



اتجاهات الجمهور نحو إصدار صحيفة إلكترونية مؤسسية

د. عبد الرحمن بن عبد الله العبدالقادر

مستشار الإعلام المساعد في الاتصال المؤسسي والعلاقات العامة المتعاون بجامعة

الامام محمد بن سعود الإسلامية

ملخص البحث :

تبحث الدراسة في مدى قدرة الصحيفة الإلكترونية على جذب المتلقين وتلبية احتياجاتهم نظرا لثرائها في تقديم المعلومات ومميزاتها في العرض، وتعد الدراسة وصفية وقد تم سحب عينة عمدية بواقع ١٢٥ مفردة من هيئة الجبيل وينبع، وتشير نتائج الدراسة إلى تزايد الاعتماد على الإنترنت في الحياة اليومية للأفراد، حيث يُظهر أن ٧٥% من عينة الدراسة يتصفحون الإنترنت يوميًا، مما يعكس أهمية الإنترنت كمصدر أساسي للتواصل الاجتماعي، متابعة الأخبار، والترفيه. كما أن تفضيل الجمهور للمواقع الإخبارية ومنصات التواصل الاجتماعي يعكس الاتجاه نحو استخدام الإنترنت كأداة رئيسية للحصول على المعلومات. ويمثل هذا التحول أهمية كبيرة في تحسين وتطوير المواقع الإلكترونية للأخبار والخدمات لتلبية احتياجات الجمهور المتزايدة.



من خلال تحليل البيانات المتعلقة بالهيئة الملكية للجبيل وينبع، تبين أن ٥٠% من المشاركين يفضلون الموقع الإلكتروني للهيئة كمصدر رئيسي للمعلومات، وهو ما يشير إلى حاجة كبيرة لتحسين المحتوى الرقمي وتوسيع نطاقه ليشمل تحديثات أكثر دورية وفعالية. تُظهر النتائج أيضاً أهمية تحسين تفاعل الجمهور مع الموقع، وخاصة في مجالات الأخبار والخدمات التي تقدمها الهيئة. بناءً على ذلك، يُوصى بتطوير مواقع الهيئة الإلكترونية والتفاعل مع الجمهور عبر منصات مبتكرة تسهل الوصول إلى المعلومات، مما يعزز من ثقافة استخدام الإنترنت كمصدر رئيسي للأخبار والمعلومات.

الكلمات المفتاحية: الصحف الإلكترونية- هيئة الجبيل- ثراء الوسيلة.



Audience Trends Towards Issuing an Institutional Electronic Newspaper

Dr. Abdul Rahman bin Abdullah Al Abdul Qadir

Abstract

The study investigates the ability of online newspapers to attract audiences and meet their needs, focusing on the richness of information presented and the advantages in its delivery. This descriptive study utilized a purposive sample of 125 individuals from the Royal Commission for Jubail and Yanbu. The findings indicate an increased reliance on the internet in individuals' daily lives, with 75% of the study sample browsing the internet daily. This highlights the internet's role as a primary source for social interaction, news consumption, and entertainment. Furthermore, the audience's preference for news websites and social media platforms reflects a growing trend towards using the internet as the main tool for obtaining information. This shift underscores the importance of improving and developing online news and service websites to meet the growing demands of the audience.

Analysis of data related to the Royal Commission for Jubail and Yanbu reveals that 50% of participants prefer the commission's website as their primary source of information. This indicates a significant need to improve the digital content and expand its scope to include more frequent and effective updates. The results also emphasize the importance of enhancing audience engagement with the website, particularly in news and services offered by the commission. Therefore, it is recommended to develop the commission's online platforms and interact with the audience through innovative tools that facilitate easy access to information, which would promote the culture of using the internet as the primary source for news and information.

Keywords: Online newspapers, Royal Commission for Jubail, Media richness.

مقدمة:

إن الانتشار الواسع للإنترنت، وما تتضمنه من خدمات إلكترونية دفع الكثير من المؤسسات لتغيير ثقافتها والتنافس على الاستثمار الإلكتروني إعلامياً وإعلانياً وتجارياً وخدماتياً عبر الصحافة الإلكترونية، التي نمت وانتشرت وتطورت بشكل سريع فنياً وتقنياً، كما يُعد التواصل مع الجماهير الداخلية والخارجية بالنسبة للمؤسسات أمر حتمي ولا مجال لمناقشته؛ لذلك تسعى المؤسسات بمختلف أنواعها لفتح قنوات متعددة ومتنوعة لإيصال رسائلها لجمهورها وتلقي ردود أفعالهم وانطباعاتهم ومن ثم تحليلها وصولاً لتصميم استراتيجيات وصناعة قرارات تتماشى مع رغبات الجمهور وتطلعاته، ولمواكبة التطور التكنولوجي وما أحدثته الإنترنت من طفرة اتصالية غير مسبوقة.

ومن ثم يمكن القول أن الصحافة الإلكترونية تُعد نوعاً من الاتصال الإلكتروني عبر الشبكة العنكبوتية، وتستخدم الفنون الصحفية المختلفة بما يتناسب مع استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط اتصالي، بما يتضمن استخدام النص، والصوت، والصورة، والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، واستقصاء الأنباء الأنية وغير الأنية، ومعالجتها وتحليلها، ونشرها للجماهير عبر الفضاء الإلكتروني، ومن ثم فإن الصحافة الإلكترونية هي ذلك الوسيط التقني الذي يتوفر لها ناشر سواء فرد أو شركة أو مؤسسة تهدف بالوصول للمحتوى إلى كل مستخدمي شبكة الإنترنت لتحقيق وظائف اتصالية معينة، حيث إن هذه العملية تتم بداية من الفكرة، وتطويرها ثم نشرها وتوصيلها على مواقع مخصصة لها على الشبكة.^١

فقد رأى الباحث أهمية إجراء دراسة يستطلع من خلالها آراء الجمهور نحو إصدار صحيفة إلكترونية مؤسساتية، كما ستسعى الدراسة للتعرف على الجدوى الاتصالية من إصدار صحيفة إلكترونية خاصة بالهيئة الملكية للجبيل وينبع تواكب عصر التحول الرقمي في الإعلام الذي يتم من خلاله مخاطبة الجمهور عبر مختلف الفنون الصحفية الإلكترونية فضلاً عن الرغبة في التعرف على طبيعة الاحتياجات الاتصالية للجمهور والعمل على إشباعها من خلال المحتوى الاتصالي لتلك الصحيفة .



وعليه، فإن هذه الدراسة تبحث فيما إذا كانت الصحيفة الإلكترونية أكثر مناسبة للجمهور اليوم من المجلة المطبوعة لإيصال رسالة الهيئة إليهم، وبناء على ما استكشفه هذه الدراسة من نتائج فإن الباحث يتطلع لتقديم رأي يستنير المسؤولون من خلاله نحو اتخاذ القرار المناسب حيال تبني المقترح المتمثل في إصدار صحيفة إلكترونية مؤسساتية من عدمه.

الدراسات السابقة:

أجريت عدة دراسات علمية في مناطق مختلفة من العالم لمعرفة توجه المتلقين نحو الصحف الإلكترونية، والمطبوعة، وما طرأ عليها من تغيرات بسبب انتشار التقنيات الاتصالية، كما توجهت بعض الدراسات نحو قياس الانقرائية للصحف الإلكترونية، وقد جاءت النتائج كما يلي:

أوضحت دراسة (Sparks, J. F., & Waddell, T. F. 2024) ٢ أنه على الرغم من الدعوات الموجهة للصحفيين ووكالات الإعلام لمعالجة الفجوة بين جمهور الأخبار، وأساليب الكتابة الإخبارية، إلا أن المحتوى يستمر في زيادة صعوبة قراءته، وفهمه للجمهور. وعلى الرغم من أن قابلية القراءة غالباً ما ترتبط بفهم الجمهور واهتمامه، إلا أن الدراسات أغفلت تقييم ما إذا كانت قابلية القراءة عاملاً في تقييمات الجمهور لمصداقية المحتوى، وباستخدام تصميم تجريبي عبر الإنترنت، تهدف هذه الدراسة إلى فحص ما إذا كانت قابلية القراءة تعمل كإجراء يساعد مستهلكي الأخبار على اتخاذ أحكام حول مصداقية الأخبار. تظهر النتائج أن قابلية القراءة لا تميل إلى أن تكون مؤشراً على إدراك المصداقية، بغض النظر عن قوة الانحياز الحزبي أو تفضيلات استخدام وسائل الإعلام. تم مناقشة الآثار النظرية والعملية لهذه النتائج، كما أظهرت دراسة (Shulman, H. C., Markowitz, D. M., & Rogers, T. 2024) ٣ أن أكثر من ٣٠,٠٠٠ تجربة ميدانية مع واشنطن بوست وأب وورثي أن القراء يفضلون العناوين الأبسط (مثل الكلمات الأكثر شيوعاً، والكتابة الأكثر قابلية للقراءة) على العناوين الأكثر تعقيداً. أظهرت تجربة متابعة آلية أن القراء من الجمهور



العام أولوا اهتمامًا أكبر، وعالجوا العناوين الأبسط بشكل أعمق مقارنة بالعناوين المعقدة. أي أن دراسة لاكتشاف الإشارات اقترحت أن القراء كانوا موجّهين من خلال قاعدة كتابة أبسط، بحيث كانوا يتجاهلون العناوين المعقدة نسبيًا للتركيز على العناوين الأبسط. ومن الجدير بالذكر أن عينة من الكتاب المحترفين، بما في ذلك الصحفيين، لم تُظهر هذا النمط، مما يشير إلى أن الذين يكتبون الأخبار قد يقرؤونها بشكل مختلف عن أولئك الذين يستهلكونها. يمكن أن يساعد تبسيط الكتابة وسائل الإعلام في التنافس في اقتصاد الانتباه عبر الإنترنت، كما أن اللغة البسيطة يمكن أن تجعل الأخبار أكثر قربًا للقراء على الإنترنت، كما كشفت دراسة (Kiková, H., & Žuk-Olszewska, M.) (2024) عن أن الأبحاث السابقة في مجال الإعلام تركز بشكل أساسي على تحليل التواصل السياسي ضمن سياق وسائل التواصل الاجتماعي، مع إيلاء اهتمام محدود لتعقيد النصوص السياسية نفسها. لذلك، تهدف هذه الدراسة الصغيرة إلى التحقيق في قابلية القراءة، والفهم للنصوص الرقمية التي ينشرها بعض الشخصيات السياسية على فيسبوك. تم اختيار المنشورات من الشخصيات السياسية بناءً على معايير محددة. تم حساب قابلية القراءة لـ ٢٠٠ منشور تم اختيارها عشوائيًا. لتحديد مستوى قابلية القراءة للنصوص الرقمية، تم تعديل صيغة مؤشر FOG جنبًا إلى جنب مع مقياس قابلية القراءة لمسترك (مؤشر R). بالإضافة إلى ذلك، يتم تقييم فهم المشاركين لـ ١٠ نصوص مختارة من خلال اختبار متعدد الخيارات. نستخدم استراتيجية حذف الكلمات بعناية عند إنشاء الاختبارات، لضمان مستويات مشابهة من الدعم السياقي عبر النصوص. يساعد اختبار تجريبي في تحسين المعوقات المربكة وضمان صعوبة مناسبة للعناصر باستخدام مؤشر القيمة المرفقية. نظرًا لتوزيع البيانات غير الطبيعي، تستخدم هذه الدراسة أساليب إحصائية غير معلمية في تحليلها. وتبين الدراسة وجود فروق كبيرة في الفهم بين النصوص من الشخصيات السياسية المختارة. كما تم العثور على علاقة بين مستوى التعليم والفهم كما يرتبط الفهم بقابلية.

كما ناقشت دراسة (فاطمة الزهراء وآخرون، ٢٠٢٤م) أثر التحول الرقمي للصحف المسائية المصرية عينة الدراسة على انقرائية الجمهور المصري لها، وتنتمي هذه



الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتوصلت إلى أن التحول الرقمي للصحف المسائية أثر بدرجة كبيرة على نسبة عريضة من عينة الدراسة تقدر بـ ٦٧.٣٣%، ممن عقدوا النية لمتابعة المواقع الإلكترونية لتلك الصحف، كما جاء دافع (تكوين وجهة نظر نحو الأحداث) في المرتبة الأولى لدوافع متابعة عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية، حيث جاء الاتجاه العام موافق على هذا الدافع بمتوسط حسابي ٢.٨٩٧٨ ووزن نسبي ٩٦.٥٨، وجاءت نسبة الموافقة على هذا الدافع بنسبة ٩١.٣٣%، في حين أشارت نسبة ٧.١١% أنهم محايدون تجاه هذا الدافع، فيما أشارت نسبة ١.٥٦% أنه ليس هو دافعهم للتعرض للمواقع الإلكترونية للصحف، مقابل دافع (الحصول على بيانات دقيقة في موضوع ما) في المرتبة الخامسة والأخيرة، وكان الاتجاه العام موافق أيضا بمتوسط حسابي ٢.٣٤٢٢ ووزن نسبي ٧٨.٠٧، وجاءت نسبة الموافقة على الدافع بنسبة ٣٦.٠٠%، وأشارت نسبة ٦٢.٢٢% أنهم محايدون تجاه الدافع، وأشارت نسبة ١.٧٨% أن الحصول على بيانات دقيقة في موضوع ما ليس هو غرضهم لمتابعة مواقع الصحف الإلكترونية. -جاء ترتيب جريدة المساء في المرتبة الأولى وفقا لجمهور الدراسة من حيث الحرص على المتابعة بما نسبته ٦٦.٤٤%، وتلتها الأهرام المسائي بما نسبته ٣٢.٨٨% .- أن أكثر من نصف المبحوثين ممن أجابوا على أسئلة الاستبانة يتقون بدرجة متوسطة في المضامين الإخبارية لمواقع الصحف المسائية التي يقرؤونها بما نسبته ٥١.٥٦% من عينة الدراسة، بينما يتقن ٤٦.٠٠% بدرجة كبيرة في تلك المضامين، في مقابل نسبة بسيطة لا تتجاوز ٢.٤٤% ممن يتقون بدرجة ضعيفة بها، كما أوضحت دراسة (رنيم يحيي سالم، دعاء فتحي سالم، ٢٠٢١)^٦ تأثير إخراج الصحف السعودية الإلكترونية على انقراطية الجمهور لهذه الصحف. وتكونت عينة الدراسة التحليلية من الصحف السعودية الإلكترونية تمثلت في صحيفة عكاظ والمدينة والشرق الأوسط والرياض لمدة ثلاثة أشهر بداية من ٢٠١٨/٨/١م إلى ٢٠١٨/١٠/٣٠م، إلى جانب إجراء دراسة ميدانية على ٢٠٠ مفردة من الجمهور السعودي سكان المنطقة الغربية وبالتحديد محافظة جدة وهم من متابعي الصحف السعودية الإلكترونية خلال شهر إبريل ومايو من عام ٢٠١٩م. وتوصلت الدراسة لوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة المبحوثين للصحف السعودية الإلكترونية وانقراطية تلك الصحف لدى مستخدميها، ووجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة المبحوثين



للصحف السعودية الإلكترونية والإشباعات المتحققة من تلك المتابعة إخراجياً، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام المبحوثين للصحف السعودية الإلكترونية باختلاف تفضيلاتهم للأساليب الإخراجية في تقديم الأخبار بتلك الصحف.

