠١١). **تأثير الانترنت علي اشكال الابداع والتلقي في الادب العربي** ، ص ٢٠٩، متاح علي:
https://www.researchgate.net/publication/281543457_tathyr_alantrnt_ly_ashkal_alabda_waltlqy_fy_aladb_alrby_Internet_Impact_on_Patterns_of_Literary_Creation_and_its_Acception_in_Contemporary_Arabic_Literature

(٧٠)عبدالسلام شكركر (٢٠١٩) **الإعلام التربوي ـ المفاهيم والمجالات**، عمان: مركز الكتاب الأكاديمي، ص ٨.

(71) Mehta, N., Dutta, S., & Bandyopadhyay, A. (2015). Social awareness through new media. *International Journal of Emerging Technologies in Computational and Applied Sciences*, 11(3), pp. 258-261.p 258.

(72 Thomas, R. K. (2006). *Traditional approaches to health communication* .Springer US, pp. 119-131,. p 95 .

(73)Freeman, B. (2012). New media and tobacco control. *Tobacco control*, *21*(2), pp. 139-144, p 139.

(74) Mehta, N., Dutta, S., & Bandyopadhyay, A. (2015). *Op. cit* , p 261.

(75) Mathieu, D. (2015). The continued relevance of reception analysis in the age of social media. *Trípodos* , No: 36, pp.13- 34, p 16. .

(76) Rahim, N. A. (2017). Awareness through audio dissemination in the new media technology. *Asian Journal of Applied Communication (AJAC)*, Volume 7, Issue 2, pp 17-29, p. 18-19.

(٧٧) فاتن السعيد (٢٠١٥) **كيفية عمل مطويات**، متاح علي:
https://mawdoo3.com/%D9%83%D9%8A%D9%81%D9%8A%D8%A9_%D8%B9%D9%85%D9%84_%D9%85%D8%B7%D9%88%D9%8A%D8%A7%D8%AA

(٧٨) عامر قندلجي (٢٠٢٠) **الإعلام والمعلومات والإنترنت**، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ص ٢٣٩.

(٧٩) محمد بن عمارة، طويل إبراهيم (٢٠١٧). وسائل الاتصال ودورها في التوعية السياحية-دراسة ميدانية لوكالة المحسنون (المطويات نموذجا) ، **رسالة ماجستير**، جامعة عبدالحميد مستغانم، كلية العلوم الاجتماعية، شعبة علوم الاعلام والاتصال ص ص: ٧٣، ٧٤.

(٨٠) نسرين عيش (٢٠١٦) **عمل مطويات**، متاح علي:
https://mawdoo3.com/%D8%B9%D9%85%D9%84_%D9%85%D8%B7%D9%88%D9%8A%D8%A7%D8%AA

(٨١) عمر إبراهيم بوسعدة ، **مرجع سابق**، ص ٨٣.

(٨٢)أحمد زهير رحاحلة (٢٠١٥) إشكاليات "المتلقي" في ضوء الإبداع الرقمي - المفاهيم والشروط والوظائف، **المجلة الأردنية في اللغة العربية وادابها**، المجلد الحادي عشر، العدد الرابع، ص ص: ٢٩- ٦٤ ص ٦٣.

(٨٣) إيمان يونس ، مرجع سابق، ص ١٨٣.

(٨٤) عيدي عبدالقادر (٢٠٢١). فعل القراءة بين الأدب الورقي والأدب الرقمي، **مجلة مقاربات**، المجلد السابع، العدد الأول، ص ص:٢٠٩- ٢١٥، ص ٢١٢.

(85)Luthra, R. (2009). *Journalism and mass communication* -Volume II. EOLSS publishers, Oxford, United Kingdom, p 127.

(86)Gunawardhana, L. K. P. D., & Palaniappan, S. (2016). Using multimedia as an education tool. In: *9th Annual International Conference on Computer Games Multimedia & Allied Technologies(CGAT 2016)* pp. 98- 101, p 98.

(٨٧) رابح عمار (٢٠١٧). الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني- دراسة ميدانية للصحافة الإلكترونية الجزائرية، **رسالة دكتوراة**، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية، جامعة وهران، الجزائر، ص ص: ٦٨، ٦٩.

(88)Qingsong, L. (2012). The application of multimedia technology in web education. *Physics Procedia, 33*, pp.1553 – 1557, p 1554.

(٨٩) منال بن حميميد، نور الدين سيليني، **مرجع سابق**، ص٦١.

(٩٠) كريمة بلخامسة (٢٠١٩). الأدب الرقمي وفعل التواصل، **دراسات معاصرة**، المجلد الرابع، العدد الأول، ص ص: ١٠- ١٦، ص ١٢.

(91)Goel, A. (2010). *Computer fundamentals*,. India: Pearson Education, p 260.

(٩٢) أمين عبدالله محمد ، علي أحمد اليزيدي (٢٠١٧). التحديات الاساسية لأوجه استخدام النص الرقمي، **مجلة كلية الفنون والإعلام**، السنة الثانية، العدد الرابع، ص ص: ١٠٩-١٣٩ ص ١١٦.

(٩٣) أمل محمد خطاب (٢٠٢٠) استخدام تطبيقات الإعلام الغامر في المواقع الصحفية الإلكترونية وتأثيرها في تذكر وفهم القراء لمضمون القصص الإخبارية: دراسة شبه تجريبية، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد الخامس والخمسون، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.

(94) Dağlı Gökbulut, Ö. & Güneyli, A. (2019). *Op. cit* .

(95) Reid, C. (2016) . *Op. cit* .

(٩٦) مروة عطية محمد، **مرجع سابق**.

(97) Alisaari, J. & Others. (2018). *Op. cit* .

(٩٨) هاني إبراهيم محمد السمان (٢٠٢٠). تأثير التقنيات المستخدمة بالبوابات الإخبارية على انتباه الجمهور وتذكره للأخبار: دراسة شبه تجريبية، **مجلة كلية الآداب**، جامعة سوهاج، العدد السادس والخمسون، الجزء الأول.

(٩٩) عبير محمد حمدي (٢٠١١) تأثير طرق العرض في إدراك وتذكر المضمون الإخباري: دراسة تجريبية مقارنة بين التليفزيون والوسائط المتعددة عبر الإنترنت، **رسالة دكتوراة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

(100) Willis, D. (1999). Effects of using enhancing visual elements in web site design. *American Communication Journal*, *3*(1), 1.

(101) Ross, B. & Others (2017). *Op. cit* .

(102) Opgenhaffen, M., & d'Haenens, L. (2011). The impact of online news features on learning from news. A knowledge experiment. *International Journal of Internet Science*, *6*(1), pp. 8-28.

(١٠٣) خديجة باللودمو (٢٠١٤). نظرية التلقي والأدب الرقمي: حفر في نقاط الاتفاق، **مجلة جيل الدراسات الأدبية والفكرية**، العدد الرابع، ص ص: ١٢٣- ١٣١، ص ١٢٩.

(١٠٤) خالد وهاب (٢٠١٦). جمالية التلقي والتأثير في ثلاثية أحلام مستغانمي، **رسالة دكتوراة**، كلية الاداب واللغات، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، ص ص ٧٤، ٧٥.

(١٠٥) فتيحة بلحاجي ، **مرجع سابق**، ص ٥١.

(١٠٦) رشدي ضيف، **مرجع سابق**، ص ص ٩٧، ٩٨.