توظيف تقنيات السيو SEO في كتابة المحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية وعلاقته بفهم المحتوى وتذكره لدى طلاب الإعلام . . دراسة شبة تجريبية

د . محمد مهني البحراوي

مدرس الصحافة والنشر في كلية الإعلام بنين، جامعة الأزهر

ملخص البحث :

تحتاج المواقع الإخبارية إلى استخدام تقنيات متقدمة لتحسين ظهورها على محركات البحث؛ الأمر الذي جعلها تعمد إلي توظيف تقنيات السيو (SEO) في كتابة المحتوى الإخباري؛ لذا هدفت الدراسة إلى رصد العلاقة بين توظيف هذه التقنيات في كتابة المحتوى بالمواقع الإخبارية وعلاقته بفهم المحتوى وتذكره لدى طلاب الإعلام.

وتنتمي الدراسة إلى الدراسات شبه التجريبية، وتم تطبيقها على عينة قوامها ٦٠ طالبا من الفرقة الرابعة، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، وقد اثبتت الدراسة أن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة في فهمهم وتذكرهم للمحتوى الإخباري

المكتوب بالطريقة التقليدية والمحتوى المستخدم لتقنيات السيو، كما أظهرت أن المحتوى المكتوب بطريقة تقليدية أكثر فهما من المكتوب بتقنيات السيو، أما المحتوى المستخدم لتقنيات السيو فقد كان أكثر تذكرا من المحتوى المكتوب بالطريقة التقليدية، وقد أوصت الدراسة باستخدام تقنيات السيو في مواد محددة تستند إلى خريطة المحتوى الرائج وعدم استخدامها في كل المواد الإخبارية لأنها تشتت ذهن القارئ وتعيق من فهمه لها.

الكلمات المفتاحية: تقنيات السيو، المواقع الإخبارية، الفهم، التذكر، طلاب الإعلام.

Employing SEO techniques in writing news content on news sites and its relationship to understanding and remembering content among media students: A Quasi-Experimental Study"

Dr: Mohamed Mehanni elbhrawy

Abstract:

News websites need to use advanced techniques to improve their visibility on search engines, which has led them to employ SEO (Search Engine Optimization) techniques in writing news content. Therefore, the study aimed to monitor the relationship between employing these techniques in writing content on news websites and its relation to content comprehension and recall among media students.

The study belongs to quasi-experimental studies and was applied to a sample of 60 fourth-year students from the Faculty of Media, Al-Azhar University. The study proved that there are statistically significant differences among the study sample in their understanding and recall of news content written in the traditional way and content using SEO techniques. It also showed that traditionally written content is better understood than content written with SEO techniques, while content using SEO techniques is better recalled than traditionally written content.

The study recommended using SEO techniques in specific materials based on trending content maps and not using them in all news materials as they distract the reader's mind and hinder their understanding.

Keywords: (SEO techniques, Search Engine Optimization, News sites, Understanding, remembering, Media students)

مقدمة:

تشكل وسائل الإعلام والنشر الإلكتروني محوراً أساسياً في العالم الرقمي الحديث، ومن أبرز هذه الوسائل المواقع الإخبارية التي تقدم المعلومات والأخبار بشكل سريع وشامل للمجتمع، بعد أن كانت الصحف الورقية والمجلات هي المصدر الرئيس للأخبار، وكانت القراءة المادية هي الوسيلة الأساسية للوصول إليها؛ لكن ومع تزايد انتشار الإنترنت والوصول السريع للمعلومات أصبحت المواقع الإخبارية الرقمية الخيار الأمثل للحصول على الأخبار في الوقت الفعلي.