كما هدفت دراسة (سحر عبد المنعم، ٢٠٢٠م)^٧ التعرف على دور الإنفوجرافيك في زيادة إنقرائية المحتوى الإعلامي في مواقع الصحف المصرية والعالمية، وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في أربعة مواقع إلكترونية مصرية وبريطانية، تم جمع بياناتها باستخدام أداة تحليل المضمون الكمي والكيفي في الفترة من (١ / ٤ / ٢٠٢٠ إلى ٣١ / ٥ / ٢٠٢٠م)، وتم تحليل عينة قوامها ٣٠٠ إنفوجراف تم عرضها خلال الفترة الزمنية المحددة، بينما تمثلت عينة الدراسة الميدانية في عينة عمدية من الشباب الجامعي في أربع من الجامعات المصرية الحكومية والخاصة اختيرت بطريقة عشوائية من طلاب كليات الإعلام قوامها ٣٠٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أنه جاءت الموضوعات الصحية على رأس قائمة الموضوعات التي تناولها الإنفوجرافيك خلال فترة الدراسة بنسبة ٣١% من عينة الدراسة؛ حيث تم طرح عددا كبيرا من الموضوعات الصحية التي تتعلق بمرض كورونا المستجد، وجاءت الأخبار السياسية والأمنية في الترتيب الثاني بنسبة ١٦.٦% من إجمالي عينة الدراسة، بينما جاءت الأخبار الاقتصادية في الترتيب الثالث بنسبة ١٥% من إجمالي العينة، ثم الأخبار الدينية في الترتيب الرابع بنسبة ٩.٣% كما جاء الإنفوجرافيك الثابت على رأس قائمة الأنواع الخاصة بالإنفوجرافيك بنسبة ٩٣%، ثم المتحرك بنسبة ٥.٦% فالنفاغلي بنسبة ١.٣% فقط من العينة في المواقع التي قامت الباحثة بتحليلها.

هدفت دراسة (أيمن خميس ربيع وآخرون، ٢٠١٩م)^٨ التعرف على إنقرائية الأخبار في المواقع الإلكترونية للصحف الفلسطينية اليومية، ومدى نجاح هذه المواقع في تحقيق أكبر قدر من الإنقرائية لقرائها، من خلال إجراء دراسة تحليلية على عينة دورية بنائية منتظمة من الأخبار المنشورة في مواقع الدراسة خلال المدة الزمنية من (٢ / ٦ / ٢٠١٥م وحتى ٢ / ٧ / ٢٠١٥م)، حيث بلغ عدد مفردات العينة التحليلية (٦٤٤ مفردة) أثناء مدة الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى وجود (١٠) عناصر لسهولة إنقرائية الأخبار في المواقع الإلكترونية للصحف الفلسطينية اليومية، مقابل (٥) عناصر لصعوبة الإنقرائية فيها، وبلغت نسبة



عناصر سهولة أخبار مواقع الدراسة الأربعة (٨٧.٤٩%)، حيث كان موقع صحيفة الأيام الأكثر إنقرائية بنسبة (٩٠.٣٥%)، تلاه في المرتبة الثانية موقع صحيفة القدس بنسبة (٨٨.١٨%)، وفي المرتبة الثالثة موقع صحيفة فلسطين بنسبة (٨٧.٦٢%)، وأخيراً موقع صحيفة الحياة الجديدة بنسبة (٨٣.٨٢%). وتؤكد نتائج التحليل أن مواقع الدراسة الأربعة لم تستخدم قط النصوص الفائقة بأنواعها الثلاثة في أخبارها، كما أشارت نتائج الدراسة التحليلية إلى تفاوت مواقع الصحف الفلسطينية اليومية في استخدام الفيديو مع أخبارها، إذ استخدم موقع صحيفة الحياة الجديدة الفيديو بنسبة ١٥.١%، تلاه موقع صحيفة القدس بنسبة ٢.٣%، ومن ثم موقع صحيفة فلسطين بنسبة ١.٩%، في حين لم يستخدم موقع صحيفة الأيام الفيديو مطلقاً.

هدفت دراسة (رنيم يحيى، دعاء فتحي سالم، ٢٠١٩م)^٩ التعرف على إخراج الصحف السعودية الإلكترونية وعلاقته بانقرائية الجمهور لهذه الصحف، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي على عينة قوامها (٢٠٠) مفردة من سكان محافظة جدة المتابعين للصحف السعودية الإلكترونية، وتوصلت إلى أن عينة الدراسة يتابعون الصحف السعودية الإلكترونية أقل من ساعة بنسبة ٦٩%، يليه متابعتها من ساعة إلى ساعتين بنسبة ١٨.٥%، وبنسبة ١٢.٥% من يتابعها أكثر من ساعتين، وأوضح ٦٥% من عينة الدراسة أنهم يوافقون أحياناً على شكل الصحف السعودية الإلكترونية، بينما ٢٤.٥% لا يوافقون دائماً، وبنسبة ٨.٥% يوافقون نادراً و٥% لا يوافقون، وجاء الخط (Riy- bold, Riy- semibold) أفضل الخطوط المستخدمة عند كتابة المتون والعناوين بالنسبة لانقرائية عينة الدراسة لها، جاءت ألوان الصور والرسوم في مقدمة انقرائية عينة الدراسة لها، يليها ألوان الأرضيات ثم الخطوط، كما توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة ارتباطية بين متابعة المبحوثين للصحف السعودية الإلكترونية وانقرائية تلك الصحف، وأن هناك بعض الفروق بين دوافع استخدام المبحوثين لتلك الصحف والأساليب الإخراجية بتلك الصحف.

تناولت دراسة (خالد عبد الله النامي، ٢٠١٨م) التعرف على طبيعة وحدود التأثير الذي يقوم به الموقع الإلكتروني لوزارة التعليم العالي السعودي في تشكيل اتجاهات الجمهور السعودي نحو خدمات وموضوعات الوزارة المتاحة إلكترونياً، وهو ما يترتب عليه تحديد



مدى مقروئية الاتصال الإلكتروني للموقع الإلكتروني، وكشفت نتائج الدراسة عن ارتفاع مقروئية الموقع الإلكتروني للوزارة، مما يدل على حرص القائمين على الموقع على تجديد المحتوى المعلوماتي المتاح مع مراعاة الشكل الجمالي في التصميم، وسهولة تقديم هذا المحتوى المعلوماتي إلكترونياً، وفي مسيرة التغيير المجتمعي..

سعت دراسة (فرج خيرى، ٢٠١٨م)^{١١} التعرف على انقراطية الأخبار ومقالات الرأي بالصحف الإلكترونية العربية وعلاقتها بالاتجاه نحو التطرف الفكري لدى الشباب السيناوي، وتكونت عينة البحث من عينة الصحف الإلكترونية وهم أربع صحف، صحيفتي القدس والأيام الفلسطينية، وصحيفتي اليوم السابع والمصري اليوم المصريين، وتم تحليل الأخبار ومقالات الرأي بهذه الصحف لمدة شهر في الفترة من (١٠ يناير ٢٠١٨م حتى (١٠ فبراير ٢٠١٨م) والتي بلغ عدد مفرداتها (٤٠٤١ خبر) و(٨٦١ مقالا)، بالإضافة إلى العينة الميدانية والتي قوامها (٢٠٠) مفردة من الجنسين (ذكور وإناث) من الشباب السيناوي والذين تتراوح أعمارهم بين (١٨-٣٠) سنة من محافظة شمال سيناء. وتوصلت الدراسة لوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ثراء الصحف الإلكترونية العربية وقراءتها، فضلا عن أن صحيفتي القدس والأيام جاءتا في المركز الأول من حيث درجة الثراء الإعلامي المتمثل في (رجع الصدى الفوري، تعدد الرموز، التركيز الشخصي، استخدام لغة مألوفة)، بينما جاءت صحيفتا اليوم السابع والمصري اليوم في المركز الثاني من حيث درجة الثراء.

وهدفت دراسة (يحيى باسم يحيى، ٢٠١٥م)^{١٢} التعرف على انقراطية الأخبار في المواقع الإلكترونية للصحف الفلسطينية اليومية، عبر إجراء دراسة تحليلية على عينة دورية بنائية منتظمة من الأخبار المنشورة في مواقع الدراسة الأربعة خلال المدة الزمنية من (٢ / ٦ / ٢٠١٥ وحتى ٢ / ٧ / ٢٠١٥م)؛ وإجراء دراسة ميدانية على عينة عشوائية طبقية من طلبة الجامعات الفلسطينية (الإسلامية، والأزهر، والأقصى) بلغت (٢٣٥) مبحوث، وتوصلت الدراسة إلى أن موقع صحيفة القدس الأكثر انقراطية بنسبة (٩٠.٢%)؛ تلاه في المرتبة الثانية موقع صحيفة فلسطين بنسبة (٨٩.٩%)، وكانت أسباب انقراطية أخبار المواقع الإلكترونية للصحف الفلسطينية اليومية بشكل دائم أو



أحيانا من وجهة نظر أفراد العينة، لمواكبتها للأحداث الجارية أولا بنسبة (٦٤.٥%)، وثانيا لأن أخبارها واضحة وبسيطة ومختصرة بنسبة (٤٠.٧%)، وأما السبب الثالث لشعبية نسختها الورقية فحصل على نسبة (٢٨.٥%)، والسبب الرابع لأنها تستخدم الصور والفيديو بشكل كبير بنسبة (٢٠.٣%)، والسبب الخامس لأنها تتيح المشاركة وإبداء الرأي بنسبة (١٨.٦%)، والسبب الأخير لواقعيتها واتصالها المباشر بمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع "فيس بوك" بنسبة (٤.١%).

كما يلاحظ أن أغلب الدراسات الحديثة تشير بوضوح إلى توجه المتلقين نحو الصحف الإلكترونية على حساب الصحف المطبوعة. ومن هذه الدراسات دراسة مركز بيو الأمريكي للأبحاث (٢٠١٤م) في تقرير تحت عنوان: (Americans Feel Better Informed Thanks to the Internet)، واستخدم المركز استبياننا شمل ١٠٠٦ من مستخدمي الانترنت في الولايات المتحدة الأمريكية. وقد توصلت الدراسة إلى أن الأمريكيين يرون أنهم أصبحوا أكثر إماماً بالأخبار بسبب الصحف الإلكترونية، وأنهم يفضلون استخدام الأجهزة الذكية لتلقي الأخبار، كما أن هذا المركز قام بعدة استطلاعات سابقة أشارت إلى أن الجمهور يتجه نحو الصحف الإلكترونية على حساب الصحف المطبوعة.^{١٣}

بينما وجدت دراسة أجرتها هيئة مراقبة الاتصالات البريطانية "Ofcom" (2014) بعنوان (Digital News Finally As Popular As Newspapers In The UK) أن نسبة قراء الصحف الإلكترونية في بريطانيا زادت من ٣٢% عام ٢٠١٣م إلى ٤١% عام ٢٠١٤م بينما نسبة قراء الصحف المطبوعة كانت ٤٠% عام ٢٠١٣م وظلت النسبة كما هي في ٢٠١٤م،^{١٤} وفي دراسة "Liew Chee Kit & Gan Wei Teng" (2014) بعنوان: (Print Newspaper versus Online News Media, A Quantitative Study on Young Generation Preference)، عن تفضيلات الجيل الجديد في ماليزيا ما بين الصحف المطبوعة والإلكترونية، وبلغ عدد المشاركين في استبيان الدراسة ١٠٠ مشارك بين عمري ١٥ سنة و ٢٧ سنة، وانتهت الدراسة إلى أن الجيل الجديد يفضل استخدام الأجهزة الذكية لمعرفة الأخبار على حمل الصحف المطبوعة.^{١٥}



وفي عام (٢٠١٣م) جاءت دراسة معهد رويترز لدراسة الصحافة جامعة أكسفورد، التي استهدفت معرفة اتجاهات القراء من مختلف الأعمار تجاه الصحف الإلكترونية مقابل الورقية، وقد شملت ١٠.٨٤٣ شخص من تسع دول؛ وهي: الولايات المتحدة الأمريكية، وبريطانيا، وفرنسا، وألمانيا، والدنمارك، وأستراليا، وإيطاليا، واليابان، والبرازيل. وأكدت الدراسة أن الجمهور من مختلف الأعمار يفضلون الصحف الإلكترونية على الصحف المطبوعة، بما فيهم أولئك الذين تجاوزت أعمارهم الخمسة وخمسين عاماً،^{١١} أما دراسة مركز (The National Literary) البريطاني (٢٠١٣م) التي كانت على ٣٥ ألف شخص تراوحت أعمارهم بين ٨ سنوات و ١٦ سنة، فقد توصلت إلى أن صغار السن يفضلون القراءة من شاشة الكمبيوتر والهواتف الذكية على القراءة من المطبوعات.^{١٧}

التعليق على الدراسات السابقة:

تنزايد أهمية قابلية القراءة في تحديد مدى تأثير المحتوى الإعلامي على الجمهور في العصر الرقمي. تشير العديد من الدراسات الحديثة إلى أن تحسين قابلية القراءة له دور أساسي في جذب انتباه الجمهور وزيادة فعالية المحتوى، إلا أن النتائج لا تكون متسقة تمامًا عبر كافة الأنواع الإعلامية. فعلى سبيل المثال، دراسة Sparks & Waddell (2024) وجدت أن قابلية القراءة لا تؤثر بشكل كبير على إدراك المصادقية من قبل الجمهور، رغم ارتباطها بالاهتمام والفهم. وهذا يشير إلى أن تحسين الأسلوب الكتابي قد لا يكون العامل الحاسم في تحسين جودة المحتوى من ناحية مصداقيته، ولكن يمكن أن يلعب دورًا في جذب الجمهور لفهم المحتوى بطريقة أفضل، وفي المقابل، تشير دراسة (Shulman et al. 2024) إلى أن العناوين البسيطة تسهم في جذب اهتمام القراء بشكل أكبر مقارنة بالعناوين المعقدة. هذا يعكس أهمية تبسيط الكتابة الصحفية لزيادة فعالية الوصول إلى الجمهور المستهدف. فالعناوين التي تحتوي على كلمات بسيطة وواضحة غالبًا ما تحقق نتائج أفضل في جذب القارئ، مما يعزز من انطباعه الأولي عن المحتوى ويساهم في زيادة انقراطيته.



عندما يتعلق الأمر بالنصوص السياسية، تشير دراسة Kiková & Žuk- (2024) Olszewska إلى أن قابلية القراءة تؤثر بشكل ملحوظ على فهم الجمهور لهذه النصوص. على الرغم من أن الجمهور العام يفضل النصوص السهلة الفهم، إلا أن هذه العلاقة كانت أقل وضوحًا لدى الكتاب المحترفين مثل الصحفيين. هذا يبرز الفرق بين احتياجات القراء العاديين والكتاب المحترفين في التعامل مع النصوص المعقدة، حيث قد يفضل الكتاب المحترفون الكتابة الأكثر تعقيدًا التي تتطلب مهارات تحليلية، بينما يفضل القراء العاديون النصوص التي تتمتع بالوضوح والبساطة لتسهيل فهمها.

كما دراسة فاطمة الزهراء وآخرون (٢٠٢٤م) تناولت تأثير التحول الرقمي على انفرادية الصحف المصرية، حيث أظهرت أن التحول الرقمي كان له تأثيرًا كبيرًا في جذب اهتمام الجمهور. إذ أبدى أغلب القراء رغبتهم في متابعة الأخبار عبر المواقع الإلكترونية للصحف، مما يعكس تزايد الإقبال على الإعلام الرقمي بسبب سلاسة الوصول إلى المعلومات وسهولة التفاعل مع المحتوى. هذا التحول الرقمي يفتح المجال أمام الصحف لتطوير أساليب كتابة وإخراج تسهم في تحسين قابلية القراءة وبالتالي تعزيز انقرائية المحتوى الإعلامي.

يبرز دور الإخراج الإعلامي بشكل واضح في دراسة رنيم يحيي سالم ودعاء فتحي سالم (٢٠٢١م)، التي أكدت أن الأسلوب الإخراج يلعب دورًا رئيسيًا في انفرادية الصحف الإلكترونية. من خلال استخدام أساليب إخراجية مبتكرة مثل تنسيق النصوص والصور والعناوين الجذابة، يمكن جذب انتباه القراء بشكل أكبر. وهذا يتوافق مع ما أظهرته دراسة أيمن خميس ربيع وآخرون (٢٠٠٩م) من وجود علاقة قوية بين كثافة متابعة الصحف الإلكترونية ودرجة انفرادها، مع تأثير واضح للاختيارات الإخراجية في جعل المحتوى أكثر جذبًا للمستخدم.