وفي ظل التطور التكنولوجي المستمر تحتاج المواقع الإخبارية إلى استخدام تقنيات متقدمة لجذب القرّاء وتحسين مستوى الظهور على محركات البحث من خلال محتوى ذو جودة عالية يعتمد على تقنيات تحسين محركات البحث (السيو SEO) الأمر الذي جعل العديد من المواقع تميل إلى استخدام أشكال وقوالب جديدة في كتابة المحتوى الصحفي بعيدًا عن الأشكال والقوالب التقليدية الكلاسيكية التي اعتمدت عليها لسنوات طويلة مثل: قالب الهرم المقلوب، وقالب الهرم المعتدل، وقالب الساعة الرملية وغيرها من القوالب التقليدية، معتمدة على تقنيات تحسين محركات البحث، وما يتبع ذلك من استخدام أساليب وطرق مختلفة في الكتابة سواء في كتابة العناوين الرئيسية أو الفرعية أو المقدمات أو استخدام الكلمات المفتاحية أو بنية النصوص واستخدام الصور ومقاطع الفيديو والهايبر لينك والهايبر تكست وغيرها من الأدوات التي تساعد على تحسين ظهور الموقع في محركات البحث مثل جوجل وبينج وياهو وغيرها من المحركات.

ومصطلح (السيو SEO) هو اختصار لـ "Search Engine Optimization" أو ما يقصد به تهيئة الموقع لمحركات البحث، فوفقًا لدليل تحسين نتائج محركات البحث الصادر عن شركة جوجل "Google" فقد عرف السيو بأنه: "علم تحسين ظهور

موقع إلكتروني أو مضمون معين من ملايين المضامين التي تحتوي عليها المواقع الكترونية في نتائج محركات البحث المجانية "غير المدفوعة" مثل جوجل أو ياهو، بحيث يظهر في النتائج الأولى للبحث، وذلك عن طريق دراسة كيفية عمل محركات البحث والعوامل المؤثرة على ترتيب نتائج محركات البحث وتحسينها وكذلك علاج بعض الأخطاء والمشكلات في المواقع، وهو أحد فروع مجال التسويق الإلكتروني".

فالمقصود بهذا المصطلح (السيو SEO) هو فهم طبيعة عمل محركات البحث والفنيات والمتطلبات التي يقتضيها ويشترطها محرك البحث حتى يتصدر الموقع الإلكتروني للصحيفة أو البوابة الإعلامية النتائج في الصفحة الأولى، ويظهر في مقدمة النتائج التي يبحث عنها المستخدمين؛ فمن بين ملايين الكلمات التي يبحث عنها الجمهور يوميًا هناك مواقع بعينها تتصدر نتائج البحث بشكل مستمر، وهناك الملايين من المواقع التي تغرق في بحر محركات البحث ولا يراها الجمهور من الأساس، والسبب في ذلك هو "السيو".

ولا شك أن توظيف تقنيات السيو (SEO) في كتابة المحتوى الإخباري يتبعه استخدام أساليب وطرق مختلفة في الكتابة الصحفية عن الطرق التقليدية سواء في استخدام الكلمات المفتاحية وكتابة العناوين وطريقة كتابة المقدمات وبنية النصوص واستخدام الصور ومقاطع الفيديو وغيرها من الأدوات التي تساعد على تحسين ظهور الموقع في محركات البحث؛ وبالتالي يكثر التعرض له من قبل الجمهور ليحقق لهم العديد من الوظائف الإعلامية والتي من أهمها: الاطلاع على الجديد من الأخبار، والقدرة على فهم ما يدور من أحداث، لذا جاءت هذه الدراسة التي تهدف إلى رصد العلاقة بين توظيف تقنيات السيو SEO في كتابة المحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية وعلاقته بفهم المحتوى وتذكره لدى طلاب الإعلام.. دراسة شبة تجريبية على عينة من طلاب الفرقة الرابعة بقسم الصحافة والنشر كلية الإعلام جامعة الأزهر.

الدراسات السابقة:

تحتم قواعد البحث العلمي وأصوله مراجعة التراث العلمي المتمثل في الدراسات السابقة ذات الصلة المباشرة وغير المباشرة بموضوع البحث، ومن خلال البحث في قواعد البيانات العربية والأجنبية وأبحاث الدوريات المتخصصة، توصل الباحث إلى مجموعة من الدراسات العلمية يعرضها على النحو التالي:

أولًا: الدراسات التي تناولت استخدام تقنيات تحسين محركات البحث في تحرير المواد الإخبارية.

بدايةً هدفت دراسة (Tran Duc Le & ets2024)[١] إلى رصد التهديدات الناشئة في مجال الأمن السيبراني والمعروفة باسم "تسميم تحسين محركات البحث (SEO)"، وتأثيراتها على جهود التسويق الرقمي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، من خلال تحليل شامل للتقنيات التي يستخدمها المهاجمون في تسميم SEO، واقترحت الدراسة استخدام استراتيجيات تخفيف مخصصة تتماشى مع مبادئ إطار عمل الأمن السيبرانيNIST، مع مراعاة القيود التي تواجهها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من حيث الموارد، وشملت التوصيات إجراءات تقنية مثل تدقيق أمان المواقع الإلكترونية وتدريب الموظفين، بالإضافة إلى مبادرات غير تقنية لتعزيز ثقافة الوعي بالأمن السيبراني، وتؤكد الدراسة على الحاجة إلى استمرار اليقظة والتكيف مع التدابير الأمنية لمواجهة التكتيكات المتطورة التي يستخدمها الخصوم في مجال التسويق الرقمي.

أما دراسة (Carsten D. & ets 2023)[٢] فقد ارتكزت على فهم المخاطر المتعلقة ب تحسين استراتيجيات الإعلانات الممولة مقابلة الأخبار المعتمدة على تقنيات تسحين محركات البحث، باستخدام حالة دراسية لشركة خدمات، وقد أظهرت البيانات المتاحة على مدار ٥٢٥ يوم أن النقص في البيانات يمكن أن يؤدي إلى تدهور طويل الأمد في أداء الإعلانات، وبالتالي يجدر على المعلن الاعتماد على خوارزميات تحسين

البحث، كما أشارت النتائج إلى أن التعلم الذاتي للخوارزميات يمكن أن يؤدي إلى دوامة هبوط تؤثر تدريجيًا على الأداء.

حفناوي، ونرمين مرسي[٣] **(٢٠٢٣م)** فقد هدفت إلى تقييم دور تحسين محركات البحث (SEO) كأداة داعمة للتسويق الإلكتروني لمواقع شركات السياحة وتأثيرها على حجم مبيعاتها والوعي بعلامتها التجارية، وقد كشفت نتائج الدراسة عن التأثير الكبير لاستخدام التسويق عبر محركات البحث في زيادة على موقع الويب والوعي بالعلامة التجارية وحجم المبيعات، كما بينت أن التسويق عبر محركات البحث داخل شركات السياحة المصرية يمكن أن يؤدي دورًا رئيسًا كأداة تسويقية فعالة في الترويج للسياحة في مصر.

بينما استهدفت دراسة **عبد الحي،**[٤] **(٢٠٢٢م)** قياس العلاقة بين درجة وعى القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية بتهيئة المواقع لمحركات البحث SEO وجودة الخدمة الإخبارية المقدمة للجمهور، وما إذا كان الوعي بالسيو يسهم في جعل الصحفي قادرًا على إنتاج محتوى خبري أكثر جودة، وقد توصلت الدراسة إلى أن المعرفة بالسيو صارت واقعا فرض نفسه على المؤسسات الصحفية، وأن الصحف الإلكترونية بحاجة لمزيد من الاهتمام به، وإدارته بشكل أكثر نضجا واحترافية، كما أظهرت أن موقع اليوم السابع، والوطن، والمصري اليوم، ومصراوي، أبرز المؤسسات الناجحة في تطبيق قواعد السيو.

فيما استهدفت دراسة **سحر الخولي،**[٥] **(٢٠٢٢م)** التعرف على استراتيجيات الصحف الإلكترونية المصرية لتطبيق معايير السيو (SEO) وكيفية توظيف قواعده، وعلاقة هذه الإجراءات مع معايير إنتاج ونشر المحتوى الصحفي، وقد توصلت الدراسة إلى استفادة الصحفيين من التقنيات التي يوفرها محرك جوجل لتحسين محركات البحث، كما أن تقنيات السيو قد حققت للمواقع الصحفية عدة مزايا منها: زيادة أعداد المتابعين وجذب المزيد من الجمهور، كما أوضحت الدراسة أهمية الخطوات التحريرية لتهيئة الموقع داخليًا ومنها: كتابة محتوى قوي غير منقول من

مواقع أخرى، وتدعيم الصفحات بالصور وكتابة النص البديل للصور، والاستفادة من الروابط الخارجية للموقع Back links، مع وجود علاقة تشاركية بين الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي.