في سياق تحسين انقرائية المحتوى الإعلامي، تشير دراسة سحر عبد المنعم (٢٠٢٠م) إلى أن الإنفو جرافيك يعد أداة فعالة في زيادة انقرائية الصحف، وخاصة في



المواضيع الصحية. فقد تبين أن الإنفوجرافيك يعد من أكثر الأشكال الإعلامية جذبًا للقراء، نظرًا لأنه يقدم المعلومات بشكل مرئي يسهل استيعابه. وهذا يعكس التوجه المتزايد في الإعلام الرقمي نحو تبني تقنيات مرئية لتحسين فهم الجمهور وتحفيزه على متابعة المحتوى.

بناءً على هذه الدراسات، يمكن ملاحظة أن هناك توافقًا في الآراء حول أهمية تبسيط الكتابة الصحفية والإخراج الإعلامي لتعزيز انقائية المحتوى الإعلامي وجذب انتباه الجمهور. ففي ظل التحول الرقمي السريع، تزداد الحاجة إلى استخدام أساليب كتابة مرنة وسهلة الفهم، مع اعتماد أساليب إخراجية مبتكرة مثل الإنفوجرافيك، بهدف تحسين قابلية القراءة وجذب مزيد من القراء. يبرز ذلك الحاجة الماسة لتحسين استراتيجيات الإعلام الرقمي بحيث يتماشى مع تفضيلات الجمهور المتزايدة للكتابة الواضحة والمحتوى الجذاب.

أوجه الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة وربطها مع موضوع اتجاهات الجمهور نحو إصدار صحيفة إلكترونية مؤسساتية:

أولاً: تبسيط الكتابة الإعلامية لزيادة الوصول إلى الجمهور: الدراسات التي تناولت تأثير قابلية القراءة على انقائية المحتوى، مثل دراسة Sparks & Waddell (2024) ودراسة Shulman et al. (2024)، تؤكد أهمية تبسيط الكتابة في جذب القراء وتحفيزهم على التفاعل مع المحتوى الإعلامي. عند التفكير في إطلاق صحيفة إلكترونية مؤسساتية، يتعين على الصحيفة تبني أسلوب كتابة بسيط وواضح يلبي احتياجات الجمهور العام، مما يساهم في زيادة فهم المحتوى الإعلامي وزيادة متابعته. هذا يتماشى مع الاتجاهات الحالية في الإعلام الرقمي، حيث يفضل الجمهور العناوين البسيطة والنصوص السهلة القراءة.

ثانياً: أهمية التركيز على النصوص السهلة الفهم في الموضوعات السياسية: تشير دراسة Kiková & Žuk-Olszewska (2024) إلى أن النصوص السياسية تحتاج



إلى تبسيط لفهم الجمهور. في حالة الصحيفة الإلكترونية المؤسسية، من المهم أن يتم تبسيط الموضوعات السياسية بطريقة لا تؤثر على المصداقية أو عمق التحليل. هذا يفتح الباب أمام إمكانية تصميم محتوى متوازن، يعرض القضايا السياسية بطرق واضحة وجذابة للمجتمع العام دون المساومة على جودة التحليل والمعلومات.

ثالثاً: الاستفادة من التحول الرقمي لتعزيز التفاعل مع الجمهور: توضح دراسة فاطمة الزهراء وآخرون (٢٠٢٤م) أهمية التحول الرقمي في جذب جمهور جديد من خلال المواقع الإلكترونية للصحف. هذا يشير إلى أنه عند إطلاق صحيفة إلكترونية مؤسسية، من الضروري دمج التحول الرقمي بشكل فعال، مع توفير محتوى يواكب آخر الأحداث والمواضيع ذات الصلة بالجمهور. يجب التركيز على تسهيل الوصول إلى الأخبار وملاءمة المحتوى مع تفضيلات الجمهور، مثل تخصيص الأخبار والإعلانات بناءً على اهتمامات القراء.

رابعاً: تحسين الإخراج الإعلامي لجذب انتباه القراء: دراسات مثل رنيم يحيي سالم ودعاء فتحي سالم (٢٠٢١م) ودراسة أيمن خميس ربيع وآخرون (٢٠١٩م) تؤكد على أهمية دور الإخراج في تعزيز انقرائية المحتوى. في الصحيفة الإلكترونية المؤسسية، يمكن الاستفادة من هذه النتائج عن طريق استخدام أساليب إخراجية مبتكرة مثل تنسيق النصوص، إضافة الصور التوضيحية، واستخدام تصميمات جذابة تجعل التفاعل مع المحتوى أكثر سهولة ومتعة. إضافة إلى ذلك، يمكن تخصيص الصفحة الرئيسية لتكون سهلة التصفح وجذابة للقراء، مما يعزز من فرص الاحتفاظ بالزوار وتحفيزهم على العودة.

خامساً: استخدام الإنفوجرافيك لتحسين الانتباه والتركيز على المحتوى: أشارت دراسة سحر عبد المنعم (٢٠٢٠م) إلى أهمية استخدام الإنفوجرافيك في زيادة انقرائية المحتوى الإعلامي، وخاصة في الموضوعات الصحية. في الصحيفة الإلكترونية المؤسسية، يمكن الاستفادة من هذه التقنية في عرض المعلومات المعقدة بشكل مبسط



ومرئي. الإنفوجرافيك يمكن أن يكون أداة فعالة في جذب اهتمام القراء، خاصة عندما يتعلق الأمر بالبيانات الإحصائية أو التقارير المهمة التي تحتاج إلى تقديمها بطريقة سهلة الفهم.

سادسا: تلبية احتياجات الجمهور المتنوع: من خلال نتائج الدراسات، يمكن للصحيفة الإلكترونية المؤسساتية أن تساهم في تلبية احتياجات جمهورها المتنوع. يجب أن تشمل الصحيفة المحتوى الذي يناسب فئات متنوعة من القراء، مع التركيز على موضوعات تهم الجمهور مثل الأخبار المحلية والدولية، التحليلات السياسية، والتقارير الاقتصادية والاجتماعية. علاوة على ذلك، يجب توفير خيارات تفاعلية مثل التعليقات والمشاركة عبر منصات التواصل الاجتماعي لزيادة التفاعل مع المحتوى وتعزيز الانتماء للمؤسسة الإعلامية.

استنادًا إلى نتائج الدراسات السابقة، يتضح أن هناك العديد من الاتجاهات التي يمكن للصحيفة الإلكترونية المؤسساتية الاستفادة منها عند تخطيط وإطلاق محتواها. من خلال تبسيط الكتابة الإعلامية، تحسين الإخراج، وتوظيف تقنيات مرئية مثل الإنفوجرافيك، يمكن تعزيز انقرائية الصحيفة وجذب جمهور أكبر. كما أن التحول الرقمي له دور محوري في تحسين التفاعل مع الجمهور وتوسيع نطاق الوصول إلى الأخبار والمحتوى. إذا تم تكامل هذه العناصر بشكل فعال، فإن الصحيفة الإلكترونية ستتمكن من تحقيق نجاح كبير في جذب الجمهور والمساهمة في نشر الوعي الثقافي والسياسي بين فئات المجتمع المختلفة.

أولاً: مشكلة الدراسة:

تستعرض الدراسة قدرة الصحيفة الإلكترونية المرتبطة بالهيئة الملكية للجبيل وينبع على جذب المتلقين وتلبية احتياجاتهم، بفضل ما تقدمه من محتوى غني ومميزات في طريقة العرض. كما تهدف الدراسة إلى فحص مدى قدرة هذه الصحف الإلكترونية على تلبية رغبات المتلقين واحتياجاتهم بشكل يفوق قدرة الصحف المطبوعة التي تصدر عن المؤسسات الأخرى.



ثانياً: أهمية الدراسة:

أهمية عملية: تكمن أهمية هذه الدراسة العملية في تمكين الهيئة الملكية للجبيل وينبع من تحسين وتطوير الصحف الإلكترونية التي تصدر عنها بما يتناسب مع احتياجات المتلقين ومتطلبات العصر الرقمي. من خلال فهم قدرة الصحيفة الإلكترونية على جذب الجمهور، يمكن تعزيز التفاعل بين الهيئة وجمهورها، مما يسهم في رفع الوعي العام حول أنشطتها وخدماتها. كما أن تحسين تجربة المستخدم في الوصول إلى المعلومات وتوفير محتوى غني وموثوق يسهم في تعزيز سمعة الهيئة كمصدر رئيسي للمعلومات، مما يساهم في تحقيق أهدافها المؤسسية ويؤثر إيجابياً على تحقيق نتائج مهنية وتنظيمية أفضل.

أهمية نظرية: من الناحية النظرية، تساهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات المتعلقة بدور الصحف الإلكترونية في تلبية احتياجات المتلقين داخل المؤسسات. كما تفتح المجال لدراسة العلاقة بين تزايد استخدام الإنترنت وفعالية الصحف الإلكترونية مقارنة بالصحف المطبوعة في المؤسسات الحكومية والخاصة. تسهم هذه الدراسة في تقديم مفاهيم جديدة حول كيفية استخدام الصحف الإلكترونية كأداة فعالة للتواصل المؤسسي، بما يعزز الفهم الأكاديمي حول استراتيجيات الإعلام المؤسسي في العصر الرقمي ويساهم في تطوير نماذج نظرية لقياس تأثير وسائل الإعلام الإلكترونية على الجمهور.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في التعرف على آراء الجمهور نحو إصدار صحيفة إلكترونية مؤسساتية، ويتفرع من هذا الهدف عدة أهداف من أهمها:

- ١- التعرف على الجدوى الاتصالية من إصدار الهيئة الملكية للجبيل وينبع صحيفة مؤسساتية إلكترونية .
- ٢- استطلاع آراء الجمهور لجهة تفضيلاتهم بين الإصدار الورقي والإلكتروني .

- ٣- التعرف على طبيعة استخدامات الجمهور الاتصالية تمهيدا لإشباعها .
- ٤- التعرف على طبيعة استخدامات الجمهور الالكترونية ومدى مواكبتهم للمستجدات التقنية .
- ٥- التعرف على السمات الديموغرافية للمبجوثين.

رابعاً: الإطار النظري: نظرية ثراء الوسيلة.

تُعد نظرية ثراء الوسيلة واحدة من أهم النظريات الحديثة التي تساعد في تفسير العلاقة بين وسائل الإعلام والوسائط التكنولوجية والاتصالية وأثر هذه الوسائل وخصائصها على أداء الفرد،^{١٨} حيث تُعد حجر الأساس لدراسات تكنولوجيا الاتصال الرقمية الحديثة، وسلوك استخدام وسائل الإعلام خاصة الحديثة من قبل الفرد،^{١٩} وتطرح معايير اختيار الوسائط بناءً على مستوى ثرائها المعلوماتي مما يجعلها وسيلة فعالة وتحظى بطلب الجمهور عليها لقدرتها المرتفعة والثرية على توضيح وتفسير الأحداث والأسئلة،^{٢٠} لذا استهدفت النظرية تصنيف الوسائل الإعلامية الجديدة وفق قدرتها على تحسين الفهم وتحقيق التفاهم بين أطراف العملية الاتصالية بشكل سريع ودقيق بما يسهم في اختيار الوسيلة الاتصالية الملائمة للهدف المراد تحقيقه من الاتصال،^{٢١} لذا تقترح النظرية أن المعلومات الأكثر ثراءً تحفز ثقة أكبر عبر تعزيز توظيف ثراء الوسائط في تقديم المعلومات،^{٢٢} حيث أن الوسائط التكنولوجية ومواقع التواصل الاجتماعي عززت من ثراء وسائل الإعلام التقليدية وجعلتها تفاعلية^{٢٣} حيث أن هذه الوسائل التقليدية اتجهت للتواجد على المنصات الرقمية، فمثلاً صفحات الـ Face book تعتبر من مقاييس الثراء الإعلامي حيث تُعد أداة نموذجية لنشر المعلومة، وللتفاعل بخصوصها وتحقيق سلوك المشاركة لها،^{٢٤} إلى جانب التعليم والدعم السلوكي وقت الأزمات والكوارث كما تعتبر أكثر ثراءً من الـ Email لإمكانية التفاعل عن طريق الصور ومشاركة الفيديوهات وإبداء الآراء والتعليق.^{٢٥}

يبرز الدور الحيوي لثراء وسائل الإعلام بشكل خاص خلال فترات الأزمات والجائحات، حيث كان للشبكات الاجتماعية دور بارز أثناء جائحة كورونا. فقد ساعدت



هذه المنصات في تحقيق تغطيات إعلامية مؤثرة ساهمت في السيطرة على الأوضاع الأمنية للدول خلال الأزمة، كما لعبت دورًا كبيرًا في استقرار المجتمعات وتعزيز الوعي بضرورة الالتزام بالإجراءات الوقائية. ومع ذلك، تبين أن الأفراد واجهوا صعوبة في التعامل مع المعلومات المتزايدة التي نقلتها هذه الوسائط الغنية، مما أثر على قدرتهم في تعديل سلوكياتهم واتجاهاتهم. لذا، أصبح من الضروري إيجاد طرق للتعامل مع الآثار السلبية لثراء الإعلام، حيث كلما زادت المعلومات السلبية والجديدة، زادت معاناة الجمهور في استيعابها وإدارتها.^{٢٦}

وبالتالي تركز النظرية على أن فعالية الاتصال تعتمد على القدرة التي يتمتع بها الفرد في استخدام الوسيلة، حيث تركيزها على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة،^{٢٧} حيث أن هذه الشبكات تتمتع بسهولة التعرض لها عبر توفير قنوات الاتصال الحديثة وتكنولوجيا الاتصال الحديثة مثل الهواتف الذكية ووسائل حمل المعلومات مثل تعابير الوجه، لغة الجسد، الإيماءات، إلى جانب الصوت^{٢٨}، وبالتالي سهولة التعرف على ردود الفعل، خاصة أن الجمهور يميل لاستخدام الوسيلة التي توفر له سرعة الحصول على المعلومة وأثارها.^{٢٩}

تتمتع المنصات الإعلامية بقدرة هائلة على نشر المعلومات والأخبار المتنوعة، فضلاً عن تحفيز الأفراد على التفاعل والتواصل. يُعتبر هذا النوع من الوسائط مثلاً على "ثراء الوسيلة" التي توفر المعلومات. كما تتميز منصات التواصل الاجتماعي بطابع لامركزي،^{٣٠} مما يتيح لأي جهة إعداد، تحرير، ونشر المحتوى للجميع باستخدام نفس المنصة. وقد أظهرت الدراسات أن ثراء الرسائل والمحتوى على هذه المنصات يعتمد على الطريقة التي يتم بها تنظيمه وبنائه.^{٣١}

وتنوعت زوايا تعريف ثراء الوسيلة كما يلي:

- تكون الوسيلة قادرة على تسهيل الفهم المشترك خلال فترة زمنية متغلبة على الأطر المرجعية المختلفة.^{٣٢}



- قدرة الوسيلة على معالجة المعلومات أي قدرة الرسالة على تغيير الفهم في فترة زمنية معينة.^{٣٣}
 - قدرة الوسيلة على معالجة المعلومات أو نقل المحتوى المتضمن في رسالة ما وهذا يماثل افتراض نظرية الوجود الاجتماعي بأن هناك وسائل معينة ملائمة لأنماط محددة من الرسائل.^{٣٤}
 - أن الوسيلة الإعلامية تحقق مهمتها بنجاح عندما تتوافق احتياجات المهمة مع قدرات الوسيلة على توصيل الرسالة.^{٣٥}
- فروض النظرية :^{٣٦}**

١. تمتلك وسائل الاتصال قدرات متفاوتة في توضيح الغموض وتسهيل التواصل الفعّال بين الأطراف المعنية.
٢. يسعى الأفراد إلى تقليل التردد والغموض الذي يحيط بالعمليات الاتصالية بينهم، ولذلك يختارون وسائل معينة يعتبرونها الأكثر فاعلية في أداء المهام المطلوبة.