أما دراسة **أبو راوي**،[٦] **(٢٠٢٢م)**، فقد هدفت إلى استكشاف العوامل المؤثرة على سرعة استجابة المواقع الإلكترونية وتحسين أداء الموقع عبر تنفيذ عدد من الخطوات التقنية لتحسين سرعة استجابة المواقع الإلكترونية لمحركات البحث بنجاح، وبإجراء مقارنة لسرعة استجابة موقع الجامعة قبل وبعد إجراء التحسينات المقترحة كانت النتيجة هي ارتفاع سرعة استجابة موقع جامعة مصراته لمحركات البحث وظهوره للمستخدم من ٤٧% إلى ٩٨%؛ مما يؤكد صحة نتائج الدراسة في تحديد العوامل المؤثرة على استجابة المواقع الإلكترونية.

كذلك دراسة **غادة بكاية**،[٧] **(٢٠٢٢م)** التي هدفت إلى تقييم استخدام المواقع الإلكترونية لمستشفيات اللاذقية للكلمات المفتاحية والمحتوى بما يتوافق مع محركات البحث وذلك من وجهة نظر عملاء هذه المستشفيات، وخلصت الدراسة إلى أن المستشفيات لا تستخدم في موقعها الإلكتروني الكلمات المفتاحية بالطريقة التي توافق محركات البحث؛ وقد أوصت بضرورة استخدام المستشفيات في مواقعها الإلكترونية الأدوات الكثيرة التي يوفرها محرك البحث جوجل لتحليل الكلمات المفتاحية بهدف استخدام هذه الكلمات في المواقع إضافة إلى كتابة المحتوى وفق شروط محركات البحث.

فيما تناولت دراسة **القحطاني (٢٠٢٢م)** [٨] حالتين دراسيتين من المملكة العربية السعودية لاستكشاف استراتيجية التسويق الأمثل عبر محرك البحث وفهم سلوك العملاء، وفهم واستكشاف المساهمة الهائلة للقوائم المدفوعة وتحسين محركات البحث كأدوات لمحركات البحث، حيث أجرى الباحث دراسة كيفية استخدام الحالتين الدراسيتين لتحسين محرك البحث والقوائم المدفوعة الدفع مقابل النقر (PPC) وقد وجدت الدراسة أن محركات البحث تجلب عدداً أكبر من النقرات مقارنة بـ PPC مما يشير إلى إمكانية تحويل المزيد من الزوار المستخدمين إلى عملاء فعليين.

بينما سعت دراسة [٩] (Carlos Lopezosa, Lluis Coding, et al ٢٠٢٠م) إلى معرفة الدور الذي يؤديه الإلمام بمفهوم وأبعاد (السيو) في تحسين بيئة العمل في وسائل الإعلام الرقمية، من خلال مقابلة متعمقة مع ٣٣ صحفياً ،ومستشاراً ،وأكاديمياً متخصصاً في مجال السيو، وأكدت نتائج الدراسة على أهمية التمكن من أدوات "السيو" وتزويد الصحفيين بالدورات التدريبية لضمان تحقيق أكبر قدر من جودة المضمون المقدم للجمهور.

أما دراسة (Prakash 2020م) [١٠] فقد هدفت إلى تحديد تقنيات السيو داخل الصفحة وخارجها، إضافة لتحديد تقنيات الصندوق الأبيض والأسود للسيو، والمقارنة بين جميع التقنيات وأيها أفضل، واعتمد الباحث المقاربة الاستنباطية كمنهج للتفكير، وعلى المنهج الوصفي لوصف المتغيرات وتحديد التقنيات المستخدمة، والمقارنة بينهما، وخلصت الدراسة إلى أن معظم المستخدمين ينقرون على أعلى النتائج التي تظهر في محركات البحث، ويصبح الترتيب حاسما لتجهيز الموقع بالتقنيات المناسبة لتحسين ترتيبه في محركات البحث.