المتغيرات المؤثرة في نظرية ثراء الوسيلة :^{٣٧}

- يتوقف التفاعل الذي تثيره وسائل الإعلام المختلفة على مدى ملاءمة الوسيلة للوظيفة التي تؤديها. إذ أن اختيار الوسيلة المناسبة يتأثر بعاملين رئيسيين هما جودة القرار، التي تشير إلى قدرة الوسيلة الإعلامية على أداء المهمة الموكلة لها بفاعلية، وتوقيت القرار، الذي يتعلق باختيار الوسيلة المناسبة في الوقت المناسب لتحقيق الأهداف المرجوة.
- علاوة على ذلك، فإن معايير اختيار الوسيلة الإعلامية تعتمد بشكل كبير على مدى ثرائها المعلوماتي، أي قدرتها على تقديم محتوى غني ومتنوع يلبي احتياجات الجمهور. ونجاح وسائل الاتصال في أداء مهمتها يظهر من خلال رضا الجمهور عن العملية الاتصالية ومدى تفاعله معها، مما يعكس فاعلية الوسيلة في توصيل الرسائل وتحقيق الأهداف.



- تتعدد العوامل التي تؤثر في فاعلية وسائل الإعلام، مثل العقلانية في اختيار الوسيلة، بالإضافة إلى القدرة على التفاعل، وهي القدرة التي تتيح للمتلقي المشاركة والتفاعل مع المحتوى بشكل فعال. وفي هذا السياق، أضاف الباحثون بعض المتغيرات المستحدثة في إطار تطبيق نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، مثل سهولة الوصول إلى الوسيلة وسرعة الوصول إليها. كما تم التركيز على أهمية الثقة في الوسيلة الاتصالية والخبرة السابقة بالجمهور مع الوسيط الإعلامي.
- تتضمن هذه المتغيرات أيضاً التكلفة المالية للوسيلة، التي تلعب دوراً في تحديد مدى قبولها لدى الجمهور، وكذلك قدرة الوسيلة على توفير رجوع الصدى، أي الاستجابة التي يحصل عليها المرسل من المتلقي. كما أن استخدام الإشارات والرموز المتعددة، وتقديم رسائل مفصلة ومتخصصة باستخدام اللغة الطبيعية، تعد من العوامل التي تعزز فاعلية الوسيلة الإعلامية وتجعلها أكثر قدرة على التواصل الفعال مع جمهورها.^{٣٨}

أوجه الاستفادة من نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية:

- نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية تقدم إطاراً مهماً لفهم كيفية اختيار الوسائل الإعلامية وفقاً لثرائها المعلوماتي ومدى قدرتها على نقل الرسائل بشكل فعال. يمكن تطبيق هذه النظرية في تحليل اتجاهات الجمهور نحو إصدار صحيفة إلكترونية مؤسسية وانقرايتها من خلال عدة جوانب:
- **ثراء المحتوى في الصحيفة الإلكترونية:** استناداً إلى نظرية ثراء الوسيلة، يمكن للصحيفة الإلكترونية أن تقدم محتوى غنياً ومتعدد الأبعاد من خلال دمج النصوص، الصور، الفيديوهات، والرسوم البيانية، مما يجعلها أكثر قدرة على جذب انتباه الجمهور وتوفير معلومات شاملة. عندما يُستخدم هذا النوع من الوسائط المتعددة بشكل مناسب، يمكن للصحيفة الإلكترونية أن تساهم في تحسين فهم الجمهور للموضوعات المطروحة، وبالتالي تعزيز انقرايتها.
- **سهولة الوصول وسرعة الوصول إلى المعلومات:** تُعد القدرة على الوصول السريع إلى المعلومات من خلال الصحف الإلكترونية ميزة رئيسية تُسهم في



جذب الجمهور. نظرًا لأن هذه الصحف متوفرة على الإنترنت ويمكن الوصول إليها عبر أجهزة متعددة (الهواتف الذكية، الأجهزة اللوحية، وأجهزة الكمبيوتر)، فإن نظرية ثراء الوسيلة تشير إلى أن هذه الوسيلة توفر سهولة ومرونة في الوصول إلى المحتوى، مما يجعلها أكثر جاذبية للقراء مقارنة بالوسائل التقليدية.

- **الثقة في الوسيلة الإعلامية:** الثقة هي عنصر أساسي في تحديد فاعلية الوسيلة الإعلامية في نقل رسائلها. عندما تُظهر الصحيفة الإلكترونية مؤسساتية وموثوقة، فإن ذلك يعزز مصداقيتها ويجذب جمهورًا أكبر. بناء الثقة يمكن أن يتم من خلال تقديم محتوى دقيق وموثوق به مع الاهتمام بجودة التصميم وتقديم إشارات ورموز موثوقة تدعم الرسالة.

- **إمكانية التفاعل مع المحتوى:** نظرية ثراء الوسيلة تُبرز أهمية القدرة على التفاعل مع المحتوى الإعلامي. في الصحيفة الإلكترونية، يمكن للقراء التفاعل مع المقالات من خلال التعليقات، المشاركات، والتصويت، مما يعزز من تفاعلهم مع المحتوى. هذا التفاعل يُعتبر جزءًا من عملية غنى الوسيلة التي تساهم في زيادة انقراطية الصحيفة الإلكترونية، حيث يشعر القراء بمزيد من الارتباط بالمحتوى ويصبح لديهم دافع أكبر للمشاركة فيه.

- **تخصيص المحتوى وملاءمته لاحتياجات الجمهور:** باستخدام البيانات والتكنولوجيا المتاحة، يمكن للصحيفة الإلكترونية تخصيص المحتوى وتوجيهه إلى الفئات المستهدفة. نظرية ثراء الوسيلة تشير إلى أن تقديم رسائل مخصصة ومتخصصة يزيد من فعالية الوسيلة الإعلامية. في هذا السياق، يمكن للصحيفة الإلكترونية أن تصمم محتوى يناسب اهتمامات الجمهور ويحفزهم على العودة إلى قراءة المقالات أو المشاركة في المناقشات.

- **في النهاية،** من خلال تطبيق مفاهيم نظرية ثراء الوسيلة، يمكن للصحيفة الإلكترونية المؤسساتية تعزيز تجربتها القرائية وجذب جمهور أوسع، مما يساهم في زيادة انقراضيته وتحقيق أهدافها الإعلامية.



خامساً: الإطار المعرفي للدراسة: تطور الصحافة الالكترونية وأهميتها للقارئ؛

وعلى الرغم من انتشار المواقع الإلكترونية بشكل متسارع في العالم، لا يزال هذا النوع من الصحافة في بداياته بالمنطقة العربية^(٣٩). ويحتاج إلى مزيد من التوضيح لمفاهيمه وقواعده الأساسية، وعندما أطلقت صحيفة شيكاغو أون لاين كانت البداية لظهور الصفحة الإلكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية وتوالي بعد ذلك ظهور الصحف الإلكترونية على الإنترنت والقنوات التلفزيونية والإخبارية المستقلة والتي تعد قناة صحفية إلكترونية مستقلة في حد ذاتها^(٤٠).

وقد ظهرت الصحافة الإلكترونية وتطورت كنتاج لشبكة الإنترنت العالمية التي جاءت أيضاً نتيجة المزج بين ثورة تكنولوجيا الاتصالات وثورة تكنولوجيا الحاسبات لما يعرف بالتقنية الرقمية وكانت البدايات الفعلية نتيجة لما أحدثته ثورتا الاتصال والمعلومات وما ينجم عنها من تقنيات وتطورات ألقت بظلالها على الصحافة المطبوعة كجزء من منظومة وسائل الإعلام التقليدية (الراديو، التلفزيون، الصحافة).

بدأت الشبكات الحاسوبية، سواء المحلية أو الدولية، بالارتباط ببعضها البعض، مما أتاح بئاً إعلامياً يعتمد على مجموعة متنوعة من الوسائل مثل الصوت والنص والصورة واللون. مع ظهور الإنترنت، لم يمض وقت طويل حتى أصبحت الشبكة الدولية مليئة بالعديد من المواقع التي تكرر الصحف الورقية بنسخ إلكترونية، أو مواقع كبيرة تقدم المحتوى الإعلامي نفسه الذي توفره الصحف التقليدية. ومنذ منتصف التسعينيات، أحدثت الإنترنت تحولاً كبيراً في عالم الإعلام، حيث قدمت هذه الشبكة فرصة لتعليم العاملين في هذا المجال وساهمت في تطوير الصحافة التقليدية بطرق جديدة. ورغم التنافس الشديد بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة، فإن الإنترنت ساعد في تحسين الصحافة المطبوعة نفسها^(٤١).



الصحافة الإلكترونية هي وسيلة متعددة الوسائط تنشر الأخبار والمقالات وغيرها من الفنون الصحفية عبر الإنترنت بشكل دوري باستخدام تقنيات لعرض النصوص والرسوم والصور المتحركة، وتقدم بعض الميزات التفاعلية. يمكن الوصول إليها عبر شبكة الحاسوب، سواء كانت نسخة إلكترونية لصحيفة مطبوعة أو صحيفة إلكترونية خالصة. (٤٢)

وقد شملت تعريفات الصحافة الإلكترونية على عدد من النقاط الرئيسية كما يلي: ٤٣

١. نشر الأخبار والمقالات عبر الإنترنت باستخدام تقنيات متعددة الوسائط.
٢. قد تكون نسخة إلكترونية لصحيفة ورقية أو صحيفة مستقلة تمامًا.
٣. يتم تحديث محتواها بشكل دوري (يومي أو حتى كل ساعة). ٤٤
٤. تتيح للقارئ التصفح، البحث، حفظ المواد، وطباعة ما يرغب.
٥. تشمل الصحف العامة والمتخصصة.

لقد نجحت الصحافة الإلكترونية في دمج مميزات الصحافة المكتوبة، الراديو، الكتب، التلفزيون المحلي، والقنوات الفضائية، لتصبح وسيلة إعلامية تعتمد على تقنيات متعددة. فهي توفر للقارئ تجربة تفاعلية شاملة، حيث يستطيع التفاعل مع المحتوى بشكل مباشر من خلال التعليقات والمشاركة. وبهذا الشكل، تحول الإعلام إلى نوع متفاعل يتيح للقارئ ليس فقط تلقي الأخبار ولكن أيضًا التعبير عن آرائه ومشاركة المعلومات. (٤٥) كما بدأت بعض الصحف الأجنبية الكبرى في تقديم تجربة جديدة تمكن القارئ من استلام الأخبار بصيغ متعددة، ونشرها عبر صفحات الموقع الإلكتروني، مما يعزز من تفاعل الجمهور مع الخبر بشكل مبدع ومتجدد. (٤٦).

تشمل الصحافة الإلكترونية ثلاث سمات اتصالية رئيسية، كما أشار إليها هاربر، وهي: الفورية، التفاعلية، والحميمية. حيث تعني الحميمية تخصيص الصحيفة لتصبح محتوى إخباريًا موجهًا بشكل فردي، يمكن إرساله بشكل منتظم إلى البريد الإلكتروني



للأفراد المهتمين. من ناحية أخرى، يشير صالح بن زايد العنزي في دراسته إلى مجموعة من السمات الاتصالية التي تميز الشبكة، مثل الخدمات التفاعلية، ربط الموضوعات بسياسات الموقع، واستخدام الوسائط المتعددة.^(٤٧)

تباينت الآراء حول العلاقة بين الصحافة المطبوعة والصحافة الإلكترونية، حيث يرى البعض أن الصحافة المطبوعة استطاعت الصمود لفترة طويلة أمام منافسة وسائل الإعلام الحديثة مثل الراديو والتلفزيون، من خلال تبني تقنيات جديدة في الإنتاج والتوزيع، حتى أنها تمكنت من التماسك أمام الإنترنت. من جهة أخرى، يرى آخرون أن القوة الحقيقية للصحافة الإلكترونية تكمن في قدرتها على تقديم مقالات صحفية مع منح الفرصة للقراء للتعليق والتفاعل، بالإضافة إلى أنها توفر وسيلة للتواصل بين القراء والكتاب، وهو ما لا تقدمه الصحافة المطبوعة، رغم أن الصحف الإلكترونية تعتمد بشكل كبير على محتوى من الصحف الورقية.^(٤٨)

تعتبر سهولة الوصول إلى المحتوى من العوامل الرئيسية التي تجعل الوسائل الإعلامية الإلكترونية الخيار الأول للجيل الجديد من القراء، خاصة الشباب. فالأفراد في هذا الجيل يفضلون الإنترنت ويقبلون على تلقي المعلومات عبر الشاشات بدلاً من الورق. وتتحقق هذه السهولة من خلال الالتزام بالأسلوب التحريري المميز، إلى جانب ضرورة تبسيط اللغة وتقديم محتوى مفهوم يناسب القراء،^(٤٩) كما تتيح إمكانية التعرف على آراء الآخرين "تعليقات القراء" وهو ما يدل على قوة الكلمة وتأثيرها على المتابعين، وتميزها بالقدرة على تقديم الكم الكبير من المعلومات والتميز بخاصية الأرشفة، وتتقارب هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة (سحر أحمد غريب، ٢٠١٨)٥٠ بأن دافع الفهم حيث زيادة المعلومات من أسباب متابعة الصحف الإلكترونية بشكل رئيسي، كما أكدت دراسة (الحسن على محمد، ٢٠١١)^(٥١) على أن دوافع البحث عن المعلومات والتعرض لأكثر من مصدر للمعلومات ثم الاستفادة في مجال التعليم من أكثر الدوافع النفعية لاستخدام شبكة الإنترنت، كما أكدت دراسة (ماهيتاب ماهر محمود



كامل، ٢٠١٤)^{٥٢} على حرص المواقع الإلكترونية على توثيق المعلومات المنشورة، وإضفاء قدر كبير من الموثوقية والمصداقية في مادتها الإعلامية لدى جمهورها.

وفرت الصحافة الإلكترونية للقراء فرصة للتفاعل الاجتماعي من خلال التعليقات والنقاشات، مما أتاح لهم الإحساس بالوجود والمشاركة الفعالة. وقد أظهرت نتائج دراسة عينة الدراسة أن هذه المواقع تتمتع بميزة حرية التعبير أكبر مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية. وبالتالي، اقترح بعض الباحثين استخدام مصطلح "القارئ النشط" بدلاً من "الجمهور"،^(٥٣) أو "صانع المعلومات" (Newsmaker)، خاصة في سياق المدونين.^(٥٤)

يمكن القول إن الإعلام الجديد قد سلط الضوء على مفهوم "الجمهور النشط"، الذي يعبر عن الأفراد الذين يتفاعلون ويستجيبون بشكل متواصل، عبر فتح قنوات إعلامية جديدة وإنشاء وسائل بديلة مستقلة للتعبير، مما يساهم في دور رقابي وإصلاحي. ويتجاوز نشاط هذا الجمهور العمل الفردي ليشمل المشاركة الجماعية التي تتحدى المحتوى الإعلامي السائد، بهدف تقديم أفكارهم وتعبيراتهم الخاصة لتغيير هذا المحتوى. هذه الديناميكية تشير إلى إمكانيات أوسع وأعمق للتأثير والتنوع في نشاط الجمهور، مما دفع بعض الباحثين إلى استبدال مصطلح "الجمهور" بـ "القارئ النشط" في وصف دور الأفراد في إنتاج وتفاعل الإعلام.^{٥٥}

أدى استخدام الإنترنت إلى ظهور نوع جديد من الصحفيين الذين يُعرفون بـ "الصحفيين المواطنين"، وفقاً لما أشار إليه مايك جدوين. في القرن الثامن عشر، لم يكن هناك تدريب أو تأهيل خاص ليصبح الشخص صحفياً؛ حيث كان بإمكان أي شخص موهوب أن يمارس الصحافة. ولكن في القرن العشرين، تطور الوضع وأصبح هناك مجموعة من المتطلبات والخطوات اللازمة لتصبح صحفياً محترفاً. ومع ظهور الإنترنت، تمكّن الأفراد من العودة إلى نموذج "صحافة المواطن"، حيث أصبح بإمكانهم إنتاج صحافتهم الخاصة بسهولة.^(٥٦)

سادسا: تساؤلات وفروض الدراسة:

- ١ . ما كثافة التعرض للمواقع الإلكترونية الإخبارية؟
- ٢ . ما الجدوى الاتصالية من إصدار الهيئة الملكية للجبيل وبنبع صحيفة مؤسساتية الكترونية؟
- ٣ . ما آراء الجمهور لكفاية المعلومات في الإصدار الالكتروني لهيئة الجبيل؟
- ٤ . ما مميزات الصحيفة الالكترونية للجمهور؟
- ٥ . ما عناصر ثراء الصحيفة الالكترونية الذي يجعلها تتميز بالانقرائية؟

فرضيات الدراسة:

- ١ . هناك علاقة ارتباطية ذو دلالة احصائية بين كثافة التعرض للإنترنت وإدراك عينة الدراسة لمميزات الصحيفة الكترونيا.
- ٢ . هناك علاقة ارتباطية ذو دلالة احصائية بين عناصر ثراء الصحيفة الالكترونية التي يجعلها تتميز بالانقرائية وتفضيل متابعة الصحف الالكترونية.

سابعا: الإجراءات المنهجية:

نوع ومنهج الدراسة: تعد الدراسة وصفية، تستخدم الدراسة المنهج الوصفي والتحليلي؛ لوصف واقع الانترنت والهاتف الجوال اليوم ومدى انتشاره على مستوى العالم، ولتحديد خصائص الصحيفة الإلكترونية والمقارنة بينهما والصحافة المطبوعة، وكذلك للكشف عن خصائص المتلقي وأنماط تعرضه لوسائل الإعلام، والحاجات التي يسعى إلى تلبيتها من خلال التعرض لهذه الوسائل، وثراء الوسيلة "الصحيفة الالكترونية" التي تجعلها أكثر مقروئية.



مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في مؤسسات القطاع العام (المنظمات الحكومية) كالوزارات والهيئات والمؤسسات الحكومية بمختلف أنواعها، وقد اختار الباحث الهيئة الملكية للجبيل وينبع (مؤسسة حكومية) عينة للدراسة، حيث تم إجراء الدراسة على الهيئة وجمهورها الداخلي بواقع ١٢٥ مفردة، وقد جاءت خصائص عينة الدراسة كما يلي:

- جاء نسبة ٥٠% من عينة الدراسة في الفئة العمرية من ٢٥ إلى ٣٥ عاما، تلاه الفئة العمرية من ٣٥-٤٥ عاما بنسبة ٣٥%، ثم الفئة العمرية أقل من ٢٥ عاما بنسبة ١٥%.
- جاء نسبة ٥٠% من حاملي مؤهل جامعي ثم نسبة ٣٢% من حاملي مؤهل دراسات عليا ماجستير ودكتوراه ثم نسبة ١٨% من العينة من حاملي مؤهل أقل من جامعي.

أداة الدراسة:

قام الباحث بتصميم استبيان إلكتروني لمعرفة أنماط التعرض الإعلامي لجمهور الهيئة الملكية وتم توزيع الاستبيانات عبر البريد الإلكتروني إلى أفراد مجتمع البحث.

اختبار الصدق والثبات:

اختبار الصدق والثبات: تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات بإجراء اختبائي الثبات والصدق لها، وذلك على النحو التالي:

• اختبار الصدق (Validity): الصدق الظاهري: يعني صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث حيث تم عرض أداة جمع البيانات (صحف الاستقصاء) على مجموعة من المتخصصين والخبراء في مناهج البحث والإعلام والاجتماع والدراما والتكنولوجيا.

• اختبار الثبات (Reliability): يقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين في حالة استخدامهم لنفس الأسس والأساليب على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وتم تطبيق اختبار الثبات في الدراسة الميدانية على عينة تمثل ١٠% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستقصاء ثم إعادة تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة ٥% من المبحوثين بعد أسبوعين من الاختبار الأول، كما تم التحقق من مؤشرات ثبات أسئلة أداة الدراسة من خلال تطبيق معامل ألفا كرونباخ والذي جاءت قيمته (٠.٨٩١) وهي قيمة تشير إلى أن الدراسة حققت درجة جيدة من الثبات.

المعالجة الإحصائية للدراسة:

تم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل، وتمثلت الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

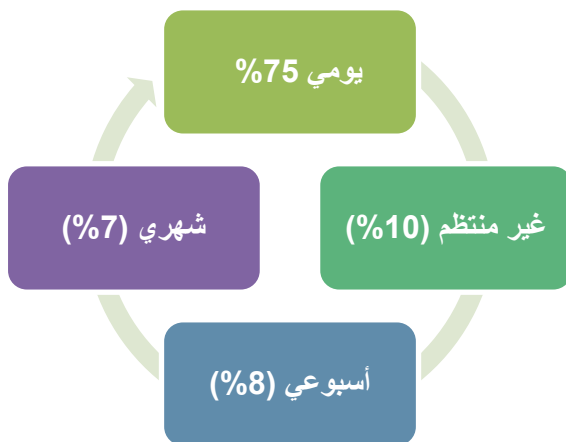
أولاً: المقاييس الوصفية: التي تمثلت في التكرارات البسيطة والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري وهو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي، وكذلك الوزن النسبي الذي يحسب من المعادلة: (المتوسط الحسابي $\times 100$) ÷ الدرجة العظمى للعبارة.

ثانياً: معاملات الارتباط Correlation والتي تمثلت في معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient).

نتائج الدراسة الميدانية:

أولا كثافة التعرض للإنترنت:

١ - مدى تصفح عينة الدراسة للإنترنت:



شكل رقم (١) - كثافة التعرض للإنترنت

تشير النتائج إلى أن الإنترنت أصبح جزءاً أساسياً من حياة الأفراد اليومية، حيث أظهرت النسب أن ٧٥% من أفراد العينة يتصفحون الإنترنت بشكل يومي. هذا الاستخدام المكثف يعكس الدور الكبير الذي يلعبه الإنترنت في تلبية احتياجات الأفراد اليومية، سواء كان ذلك في التواصل الاجتماعي، متابعة الأخبار، أو الترفيه. التصفح اليومي يشير إلى الاعتماد المتزايد على الإنترنت في الحياة اليومية، ويعكس التحول الرقمي الذي يشهده المجتمع، حيث أصبح الإنترنت الأداة الأساسية للوصول إلى المعلومات والخدمات في مختلف المجالات.

في المقابل، نجد أن ١٠% من الأفراد يتصفحون الإنترنت بشكل غير منتظم. هذه الفئة قد تشير إلى الأشخاص الذين يستخدمون الإنترنت لأغراض محددة أو في

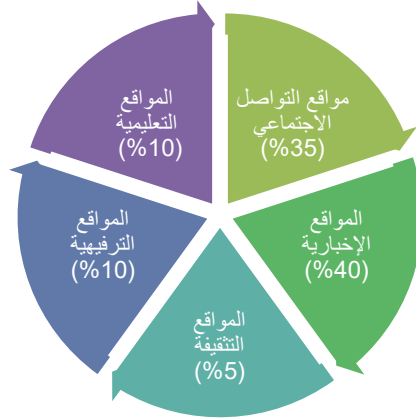
فترات زمنية معينة، مثل البحث عن معلومات معينة أو القيام بمهام خاصة. هذا التصفح غير المنتظم قد يعكس تبايناً في أنماط استخدام الإنترنت، حيث يفضل هؤلاء الأفراد التحكم في أوقات استخدامهم للشبكة وفقاً لاحتياجاتهم الخاصة، مما يشير إلى وجود فئة أقل ارتباطاً بالتكنولوجيا.

أما نسبة ٨% من الأفراد الذين يتصفحون الإنترنت أسبوعياً، فقد تكون نتيجة لعادات حياتية مختلفة. هؤلاء الأشخاص قد يفضلون استخدام الإنترنت فقط في أوقات معينة من الأسبوع، مثل عطلات نهاية الأسبوع أو فترات العمل، مما يعكس أن الإنترنت ليس دائماً جزءاً أساسياً من روتينهم اليومي. هذا يشير إلى أن هناك من يقتصر استخدامهم للإنترنت على الأنشطة التي تتطلب تفاعلاً معيناً في أوقات محددة.

أخيراً، تمثل فئة ٧% الذين يتصفحون الإنترنت شهرياً الأفراد الذين لا يعتمدون بشكل كبير على الإنترنت في حياتهم اليومية. هذه الفئة قد تكون متأثرة بعوامل مثل توافر وسائل تواصل أخرى أو اختيارات شخصية تتعلق بقلّة الحاجة للإنترنت. قد يشير هذا إلى أن هناك فئة من المجتمع ما تزال محدودة الاستخدام للتكنولوجيا أو يفضلون استخدام الإنترنت فقط في حالات استثنائية.

بناءً على هذه الأرقام، يمكن ملاحظة أن التصفح اليومي هو السلوك السائد، مما يعكس تزايد الاعتماد على الإنترنت كأداة رئيسية في الحياة اليومية. ولكن النسب الأقل تمثل تبايناً في العادات الرقمية، ما يوضح أن استخدام الإنترنت لا يتبع نمطاً موحدًا لجميع الأفراد، بل يتأثر بعوامل متعددة مثل الاحتياجات الشخصية والأنماط الحياتية

٢- المواقع الأكثر تفضيلاً لدى عينة الدراسة:



شكل رقم (٢) - المواقع الإلكترونية الأكثر تفضيلاً لدى عينة الدراسة

أظهرت نتائج الدراسة أن المواقع الإخبارية تأتي في صدارة المواقع المفضلة لدى عينة الدراسة بنسبة ٤٠%، مما يشير إلى أن الجمهور يعتمد بشكل كبير على هذه المواقع للحصول على الأخبار والمعلومات الموثوقة. يُبرز هذا التفضيل أهمية المواقع الإخبارية في تلبية احتياجات الجمهور من متابعة الأحداث والتطورات اليومية، حيث أصبحت بديلاً مفضلاً عن الوسائل التقليدية مثل الصحف الورقية والتلفزيون، بفضل سهولة الوصول وسرعة التحديث.

في المرتبة الثانية جاءت مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٣٥%، مما يعكس دورها البارز كمنصة تجمع بين الوظائف الإعلامية والاجتماعية. تعد هذه المواقع مصدراً رئيسياً للأخبار العاجلة، بالإضافة إلى كونها وسيلة للتواصل والتفاعل مع الأحداث والموضوعات المختلفة. يعكس هذا الإقبال المتزايد طبيعة العصر الرقمي، حيث أصبحت منصات التواصل الاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية للأفراد.

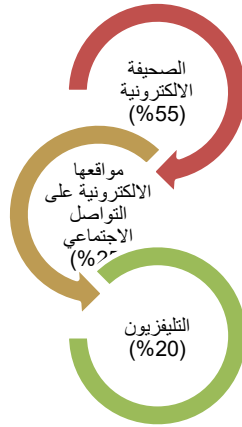
أما المواقع الترفيهية والتعليمية، فقد حصل كل منهما على نسبة ١٠%، مما يشير إلى أن شريحة من الجمهور تسعى للاستفادة من الإنترنت لأغراض تعليمية

وتطوير الذات، إلى جانب البحث عن محتوى ترفيهي يساعد على الترويح عن النفس. يُبرز هذا التوازن بين التعليم والترفيه توجُّهًا نحو استخدام الإنترنت كوسيلة متعددة الاستخدامات.

في المقابل، جاءت المواقع التثقيفية في المرتبة الأخيرة بنسبة ٥%، مما يعكس اهتمامًا محدودًا بهذا النوع من المحتوى مقارنةً بالأنواع الأخرى. قد يكون السبب في ذلك هو تفضيل الجمهور للمحتويات ذات الطابع التفاعلي أو الترفيهي أكثر من المواد التثقيفية التي تتطلب وقتًا وتركيزًا أكبر.

بوجه عام، تعكس هذه النتائج أن الجمهور يميل إلى استخدام الإنترنت كوسيلة أساسية للحصول على المعلومات والترفيه والتفاعل، مع تفضيل واضح للمواقع الإخبارية ومواقع التواصل الاجتماعي، مما يشير إلى أهمية تعزيز المحتوى الرقمي بما يلبي احتياجات وتوقعات الجمهور المتنوعة.

٣- أهمية الصحيفة الالكترونية مقارنة بباقي المصادر الإخبارية:



شكل رقم (٣) - أهمية الصحيفة الالكترونية مقارنة بباقي المصادر الإخبارية:



كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن تفضيل واضح للصحف الإلكترونية كمصدر إخباري رئيسي لدى عينة الدراسة، حيث تصدرت هذه الوسيلة بنسبة ٥٥%. يعكس هذا الإقبال الكبير على الصحف الإلكترونية التحول نحو الاعتماد على المصادر الرقمية للحصول على الأخبار، وذلك بفضل سهولة الوصول إليها في أي وقت ومن أي مكان، بالإضافة إلى قدرتها على تقديم محتوى محدث وفوري يغطي مختلف الأحداث المحلية والعالمية. كما أن تنوع الموضوعات وسرعة التحديث يجعل الصحف الإلكترونية الخيار المفضل لدى شريحة واسعة من الجمهور.

في المرتبة الثانية، جاءت مواقع الصحف الإلكترونية على منصات التواصل الاجتماعي بنسبة ٢٥%، مما يبرز التكامل بين المواقع الإخبارية ومنصات التواصل الاجتماعي. يدل هذا على أن الجمهور لا يكتفي بزيارة المواقع الإخبارية التقليدية، بل يفضل متابعة الأخبار من خلال منصات التواصل الاجتماعي التي توفر تجربة تفاعلية، حيث يمكن للجمهور التعليق والمشاركة والمناقشة حول الأخبار. هذا الاتجاه يعكس تغيراً جوهرياً في كيفية استهلاك المحتوى الإخباري، حيث أصبح التواصل والتفاعل جزءاً أساسياً من تجربة استهلاك الأخبار.

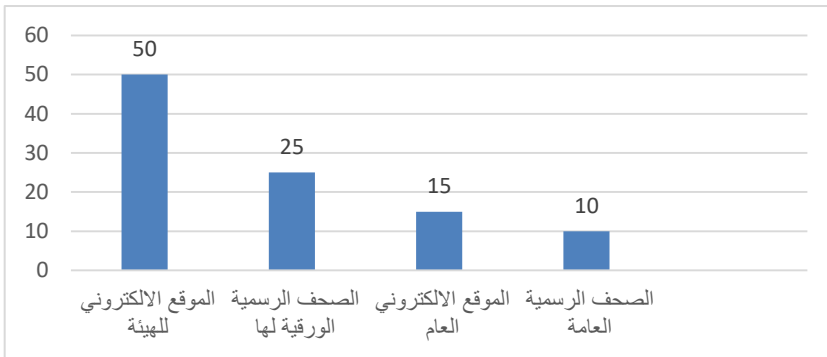
أما التلفزيون، فقد حل في المرتبة الثالثة بنسبة ٢٠%. على الرغم من انخفاض نسبة اعتماده مقارنة بالمصادر الرقمية، إلا أنه لا يزال يُعتبر مصدراً موثوقاً للأخبار، خاصة في الأوقات الحرجة أو عند حدوث أحداث كبرى. يعكس هذا التراجع التدريجي للتلفزيون أمام المصادر الرقمية التغيرات الجذرية في أنماط الاستهلاك الإعلامي، حيث يفضل الجمهور بشكل متزايد الوسائل التي توفر لهم مرونة في الوصول إلى الأخبار، بدلاً من الالتزام بجدول بث محدد.

تشير هذه النتائج مجتمعة إلى أن الصحف الإلكترونية، سواء من خلال مواقعها المباشرة أو صفحاتها على منصات التواصل الاجتماعي، أصبحت الخيار الأول للحصول على الأخبار لدى عينة الدراسة، مما يدل على أهمية التحول الرقمي في

المجال الإعلامي وقدرته على تلبية احتياجات الجمهور المتغيرة بشكل أكثر كفاءة مقارنة بالوسائل التقليدية مثل التلفزيون.