فيما هدفت [١١] Natalia & Oksana (٢٠٢٠م) إلى دراسة إلى تصميم وإعادة توزيع بنية موقع ويب وتحسين الظهور الداخلي والخارجي لمحركات البحث الخاصة بالمصادر، إضافة إلى معالجة عمليات الرؤية الواجهة للموقع والعامل السلوكي، حيث اعتمدت الدراسة على المقاربة الاستنباطية كمنهج عام للتفكير، وخلصت الدراسة إلى أن استخدام قواعد السيو الصحيحة في الموقع دون استخدام الإعلان التجاري يؤدي إلى تحسين ظهور الموقع بطريقة مجانية.

لتتناول دراسة [١٢] Ron Berman, Zsolt Katona (٢٠١٣م) تأثير تحسين محركات البحث على التنافس بين المعلنين باستخدام تحسين محركات البحث مقابل الإعلانات والروابط المدفوعة، وقد أظهرت نتائج الدراسة ايجابية استخدام تحسين

محركات في ظهور المواقع وبالتالي رضا زواره، وذلك في غياب الروابط المدفوَعة، كما أظهرت النتائج أن المواقع التي تستخدم السيو توفر كثيرا من النفقات.

ثانيا: الدراسات التي تناولت أشكال وقوالب تحرير المواد الصحفية وعلاقتها بالفهم والتذكر.

بدايةً هدفت دراسة **أمال إسماعيل،**[١٣] **(٢٠٢٣م)** إلى الكشف عن سمات الخطاب المرئي للرسوم المتحركة، وكيف تم توظيفه لإيصال رسالة توعوية بطريقة جذابة، تم تطبيق الدراسة على (٣٠) طالبة، وأظهرت الدراسة تنوعًا ملحوظًا في السلوكيات الإيجابية التي انعكست في الخطاب المرئي المحلي والعالمي، حيث استندت البنية الدلالية للنماذج العالمية إلى الدال المكتوب والايقوني فقط، بينما اعتمدت النماذج المحلية على النص الصوتي كوسيلة لجذب الانتباه وإثارة الاهتمام، كما تبين أن مستوى الفهم والوعي لدى عينة الدراسة زاد بنسبة ٨٠٪ للاختبار اللاحق (Motion Graphics) بينما كان متوسطًا في الاختبار التجريبي الأول، (PPT) بنسبة ٦٠٪، وبذلك يتضح تأثير الرسوم المتحركة على استرجاع المعلومات.

أما دراسة **السمان،**[١٤] **(٢٠٢٢م)** فقد هدفت إلى معرفة أثر توظيف الإنفو جرافيك المتعلق بمبادرات التحول الرقمي بالمواقع الإخبارية في فهم وتذكر الجمهور للمضمون، دراسة شبه تجريبية، واعتمدت على مقاييس طبقت على أفراد العينة لتدوين إجاباتهم سعيًا لقياس كل من الفهم والتذكر، وتوصلت الدراسة إلى تأكيد التأثير الإيجابي لاستخدام الإنفو جرافيك على فهم القراء وتذكرهم للمضمون وأثبتت أن الإنفو جرافيك يؤدي دورًا مهمًا في عملية الفهم والتذكر مقارنة بالمجموعة التي لم تتعرض له.

فيما هدفت دراسة **العايدي،**[١٥] **(٢٠٢١م)** إلى التعرف على أهم أساليب تحرير المواد الإخبارية بموقع الهيئة العامة للاستعلامات وعلاقتها بتفضيلات القراء، من خلال دراسة تحليلية ميدانية، وقد توصلت الدراسة :أن الأخبار القصيرة جاءت في الترتيب

الأول من بين المواد المنشورة، يليها التقارير، ثم القصة الإخبارية، كما أظهرت إتاحة الموقع الإلكتروني للهيئة العامة للاستعلامات لأيقونات وروابط مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بها على الموقع مثل: فيسبوك، وتويتر.. الخ.. وجاء ترتيب الفنون الصحفية على موقع الهيئة بالنسبة للمبحوثين الأخبار ثم التقارير، ثم الحوارات.

أما دراسة **مروة الزهري**[١٦] **(٢٠٢١م)** فقد هدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى تأثير الصورة الصحفية ومقاطع الفيديو بالمواقع الإخبارية الإلكترونية على إدراك وتذكر الشباب الجامعي للمضمون الإخباري، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي، وطبقت على عينة عمدية قدرها ٩٠ طالبا، وأظهرت وجود علاقة دالة إحصائيا بين تأثير الصورة الصحفية ومقاطع الفيديو بالمواقع الإخبارية الإلكترونية وإدراك وتذكر الشباب الجامعي للمضمون الإخباري.

فيما تناولت دراسة **رشيد**[١٧] **(٢٠٢٠م)** تأثير الإنفو جرافيك على فهم وتذكر الشباب للمحتوى الإخباري بالصحف الإلكترونية، وهدفت إلى اختبار تأثير الإنفو جرافيك على اكتساب القراء للمعلومات من الأخبار، من خلال دراسة تجريبية طبقت على عينة عمدية قوامها ٩٠ طالبا، وتوصلت إلى أن إدخال الإنفو جرافيك في عرض الأخبار أسهم في زيادة معدل فهم المحتوى الإخباري وتذكره مقارنة بوجود النص فقط، كما أظهرت تفوق تأثير الإنفو جرافيك المتحرك مقارنة بتأثير الإنفو جرافيك الثابت.

أما دراسة **سامية النوبي**،[١٨] **(٢٠١٩م)** فقد هدفت إلى معرفة تأثير توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية التليفزيونية وتأثيرها على المستوى المعرفة للجمهور المصري، وطبقت على عينة قدرها (١٠٠) مبحوث، وقد توصلت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات التجريبية في درجات الإدراك لدى المبحوثين وتوظيف الوسائط المتعددة بالمواقع الإخبارية، كما أكدت وجود فروق في درجات التذكر وتوظيف الوسائط المتعددة بالمواقع الإخبارية التليفزيونية.

فيما تناولت دراسة **وفاء ثروت،**[١٩] **(٢٠١٩م)** أثر توظيف السمات الإبداعية في الإعلانات التليفزيونية على فهم وتذكر الجمهور للمحتوى دراسة تحليلية تجريبية، وسعت إلى اختبار أثر توظيف السمات الإبداعية في الإعلانات التليفزيونية على فهم وتذكر الجمهور للمحتوى، وأكدت نتائج الدراسة وجود تأثير لتوظيف السمات الإبداعية في الإعلانات التليفزيونية على فهم وتذكر الجمهور للمحتوى، فكلما زادت السمات الإبداعية وأحسن توظيفها في الإعلام زاد فهم وتذكر الجمهور له.

أما دراسة **خالد عبدالله،**[٢٠] **(٢٠١٨م)** فقد حاولت التعرف على أساليب تحرير المادة الخبرية في مواقع مؤسسات الاتصال الإعلامي وعلاقتها بتفضيلات القراء حيث تم اختيار موقع الهيئة العامة للاستعلامات نموذجا لتطبيق الدراسة التحليلية، و٤٠٠ مفردة، وقد توصلت الدراسة إلى أنه توجد علاقة ارتباطية بين أساليب تحرير المادة الخبرية وسهولة قراءتها على موقع الهيئة، كما توجد علاقة ارتباطية بين استخدام الوسائل التكنولوجية لموقع الهيئة وتفضيلات الجمهور المعرفية للتغلب على الغموض الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

- اهتمت معظم الدراسات السابقة برصد مدى استفادة استخدام المواقع الإخبارية والمواقع الخدمية في توظيفها لتقنيات السيو، ومدى تأثير ذلك على تحسين ظهور المواقع في محركات البحث.
- اهتمت معظم الدراسات بالتعرف على الاستراتيجيات المستخدمة من قبل المواقع في توظيف تقنيات السيو، وأكثر الاستراتيجيات المفيدة في تحسين محركات البحث.
- اهتمت الدراسات بالدراسات الميدانية بالتطبيق على القائم بالاتصال في مقابل ندرة الدراسات القائمة على تحليل المحتوى المستخدم للأشكال الحديثة في كتابة المحتوى الإخباري.