المحور الثاني: تفضيل عينة الدراسة للصحيفة الالكترونية لهيئة الجبيل وأسباب ذلك:

١- المصادر الأكثر تفضيلاً لدى عينة الدراسة عن أخبار جهات محددة:



شكل رقم (٤) – المصادر الأكثر تفضيلاً لدى عينة الدراسة عن أخبار جهات محددة

تشير نتائج الدراسة إلى أن الموقع الإلكتروني للهيئة يحظى بتفضيل كبير لدى عينة الدراسة، حيث جاء في الصدارة بنسبة ٥٠%. يعكس هذا الإقبال أهمية المنصات الرقمية الرسمية في تقديم المعلومات الموثوقة والمحدثة التي يبحث عنها الجمهور. كما أن الموقع الإلكتروني للهيئة يتميز بسهولة الوصول والتنقل، مما يجعله الخيار الأول للمستخدمين الذين يفضلون المصادر المباشرة للحصول على البيانات والخدمات ذات الصلة.

في المرتبة الثانية جاءت الصحف الرسمية الورقية الخاصة بالهيئة بنسبة ٢٥% وتحديدًا مجلة جبين المطبوعة، حيث على الرغم من التراجع الواضح مقارنة بالموقع الإلكتروني، إلا أن هذه النسبة تشير إلى وجود شريحة من الجمهور لا تزال تعتمد على الوسائل التقليدية للحصول على المعلومات. قد يكون ذلك ناتجًا عن الثقة المتجذرة في

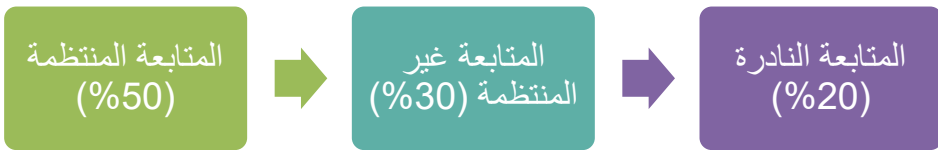
الصحف الورقية كمصدر رسمي وموثوق، أو بسبب عادات استهلاك إعلامي لا تزال موجهة نحو الوسائل التقليدية.

أما الموقع الإلكتروني العام فقد حصل على نسبة ١٥%، مما يدل على أنه يُعتبر مصدرًا ثانويًا للحصول على المعلومات مقارنة بالموقع الرسمي للهيئة. قد يعكس ذلك قلة التخصص أو عدم دقة المعلومات المتوفرة على المواقع العامة مقارنة بالمواقع الرسمية، مما يدفع الجمهور للجوء مباشرة إلى المصدر الموثوق.

وأخيرًا، جاءت الصحف الرسمية العامة في المرتبة الأخيرة بنسبة ١٠%. يشير هذا إلى تراجع دور الصحف الورقية العامة كمصدر إخباري موثوق مقارنة بالمصادر الرقمية، خاصة في ظل التحول المتزايد نحو الإعلام الرقمي. كما أن هذا التراجع يعكس التحديات التي تواجهها الصحف الورقية في مواكبة احتياجات الجمهور في العصر الرقمي.

بشكل عام، تُظهر هذه النتائج أن الجمهور يفضل المصادر الرقمية الرسمية، مثل الموقع الإلكتروني للهيئة، للحصول على المعلومات، مما يعكس أهمية التحول الرقمي في تعزيز الوصول إلى المعلومات وزيادة الثقة بها.

٢- مدى متابعة عينة الدراسة لأخبار الهيئة الملكية للجبيل وينبع:



شكل رقم (٥) - مدى متابعة عينة الدراسة لأخبار الهيئة الملكية للجبيل وينبع

تشير نتائج الدراسة إلى أن نصف عينة الدراسة (٥٠%) تتابع أخبار الهيئة الملكية للجبيل وينبع بانتظام، مما يعكس اهتمامًا كبيرًا من قبل هذه الشريحة بمعرفة مستجدات الهيئة ومشاريعها. هذه النسبة المرتفعة تشير إلى أن الهيئة تُعتبر مصدرًا



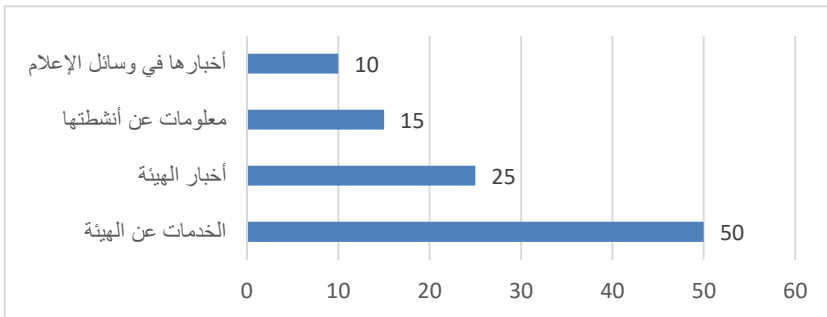
موثوقًا ومهمًا للمعلومات ذات الصلة بالمجتمع والمشاريع التنموية، مما يعزز من مكانتها كجهة موثوقة لدى الجمهور.

في المقابل، أظهرت النتائج أن ٣٠% من العينة يتابعون أخبار الهيئة بشكل غير منظم. قد يكون ذلك مرتبطًا بعوامل متعددة مثل التفاوت في الاهتمام بالمجالات التي تغطيها أخبار الهيئة أو الانشغال بمتابعة مصادر إخبارية أخرى. هذه الفئة تُظهر اهتمامًا جزئيًا، لكنها قد تكون بحاجة إلى وسائل أو قنوات إضافية تزيد من جذبها للمتابعة المنتظمة.

أما النسبة المتبقية (٢٠%)، والتي تتابع أخبار الهيئة بشكل نادر، فتعكس وجود شريحة من الجمهور التي قد لا تجد ارتباطًا مباشرًا أو دافعًا قويًا لمتابعة أخبار الهيئة. هذا قد يكون مؤشرًا على ضرورة دراسة احتياجات هذه الفئة واستكشاف طرق مبتكرة لتوصيل الأخبار والمعلومات بما يثير اهتمامها ويعزز من تفاعلها.

بوجه عام، تُبرز النتائج أن هناك اهتمامًا كبيرًا من الجمهور بأخبار الهيئة، مع وجود فرص لتحسين التفاعل مع الفئات التي تتابع الأخبار بشكل أقل انتظامًا، من خلال تقديم محتوى موجه ومتنوع يتناسب مع اهتمامات مختلف الشرائح.

وقد تمثلت الموضوعات الأكثر تفضيلاً فيما يتعلق بالهيئة الملكية لدى عينة الدراسة كما يوضحها الشكل التالي:



شكل رقم (٦) – الموضوعات الأكثر تفضيلاً فيما يتعلق بالهيئة الملكية لدى عينة الدراسة



أظهرت نتائج الدراسة أن الموضوعات المتعلقة بالخدمات التي تقدمها الهيئة الملكية تأتي في المرتبة الأولى بنسبة ٥٠%، مما يعكس الأولوية الكبيرة التي يوليها الجمهور للحصول على معلومات مباشرة ومحدثة حول الخدمات. يشير هذا إلى اهتمام عينة الدراسة بالمنافع العملية التي تقدمها الهيئة وكيفية الاستفادة منها، مما يعزز من أهمية تركيز الهيئة على تحسين وتعزيز قنوات التواصل المتعلقة بخدماتها لضمان تلبية احتياجات الجمهور بشكل فعال.

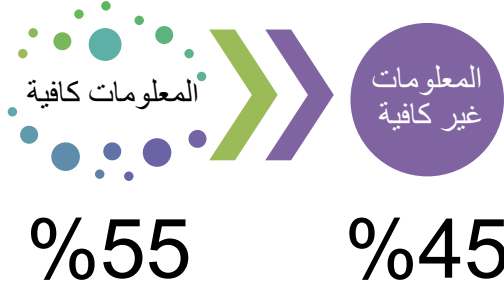
في المرتبة الثانية جاءت أخبار الهيئة بنسبة ٢٥%. هذا يدل على اهتمام الجمهور بمعرفة التطورات والإنجازات والمستجدات المتعلقة بالهيئة. قد يكون هذا النوع من المعلومات ضروريًا لبناء صورة إيجابية عن الهيئة وتعزيز ثقة الجمهور بها من خلال تسليط الضوء على إنجازاتها ومساهماتها في المجتمع.

أما المعلومات عن أنشطة الهيئة فقد حصلت على نسبة ١٥%، مما يعكس اهتمامًا متوسطًا بين الجمهور بهذا النوع من الموضوعات. قد تكون هذه النسبة إشارة إلى أن هناك حاجة لزيادة التوعية والترويج للأنشطة التي تنفذها الهيئة وإظهار تأثيرها على المجتمع، مما قد يعزز من جاذبية هذه المعلومات لدى الجمهور.

وأخيرًا، جاءت أخبار الهيئة في وسائل الإعلام بنسبة ١٠%. يشير هذا إلى أن الجمهور يفضل الحصول على المعلومات مباشرة من مصادر الهيئة الرسمية بدلاً من وسائل الإعلام العامة. يعكس ذلك رغبة الجمهور في الحصول على معلومات دقيقة وموثوقة دون تدخل أو تعديل من أطراف خارجية.

بوجه عام، توضح النتائج أن الجمهور يولي اهتمامًا أكبر للخدمات المباشرة التي تقدمها الهيئة، مع وجود اهتمام ملحوظ بأخبارها الرسمية. يعزز هذا أهمية تركيز الهيئة على تحسين منصات الرقمية والرسمية لتلبية احتياجات الجمهور وتقديم معلومات دقيقة وشاملة تعزز من تفاعلهم ورضاهم.

٣- تقييم عينة الدراسة لكفاية المعلومات في الموقع الإلكتروني للهيئة الملكية:



شكل رقم (٧) – تقييم عينة الدراسة لكفاية المعلومات في الموقع الإلكتروني للهيئة الملكية

تشير نتائج الدراسة إلى أن غالبية عينة الدراسة (٥٥%) ترى أن المعلومات المتوفرة في الموقع الإلكتروني للهيئة الملكية كافية لتلبية احتياجاتهم. يعكس هذا الرأي ثقة ملحوظة في جودة المحتوى الذي تقدمه الهيئة على موقعها الرسمي، من حيث الشمولية والدقة والقدرة على تلبية توقعات المستخدمين. يشير هذا أيضًا إلى فعالية الجهود المبذولة لتحسين تجربة المستخدم وتوفير محتوى يلبي متطلبات الجمهور بشكل مباشر.

على الجانب الآخر، عبّر نحو ٤٥% من عينة الدراسة عن عدم كفاية المعلومات المتوفرة في الموقع. يعكس هذا الرأي وجود شريحة كبيرة من المستخدمين الذين يعتقدون أن هناك حاجة لتوسيع أو تحسين المحتوى الموجود. قد تكون أسباب هذا الرأي مرتبطة بنقص في التفاصيل أو التحديث الدوري أو تغطية مجالات محددة من المعلومات التي تهتم الجمهور.

بناءً على هذه النتائج، يتضح أن هناك فرصة لتحسين الموقع الإلكتروني من خلال إجراء تقييم شامل للمحتوى المتوفر، والاستماع لملاحظات المستخدمين، ومعالجة أي فجوات أو احتياجات غير ملّبة. كما يمكن التركيز على توفير مزيد من المعلومات

التفاعلية والتحديات الدورية التي تزيد من رضا المستخدمين وتشجع على تفاعلهم مع الموقع بشكل أفضل.

في المجمل، تُبرز هذه النتائج أهمية الموقع الإلكتروني كوسيلة أساسية للتواصل مع الجمهور، مع الحاجة إلى استثمار مستمر في تحسين محتواه لتلبية تطلعات جميع الفئات المستهدفة.

المحور الثالث: مميزات الصحيفة الإلكترونية للجمهور:

جدول رقم (١)

مميزات الصحيفة الإلكترونية للجمهور

الوزن	الانحراف المعياري	المتوسط	إجمالي		معارض		محايد		موافق		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
71.2	89	89.3	.533	2.68	3.2	4	25.6	32	71.2	89	تحسين الشفافية في تقديم الخدمات للمواطنين والمستفيدين
77.6	97	88.3	.699	2.65	12.8	16	9.6	12	77.6	97	توفير الوصول الفوري إلى المعلومات الضرورية بشكل آمن وموثوق
68.0	85	84.0	.758	2.52	16.0	20	16.0	20	68.0	85	توفير منصات تواصل فاعلة بين الهيئة والجمهور عبر الإنترنت
56.8	71	81.7	.701	2.45	12.0	15	31.2	39	56.8	71	تمكين الهيئة من تقديم خدماتها بشكل مستدام عبر التقنيات الحديثة.
59.2	74	81.3	.745	2.44	15.2	19	25.6	32	59.2	74	تعزيز الأمن الإلكتروني وحماية البيانات الحساسة المتعلقة بالخدمات العامة.

تظهر النتائج أن تحسين الشفافية في تقديم الخدمات للمواطنين والمستفيدين يعد من أبرز المميزات التي تحققها الهيئة العامة من خلال الصحة الإلكترونية، حيث



حصلت على وزن نسبي قدره ٨٩ درجة. هذا الرقم يعكس مدى رضا المشاركين عن تحسينات الشفافية، وهو ما يساهم في تعزيز الثقة بين الهيئة والجمهور. كما أن توفير الوصول الفوري إلى المعلومات الضرورية بشكل آمن وموثوق حصل على وزن نسبي قدره ٨٨.٣ درجة، مما يشير إلى أن المشاركين يقدرون بدرجة كبيرة قدرة الهيئة على توفير المعلومات بشكل سريع وآمن، وهو ما يعد من العوامل الأساسية في تحسين الكفاءة الإدارية.

أما توفير منصات تواصل فاعلة بين الهيئة والجمهور عبر الإنترنت، فقد حصلت على وزن نسبي قدره ٨٤ درجة، مما يشير إلى وجود توافق معقول في أهمية هذه المنصات. ورغم أن النسبة أقل مقارنة بتحسين الشفافية والوصول للمعلومات، فإن هذا يشير إلى حاجة لزيادة تحسين هذه المنصات لتكون أكثر تفاعلاً مع الجمهور. كما أن تمكين الهيئة من تقديم خدماتها بشكل مستدام عبر التقنيات الحديثة حصل على وزن نسبي قدره ٨١.٧ درجة، ما يعكس أن المشاركين يعتبرون أن هذه الميزة مهمة، لكن هناك بعض التحفظات على تطبيقها بشكل شامل وفعال. وأخيراً، تعزيز الأمن الإلكتروني وحماية البيانات الحساسة المتعلقة بالخدمات العامة حصل على وزن نسبي قدره ٨١.٣ درجة، ما يدل على أن المشاركين يعترفون بأهمية الأمان الرقمي، لكن ما زالت هناك حاجة لتعزيز ثقة الجمهور في حماية البيانات عبر الخدمات الإلكترونية.

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة التي توضح تقييم عينة الدراسة لمميزات الصحيفة الإلكترونية للجمهور، مقياساً عامًا جاءت مستوياته كما يلي:

جدول رقم (٢)

مستويات المقياس العام لمميزات الصحيفة الإلكترونية للجمهور

ك	%	
٣٢	٢٥.٦	متوسط
٩٣	٧٤.٤	مرتفع
١٢٥	١٠٠.٠	الإجمالي



تشير النتائج إلى أن معظم الجمهور يعتبر مميزات الصحيفة الإلكترونية مرتفعة من حيث الاتصال، حيث بلغت النسبة الإجمالية للأفراد الذين قيموا المميزات على أنها "مرتفع" حوالي ٧٤.٤%، في حين أن ٢٥.٦% فقط من الجمهور أشاروا إلى مستوى "متوسط" للمميزات. هذه النتيجة تعكس تفضيلاً قوياً للصحف الإلكترونية من حيث قدرتها على توفير الاتصال الفعال والمميزات المتقدمة التي تلبي احتياجات الجمهور في الوصول السريع إلى الأخبار والمحتوى المتنوع. وبالتالي، تبرز الصحيفة الإلكترونية كأداة رئيسية في تعزيز الاتصال وتفاعل الجمهور مع الأخبار والمواضيع المتنوعة، مما يساهم في رفع مستوى الانقرائية والمشاركة الإلكترونية.

المحور الرابع: عناصر ثراء الصحيفة الإلكترونية الذي يجعلها تتميز بالانقرائية:

جدول رقم (٣)

عناصر ثراء الصحيفة الإلكترونية الذي يجعلها تتميز بالانقرائية

الوزن	الانحراف المعياري	المتوسط	الإجمالي		معارض		محايد		موافق		العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
90.4	113	96.7	.296	2.90	-	-	9.6	12	90.4	113	توفر الصحيفة الإلكترونية محتوى متنوع يغطي مختلف المجالات بشكل شامل.
80.8	101	93.7	.395	2.81	-	-	19.2	24	80.8	101	تتيح الصحيفة الإلكترونية الوصول السهل إلى الأخبار العاجلة والمحتوى التفاعلي.
77.6	97	92.7	.419	2.78	-	-	22.4	28	77.6	97	تتميز الصحيفة الإلكترونية بتحديثات مستمرة للمحتوى، مما يجعلها مرجعية للمستخدمين.



78.4	98	91.7	.503	2.75	3.2	4	18.4	23	78.4	98	توفر الصحيفة الإلكترونية وسائط متعددة (صور، فيديوهات، وإنفوغرافيك) لتوضيح الأخبار.
69.6	87	90.0	.462	2.70	-	-	30.4	38	69.6	87	تسهم الصحيفة الإلكترونية في تفاعل القارئ عبر خاصيات التعليقات والمشاركة في المحتوى.
93.6	117	96.7	.390	2.90	3.2	4	3.2	4	93.6	117	تقدم الصحيفة الإلكترونية خيارات بحث متقدمة تساعد القراء في الوصول السريع إلى المعلومات.
90.4	113	95.7	.421	2.87	3.2	4	6.4	8	90.4	113	تتميز الصحيفة الإلكترونية بالتصميم التفاعلي الذي يتيح تجربة قراءة مريحة ومشوقة.

تشير النتائج إلى أن الصحيفة الإلكترونية تُعتبر عالية المستوى في تقديم محتوى متنوع يغطي مختلف المجالات بشكل شامل، حيث حصلت على وزن نسبي قدره ٩٦.٧ درجة، وهو ما يعكس تفضيلاً قوياً من قبل الجمهور للمحتوى المتعدد والمتنوع الذي تقدمه الصحيفة. كما أظهرت النتائج أيضاً أن الصحيفة توفر وصولاً سهلاً للأخبار العاجلة والمحتوى التفاعلي، حيث حصلت هذه الخاصية على وزن نسبي قدره ٩٣.٧ درجة، مما يعكس أهميتها في جذب اهتمام القراء في اللحظات المهمة.



بالإضافة إلى ذلك، تبرز الصحيفة الإلكترونية بتحديثاتها المستمرة التي تجعلها مرجعية للمستخدمين، حيث حصلت على وزن نسبي قدره ٩٢.٧ درجة، مما يشير إلى فعالية الصحيفة في تقديم معلومات محدثة باستمرار. تُعزز الصحيفة كذلك من تفاعل القارئ عبر خصائص التعليقات والمشاركة في المحتوى التي حصلت على وزن نسبي قدره ٩٠.٠ درجة، مما يعكس إقبال الجمهور على التفاعل والمشاركة.

وفيما يتعلق بتقديم الصحيفة للوسائط المتعددة، مثل الصور والفيديوهات والإنفوغرافيك، فقد حصلت هذه الخاصية على وزن نسبي قدره ٩١.٧ درجة، مما يشير إلى أهمية الوسائط المتعددة في توضيح الأخبار بشكل أكثر جاذبية ووضوحًا. أيضًا، تم تقييم خيارات البحث المتقدمة التي تسهم في الوصول السريع إلى المعلومات على درجة عالية، حيث حصلت على وزن نسبي قدره ٩٦.٧ درجة، مما يبرز أهمية هذه الخاصية في تحسين تجربة القارئ. وأخيرًا، حصل التصميم التفاعلي الذي يوفر تجربة قراءة مريحة ومشوقة على وزن نسبي قدره ٩٥.٧ درجة، مما يشير إلى أن القارئ يفضل الصحف الإلكترونية ذات التصميم المتطور الذي يعزز الراحة والانغماس في تجربة القراءة.

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة التي توضح عناصر ثراء الصحيفة الإلكترونية الذي يجعلها تتميز بالانقرائية، مقياسًا عامًا جاءت مستوياته كما يلي:

جدول رقم (٤)

مستويات المقياس العام لعناصر ثراء الصحيفة الإلكترونية الذي يجعلها تتميز بالانقرائية

ك	%	
٤٢	٣٣.٦	متوسط
٨٣	٦٦.٤	مرتفع
١٢٥	١٠٠.٠	الإجمالي

تشير النتائج إلى أن مستوى الثراء في الصحيفة الإلكترونية، الذي يجعلها تتميز بالانقرائية، يتوزع بين فئتين رئيسيتين: "متوسط" و"مرتفع". حيث أظهرت البيانات أن ٦٦.٤% من المشاركين يعتبرون مستوى الثراء في الصحيفة الإلكترونية مرتفعاً، مما يعكس إقبالاً قوياً من الجمهور على الصحف الإلكترونية التي تتميز بالمحتوى المتنوع والجذاب، مما يجعلها أكثر جذباً للقراء ويعزز من فرص تفاعلهم المستمر مع محتواها.

في المقابل، أظهر ٣٣.٦% من المشاركين أن مستوى الثراء في الصحيفة الإلكترونية متوسط، مما قد يشير إلى وجود مساحة لتحسين الصحيفة الإلكترونية لتقديم محتوى أكثر تنوعاً وجذباً يمكن أن يساهم في تعزيز انقائتها. وبالنظر إلى النتائج، يمكن القول إن الصحيفة الإلكترونية تمتلك قدرات عالية في جذب الانتباه، لكنها لا تزال بحاجة إلى بعض التحسينات لتلبية احتياجات جمهور أوسع وزيادة التفاعل المستمر.

فرضيات الدراسة:

الفرض الرئيسي الأول: هناك علاقة ارتباطية ذو دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للإنترنت وإدراك عينة الدراسة لمميزات الصحيفة الكترونياً.

جدول رقم (٥)

قيمة معامل ارتباط بيرسون بين كثافة التعرض للإنترنت وإدراك عينة الدراسة لمميزات الصحيفة الكترونياً

الدلالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	كثافة متابعة إدراك مميزات
دال	٠.٠٠٠	**٠.٣٦٤	

يشير الجدول السابق إلى قيمة معامل ارتباط بيرسون التي بلغت ٠.٣٦٤** والتي تبين وجود علاقة ارتباطية متوسطة إيجابية بين كثافة التعرض للإنترنت وإدراك عينة الدراسة لمميزات الصحيفة الإلكترونية. وهذه النتيجة تدل على أن زيادة كثافة متابعة الإنترنت لدى الأفراد ترتبط بشكل إيجابي مع إدراكهم لتحسينات مميزات الصحيفة الإلكترونية. كما أن مستوى المعنوية الذي بلغ ٠.٠٠٠ يعكس دلالة إحصائية



قوية، مما يشير إلى أن العلاقة بين المتغيرين ذات دلالة قوية. وبالتالي، يمكن استنتاج أن الأفراد الذين يتعرضون بشكل أكبر للإنترنت يلاحظون بشكل أكبر ويمقدرون مميزات الصحف الإلكترونية، وهو ما يسלט الضوء على دور الإنترنت في تعزيز الانطباعات والآراء المتعلقة بجودة الصحف الإلكترونية وثرائها.

الفرض الرئيسي الثاني: هناك علاقة ارتباطية ذو دلالة احصائية بين عناصر ثراء الصحيفة الإلكترونية التي يجعلها تتميز بالانقرائية وتفضيل متابعة الصحف الإلكترونية.

جدول رقم (٦)

قيمة معامل ارتباط بيرسون بين عناصر ثراء الصحيفة الإلكترونية التي يجعلها تتميز بالانقرائية وتفضيل متابعة الصحف الإلكترونية

الدلالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	كثافة متابعة
دال	٠.٠٠٠	**٠.٤٥١	إدراك مميزات

تشير بيانات الجدول السابق إلى قيمة معامل ارتباط بيرسون التي بلغت ٠.٤٥١** والتي تشير وجود علاقة ارتباطية متوسطة إيجابية بين عناصر ثراء الصحيفة الإلكترونية التي تجعلها تتميز بالانقرائية وتفضيل متابعة الصحف الإلكترونية. هذه النتيجة تشير إلى أن زيادة مستوى ثراء الصحيفة الإلكترونية يرتبط بزيادة تفضيل الأفراد لمتابعة الصحف الإلكترونية بشكل عام. كما أن مستوى المعنوية الذي بلغ ٠.٠٠٠ يعكس دلالة إحصائية قوية، مما يدل على أن العلاقة بين المتغيرين ذات دلالة إحصائية هامة. وبالتالي، يمكن استنتاج أن الصحف الإلكترونية التي تتمتع بمحتوى غني وجذاب تزيد من تفضيل الأفراد لمتابعتها، مما يعكس تأثير الجودة والمحتوى المتميز في جذب المتابعين وتشجيعهم على التفاعل مع الصحف الإلكترونية.



مناقشة النتائج والتوصيات:

تشير نتائج الدراسة إلى أن الإنترنت أصبح جزءًا أساسيًا في حياة الأفراد، حيث يتصفح ٧٥% من العينة الإنترنت يوميًا، مما يعكس اعتمادًا كبيرًا على الإنترنت في تلبية احتياجات التواصل الاجتماعي ومتابعة الأخبار والترفيه. هذه النتيجة تتماشى مع الدراسات التي تناولت أهمية التحول الرقمي في جذب جمهور جديد وتعزيز التفاعل مع المحتوى الإعلامي، كما هو مذكور في دراسة فاطمة الزهراء وآخرين (٢٠٢٤م). إذ إن تكامل التحول الرقمي بشكل فعال يسهم في تحسين التفاعل مع الجمهور وتوسيع نطاق الوصول إلى الأخبار والمحتوى.

كما أظهرت الدراسة أن مواقع الأخبار كانت الأكثر تفضيلًا بنسبة ٤٠%، تليها مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٣٥%. هذه النتيجة تؤكد على أهمية تبسيط الكتابة الإعلامية، حيث يشير تقرير (Sparks & Waddell 2024) إلى أن تبسيط الكتابة يزيد من انقرائية المحتوى وجذب الجمهور. كذلك، فإن تبني أسلوب كتابة بسيط وواضح يتماشى مع تفضيلات الجمهور في الصحف الإلكترونية، مما يعزز من تفاعلهم مع المحتوى.

عند التطرق إلى الهيئة الملكية للجبيل وينبع، تفضل عينة الدراسة الموقع الإلكتروني للهيئة بنسبة ٥٠% كمصدر رئيسي للمعلومات، مما يعكس تزايد الاعتماد على المواقع الإلكترونية كمصدر رئيسي للأخبار. هذا يتفق مع الدراسات التي تشير إلى أهمية توفير محتوى يناسب جمهور متنوع مع التركيز على الموضوعات التي تهم الجمهور، كما ورد في دراسة (Kiková & Žuk-Olszewska 2024)، التي أكدت ضرورة تبسيط الموضوعات السياسية في الصحافة الإلكترونية دون التأثير على مصداقية المحتوى.

علاوة على ذلك، أظهرت الدراسة أن ٥٥% من المشاركين يعتقدون أن الموقع الإلكتروني للهيئة يقدم معلومات كافية، بينما ٤٥% يرون ضرورة تحسين المحتوى.



هذه النتيجة تتماشى مع أهمية تحسين الإخراج الإعلامي، كما أشار إليه رنيم يحيى سالم ودعاء فتحي سالم (٢٠٢١)، إذ يمكن استخدام أساليب إخراج مبتكرة مثل تنسيق النصوص واستخدام الإنفوجرافيك لعرض المعلومات المعقدة بطريقة مبسطة وجذابة.

وبالاعتماد على هذه النتائج، نجد أن الصحيفة الإلكترونية المؤسسية يمكنها الاستفادة من هذه الاتجاهات مثل تبسيط الكتابة، تحسين الإخراج، واستخدام التحول الرقمي لتعزيز التفاعل مع الجمهور وتوسيع نطاق الوصول، كما تبين أن هناك اتفاق بين أدبيات نظرية الثراء الوسيطة ونتائج الدراسة، حيث أولاً، أظهرت الدراسة أن الإنترنت أصبح جزءاً أساسياً في حياة الأفراد، حيث يتصفح ٧٥% من العينة الإنترنت يومياً. هذا يشير إلى التوجه نحو تفضيل الوسائط الرقمية للحصول على المعلومات. من خلال نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، يمكن للصحيفة الإلكترونية أن تستفيد من هذا الاتجاه عبر تقديم محتوى غني ومتعدد الأبعاد، يشمل النصوص والصور والفيديوهات والرسوم البيانية، مما يجعلها أكثر جذباً للمستخدمين. هذا التنوع في المحتوى يعزز قدرة الصحيفة على جذب الانتباه وتوفير معلومات شاملة، وهو ما يعزز التفاعل مع الجمهور ويزيد من انقراية الصحيفة.

بالإضافة إلى ذلك، أظهرت الدراسة أن مواقع الأخبار كانت الأكثر تفضيلاً بنسبة ٤٠%، تليها مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٣٥%. هذه النتائج تتماشى مع مفهوم "سهولة الوصول" في نظرية ثراء الوسيلة، حيث أن الصحيفة الإلكترونية، التي تكون متاحة على الإنترنت، تتيح للقراء الوصول إلى المحتوى بسرعة ومرونة عبر أجهزة متعددة. وهذا يساهم في زيادة جذب القراء مقارنة بالوسائل التقليدية التي قد تتطلب وقتاً أطول للوصول إلى المعلومات. إن هذه السهولة في الوصول إلى المعلومات تجعل الصحيفة الإلكترونية وسيلة إعلامية غنية، إذ توفر مرونة عالية في الحصول على الأخبار وتفاعل سريع معها.



من جانب آخر، أظهرت الدراسة أن ٥٥% من المشاركين يعتقدون أن الموقع الإلكتروني للهيئة يقدم معلومات كافية، بينما ٤٥% يرون ضرورة تحسين المحتوى. هذا يعكس أهمية الثقة في الوسيلة الإعلامية، وهي عنصر رئيسي في نظرية ثراء الوسيلة. إذ أن الصحيفة الإلكترونية التي تقدم محتوى دقيق وموثوق به، بالإضافة إلى الاهتمام بجودة التصميم وتقديم إشارات ورموز موثوقة، ستزيد من مصداقيتها. بناء الثقة مع الجمهور يعزز من قدرتها على جذب عدد أكبر من القراء ويزيد من تفاعلهم مع المحتوى، مما يساهم في تعزيز انقرايتها.

أخيرًا، تشير نتائج الدراسة إلى أن ٤٥% من العينة تفضل التفاعل مع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مما يتوافق مع جانب "إمكانية التفاعل" في نظرية ثراء الوسيلة. إذ أن الصحيفة الإلكترونية تتيح للقراء التفاعل مع المقالات من خلال التعليقات والمشاركات والتصويت، مما يعزز من ارتباطهم بالمحتوى ويشجعهم على المشاركة الفعالة. إن هذا التفاعل يعتبر جزءًا أساسيًا من غنى الوسيلة الإعلامية، مما يؤدي إلى زيادة انقراية الصحيفة الإلكترونية.

بناءً على هذه الأمور السابقة، يظهر أن نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية تقدم إطارًا قويًا لتحليل كيف يمكن للصحيفة الإلكترونية المؤسساتية تحسين تجربتها القرائية وزيادة تفاعل الجمهور من خلال تنوع الوسائط، سهولة الوصول، بناء الثقة، وتعزيز التفاعل مع المحتوى. هذه العوامل مجتمعة تساهم في تحقيق أهداف الصحيفة الإعلامية وزيادة انقرايتها.

من خلال نتائج الدراسة، يُوصى بضرورة تحسين وتطوير المواقع الإلكترونية الخاصة بالهيئة الملكية للجبيل وينبع لتلبية احتياجات الجمهور بشكل أفضل. يجب أن يشمل ذلك تحديث المعلومات بشكل دوري، تعزيز التفاعل مع الزوار، وتوفير محتوى متنوع يواكب اهتماماتهم المتغيرة، خاصة في مجالات الأخبار والخدمات. علاوة على



ذلك، يُنصح بتطوير تطبيقات أو منصات تفاعلية تساهم في تسهيل الوصول إلى المعلومات، بما في ذلك تخصيص محتوى يناسب اهتمامات المستخدمين الفردية.

بالإضافة إلى ذلك، من المهم تحسين الوعي الرقمي للجمهور عبر حملات توعية تهدف إلى تعزيز استخدام المواقع الإلكترونية مقارنة بالصحف الورقية. يمكن تحقيق ذلك من خلال استراتيجيات تسويقية مبتكرة تركز على مميزات المواقع الإلكترونية مثل التفاعل المباشر، التحديثات الفورية، والتنوع في المحتوى. كما يمكن تنظيم ورش عمل أو فعاليات تفاعلية تهدف إلى تعزيز ثقافة استخدام الإنترنت كمصدر رئيسي للأخبار والمعلومات، مما يساعد في توجيه الجمهور نحو اعتماد أكبر على المصادر الرقمية.

مراجع البحث :

^١ سارة عباوي، رحمانى زهرة، مقروئية الصحافة الإلكترونية مقارنة بالصحافة الورقية في الجزائر: دراسة ميدانية لجريدة الشروق اليومي في شكلها الورقي والإلكتروني طلبة جامعة ادراة نموذجاً. رسالة ماجستير. الجزائر. جامعة ادراة . كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والإسلامية. ٢٠١٧. ص ٥٠

^٢ Sparks, J. F., & Waddell, T. F. (2024). Easy to read, easy to judge: Assessing readability as a heuristic for credibility in news. *Newspaper Research Journal*, 45(2).

^٣ Shulman, H. C., Markowitz, D. M., & Rogers, T. (2024). Reading dies in complexity: Online news consumers prefer simple writing. *Science Advances*, 10(23).

^٤ Kiková, H., & Žuk-Olszewska, M. (2024). Readability and comprehension of digital texts by political figures. *Communication Today*, 15(2), 5.

^٥ حجازي، فاطمة الزهراء محمد رضا، وانتصار محمد السيد سالم، وعبد رمضان الصادق صقر. "التحول الرقمي للصحف المسائية وعلاقته بانقرائية الجمهور لها: دراسة ميدانية." مجلة دراسات وبحوث التربية النوعية ١٠، عدد ١ (يناير ٢٠٢٤). جامعة الزقازيق - كلية التربية النوعية.

^٦ باعثمان، رنيم يحيى سالم، ودعاء فتحي سالم. "تأثير إخراج الصحف السعودية الإلكترونية على انقرائية الجمهور لهذه الصحف: دراسة تحليلية وميدانية." المجلة العربية للإعلام والاتصال ٢٥ (مارس ٢٠٢١). الجمعية السعودية للإعلام والاتصال.

^٧ الخولي، سحر عبد المنعم محمود. "دور الإنفوجرافيك في زيادة انقرائية الجمهور للمحتوى الإعلامي في مواقع الصحف المصرية والعالمية: دراسة تحليلية وميدانية." مجلة البحوث الإعلامية ٥٤، الجزء ٣ (يوليو ٢٠٢٠): ١٤٤٩-١٥٣٤. جامعة الأزهر - كلية الإعلام بالقاهرة.

^٨ أبو نقيرة، أيمن خميس ربيع، ويحيى باسم يحيى عياش. "انقرائية الأخبار في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة." مجلة وادي النيل للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية والتربوية ٢١، العدد ٢١ (٢٠١٩): ٢٥٧-٢٩٤. جامعة القاهرة - فرع الخرطوم - كلية الآداب.

^٩ باعثمان، رنيم يحيى، ودعاء فتحي سالم. "إخراج الصحف السعودية الإلكترونية وعلاقته بانقرائية الجمهور لهذه الصحف: دراسة ميدانية." مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية 3، العدد ١٢ (ديسمبر ٢٠١٩): ١٣٧-١٥٨. المركز القومي للبحوث - غزة.

^{١٠} النامي، خالد بن عبدالله بن نامي. "مقروئية الاتصال الإلكتروني لوزارة التعليم العالي السعودية وعلاقته بإمداد المعلومات." المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد خاص (مايو ٢٠١٨): ٣٧١-٤٠٧. جامعة القاهرة - كلية الإعلام.

^{١١} درويش، فرج خيرى عبدالجيد. "انقرائية الأخبار ومقالات الرأي بالصحف الإلكترونية العربية وعلاقتها بالاتجاه نحو التطرف الفكري لدى الشباب السيناوي." المجلة العلمية لبحوث الصحافة ١٣ (مارس ٢٠١٨): ٥٢١-٥٥٩. جامعة القاهرة - كلية الإعلام - قسم الصحافة.

^{١٢} عياش، يحيى باسم يحيى. انقرائية الأخبار في الصحف الفلسطينية الإلكترونية. رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، كلية الآداب، غزة، ٢٠١٥.

¹³ Purcell, Kristen, and Lee Rainie. "Americans Feel Better Informed Thanks to the Internet." Pew Research Center, December 8, 2014. Accessed [insert access date]. <https://www.pewresearch.org>.

¹⁴ Lomas, N. (2014, June 25). Digital news finally as popular as newspapers in the UK. TechCrunch. https://techcrunch.com/2014/06/25/print-vs-digital/?utm_source=chatgpt.com



- ¹⁵ Liew, C. K., & Gan, W. T. (2014). Print newspaper versus online news media: A quantitative study on young generation preference. *Journal of Media Studies*, 15(3), 123-145. <https://doi.org/xxxxxx>
- ¹⁶ Newsosaur. (2013, July). Study finds elders pick web over print for news. Newsosaur. Retrieved from <https://newsosaur.blogspot.com/2013/07/study-finds-elders-pick-web-over.html>
- ¹⁷ BBC News. (2013, May 9). Reading newspapers online is now as popular as print, study finds. BBC News. Retrieved from <http://www.bbc.com/news/education-22540408>
- ¹⁸ Beverly Wright et al (2008)، "Application of Media Richness Theory To Data Collection"، **The Journal Of Applied Business Research**. Vol.24، No.1.
- ¹⁹ Ishii et al. (2019). "Revisiting Media Richness theory for today and future" pp 124-131، Available at : <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/hbe2.138>
- ²⁰ Mengyan Ma (2021). Promoting Healthy Eating Behaviors Using Information and Communication Technology (ICT) Succession Theory and Media Richness Theory during COVID-19 Panademic، **PHD**، Michigan State University، Media and Information collage.
- ^{٢١} غزوان جواد حسان (٢٠٢١). التعرض للوسائل الجديدة وأثره في استخدامات الشباب العراقي للوسائل التقليدية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام). ص٢٨.
- ²² I nês Pessoa de Amorim (2021). How augmented reality media richness influences consumer behavior، **International Journal of Consumer Studies**. Available at: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/ijcs.12790>
- ²³ Yun، Haejung et al (2009)، "Testing the Task-Media Fit: The Effects of Task Equivocality on Social Presence of Mobile Video-Mediated Communication". **AMCIS 2009 Proceedings**. 645. P.2 ،Available at <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1633&context=amcis2009>

- ²⁴ Dongmei Cao et al (2020). Understanding consumers' social media engagement behaviour: An examination of the moderation effect of social media context, **Journal of Business Research**, Vol.122, PP. 835-846.
- ²⁵ Debashish Mandal & Robert JMC Queen (2013) , "Extending Media Richness Theory To Explain Social Media Adoption By Micro businesses", **Journal Te Kura Kete Aronui** , Vol.5. P.4.
- ²⁶ Huan Xiao et al. (2021). An investigation on information quality, media richness, and social media fatigue during the disruptions of COVID-19 pandemic, **Current Psychology**. Available at: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12144-021-02253-x>
- ^{٢٧} عبدالهادي أحمد النجار (٢٠١٢) ، "العوامل المؤثرة على قارئية الصحافة الإلكترونية في مصر دراسة تحليلية ميدانية" ، **مجلة كلية الآداب** ، جامعة الزقازي ، ص ١٥-٢٦٨ .
- ²⁸⁾ Stephen J. et al (2006) Distance Education Communications: The social presence and media richness of instant messaging ، **Journal of Aasynchronous Learning** ، Vol.10. PP.67-81.
- ²⁹ Spencer H. Harrison et al (2017) :A multilevel Model of curiosity ، feedback Seeking and، Feedback Giving in Creative Work .ACAD Manage J. ، Vol. 60، No.6. Available at: <http://amj.aom.org/content/60/6/2051.full.pdf+html>
- ³⁰ Rashed Salem Alhaimer (2021). The Role of Social Media in the Innovation and Performance of Kuwaiti Enterprises in the Food Sector، **Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research**، Vol.16، No.6، PP.1960-1972
- ³¹ Okan Arslan et al. (2021). Understanding topic duration in Twitter learning communities using data mining. **Journal of Computer Assisted Learning**. Available at : <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/jcal.12633>
- ³² Alan R. Dennis & Susan Y. Kinney (1998) "Testing Media Richness Theory in the New Media: The Effects of Cues ، Feedback and Task Equivocality" ، **Information Systems Research** ، Vol.9، No.3 September 1998.



- ³³ Robert F.Otondo et.al. (2008) ، “The Complexity Of Richness : Media Richness :Media ،Massage ،And Communication Outcomes، **Information& Management** ،Vol.45،No.1،2008 .p.21. available at . https://libres.uncg.edu/ir/uncg/f/P_Palvia_Complexity_2008.pdf
- ³⁴ Dan O. Hare et al (1998) ،”**Strategic Communication In Business And The Profession**“، Boston: Houghton Mifflin، .p.60.
- ³⁵ Alan R.Dennis،Josephs،Valacich، Cheri Speier،Michael G.Morris،”Beyond Media Richness:An Empirical Test of Media Synchronicity theory “،**HICSS:98 Proceedings of The Thirty First Annual Hawaii International Conference On System Sciences** ، Vol.1،p48،January 1998.
- ³⁶ Joseph Schmitz،Janet Fulk (1991)،”Organizational Colleagues،Media Richness،And Electronic Mail،Atest of the Social Influence Model of Technology Use Communication Research ،Vol.18، No.4، PP. 488. Available at. <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/009365091018004003#articleCitationDownloadContainer>
- ³⁷ Kilsouh (1999) .”Impact of communication medium on task performance and satisfaction :an examination of media richness theory “،**Information&Management** ،Vol.35،no.5، ،pp.295-312. Available at. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378720698000974#!>
- ^{٣٨} أماني رضا عيد المقصود مصطفى(٢٠٢٠). التجربة الترفيهية عبر منصات خدمة الفيديو الرقمية العربية: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الثراء الإعلامي. **مجلة البحوث الإعلامية**. جامعة الأزهر. العدد ٥٥. الجزء الأول، ص ٤٢١
- ^{٣٩} جمال محمد غيطاس، مدخل إلى الصحافة الإلكترونية، **الدراسات الإعلامية**، العدد ١١٤ (مصر: المركز العربي الاقليمي للدراسات الاعلامية للسكان والتنمية والبيئة، ٢٠٠٤) ص ٢١٧ - ٢٣٥.
- ^{٤٠} عبد الله الخطيب، **الصحافة الإلكترونية - المعايير والضوابط** (القاهرة: المكتبة الحديثة، ٢٠٠٥) ص ٩٣ - ٩٤.
- ^{٤١} كريمة كمال عبد اللطيف توفيق، انقراضية الصحف الإلكترونية العربية: دراسة تطبيقية على صحف (مصر العربية - الشرق الأوسط - الرأي العام) خلال عام ٢٠٠٦، رسالة ماجستير غير منشورة (الزقازيق: جامعة الزقازيق، كلية الآداب، ٢٠١٠) ص ٩٩.

- (٤٢) رضا عبد الواحد أمين، **الصحافة الإلكترونية**، ط ١ (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧) ص ٩٥.
- (٤٣) محمد نصر، **الإنترنت والإعلام: الصحافة الإلكترونية**، العين، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣م ص ٤.
- (٤٤) سعيد غريب، **الصحافة الإلكترونية والورقية**، القاهرة، دار بحوث الإعلام، ٢٠٠١م. ص ٢١٣.
- (٤٥) فارس حسن شكر المهداوي، **صحافة الإنترنت : دراسة تحليلية للصحف الإلكترونية المرتبطة بالفضائيات الإخبارية "العربية نت نموذجاً"**، رسالة ماجستير غير منشورة (الدنمارك: الأكاديمية العربية في الدنمارك، كلية الأدب و التربية، قسم الإعلام والاتصال، ٢٠٠٧) ص ٤٦.
- (٤٦) السيد بخيت محمد، **استخدامات الإنترنت كوسيلة تعليمية في مجال الصحافة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد ٨ (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٢) ص ٨٩.
- (٤٧) رابح عمار، **الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني**، رسالة دكتوراه، الجمهورية الجزائرية، جامعة وهران، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية، قسم علوم الإعلام والاتصال، ٢٠١٧م. ص ص ٤٥-٤٦.
- (٤٨) حسنى نصر، **سناء عبد الرحمن**، (٢٠٠٩م)، **"التحرير الصحفى فى عصر المعلومات والخبر الصحفى"**، (العين: دار الكتاب الجامعى)، ط ٢، ص ٢٩٧.
- (٤٩) عبد الله ناصر الحمود، **فهد عبد العزيز العسكر**. إصدارات الصحف السعودية المطبوعة على الإنترنت: دراسة تقييمية. بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي الأول لأكاديمية أخبار اليوم عن الصحافة العربية وتحديات المستقبل. (القاهرة: ٨-٩ مايو ٢٠٠٢) ص ١٦.
- (٥٠) سحر أحمد غريب. **دور أطر المعالجة الصحفية للمشروعات القومية المصرية فى تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحوها**، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس، كلية الآداب- قسم علوم الاتصال والإعلام، ٢٠١٨).
- (٥١) الحسن على محمد الذاري، **استخدامات الشباب اليمني للصحف الإلكترونية والإشباعاات المتحققة: دراسة ميدانية**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة أسيوط، ٢٠١١.
- (٥٢) مهيتاب ماهر محمود كامل (٢٠١٤)، **استخدامات النخبة المصرية لشبكة الإنترنت واتجاهاتهم نحو مصداقيتها**، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة



(٥٣) أحمد بن راشد بن سعيد، الإعلام والجمهور النشط من مقاومة السائد إلى إنتاج البديل، بحث مقدم في المؤتمر العلمي الرابع لشعبة علوم الإعلام، بعنوان الإعلام الجديدة وآفاق المستقبل، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام، خلال يومي ٢٠-٢١ مايو ٢٠٠٨.

(٥٤) فضل جلال العامري. حرية الإعلام في الوطن العربي في ظل غياب الديمقراطية. ط١ (الجيزة: هلا للنشر والتوزيع. ٢٠١١). ص ١٤٨.

(٥٥) أحمد بن راشد بن سعيد، الإعلام والجمهور النشط من مقاومة السائد إلى إنتاج البديل، بحث مقدم في المؤتمر العلمي الرابع لشعبة علوم الإعلام، بعنوان الإعلام الجديدة وآفاق المستقبل، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام، خلال يومي ٢٠-٢١ مايو ٢٠٠٨.

(٥٦) حسنى نصر، سناء عبد الرحمن، التحرير الصحفى فى عصر المعلومات والخبر الصحفى"، (العين: دار الكتاب الجامعى)، ط٢، ص ٢٩٧.