- اعتمدت الدراسات على الدراسات الخاصة بمدى معرفة القائم بالاتصال باستخدام تقنيات السيو في كتابة المحتوى الإخباري وأغفلت جانب الجمهور المتلقي لهذا المحتوى.
- أهتمت الدراسات السابقة بالعديد من الأشكال والقوالب الفنية لكتابة المحتوي وخاصة المعتمد على الصورة الصحفية وصحافة البيانات وعلى الانفو جرافيك وأغفلت المحتوى القائم على توظيف تقنيات السيو مقابل المحتوي المكتوب بالطرق التقليدية.
- وجد الباحث ندرة في الدراسات السابقة القائمة على رصد اتجاهات الجمهور نحو المحتوى المستخدم لتقنيات السيو في كتابة المحتوى الإعلامي مقابل المحتوي المكتوب بالطرق التقليدية الكلاسيكية؛ فضلا عن إجراء دراسة شبة تجريبية على المتلقي لهذا المحتوى.
- استفاد الباحث من الدراسات السابقة في توسيع القاعدة المعرفية حول إشكالية الدراسة وصياغتها، والتعرف على الأدوات البحثية التي استخدمتها الدراسات السابقة، وكيفية توظيفها لخدمة الدراسة التي يجريها، كما استفاد الباحث من نتائجها وتوصياتها، وقد تم استخدام بعضها في مناقشة النتائج التي توصلت إليها دراسته.

المشكلة البحثية :

في ظل التطور التكنولوجي المستمر تحتاج المواقع الإخبارية إلى استخدام تقنيات متقدمة لجذب القرّاء وتحسين مستوى الرؤية والظهور على محركات البحث من خلال محتوى يعتمد على تقنيات تحسين محركات البحث (SEO) الأمر الذي جعل العديد من المواقع تميل الى استخدام أساليب وأشكال وقوالب جديدة في كتابة المحتوى الصحفي بعيدا عن الأساليب والقوالب التقليدية الكلاسيكية التي اعتمدت عليها لسنوات طويلة.

ولا شك أن توظيف تقنيات السيو (SEO) في كتابة المحتوى الإخباري يتبعه استخدام أساليب وطرق مختلفة في الكتابة الصحفية عن الطرق التقليدية سواء في استخدام الكلمات المفتاحية وكتابة العناوين والمقدمات وبنية النصوص واستخدام الصور ومقاطع الفيديو والهايبر لينك والهايبر تكست وغيرها من الأدوات التي تساعد على تحسين ظهور الموقع في محركات البحث؛ وبالتالي يكثر التعرض له من قبل الجمهور ليحقق لهم العديد من الوظائف الإعلامية والتي من أهمها: الاطلاع على الجديد من الأخبار، والقدرة على فهم ما يدور حولهم من أحداث؛ وبالتالي تكمن المشكلة البحثية للدراسة في رصد العلاقة بين توظيف تقنيات السيو (SEO) في كتابة المحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية وعلاقته بفهم المحتوى وتذكره لدى طلاب الإعلام في مقابل استخدام الأشكال والقوالب التقليدية.. دراسة شبة تجريبية.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في شقيها النظري والعملي في الآتي:

فمن الجانب النظري:

١. طبيعة الموضوع الذي تناقشه الدراسة وحداثته وهو توظيف تقنيات السيو في كتابة المحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية وعلاقته بفهم المحتوى وتذكره من قبل المستخدمين.

٢. تطوير المعرفة في مجال العملية الاتصالية، حيث تُسهم الدراسة في تطوير الفهم النظري المتعلق بتأثير تقنيات السيو على الجمهور المتلقي، من خلال دراسة تأثير هذه التقنيات على فهم المحتوى وتذكره، مما يُثري الأدبيات الموجودة حول تأثيرات الكتابة الرقمية على الجمهور.

٣. معالجة إشكالية التوازن بين سرعة الوصول والكتابة الجيدة، حيث تقدم الدراسة إطارًا نظريًا لفهم كيفية التوفيق بين تحسين الوصول إلى المحتوى من خلال السيو وجودة الكتابة الإخبارية التي تروق للقراء.

أما الجانب التطبيقي:

١. حل إشكالية سرعة الوصول إلى المحتوى مقابل جودة الكتاب، حيث تُقدم الدراسة رؤى عملية حول كيفية تحسين تجربة المستخدم في المواقع الإخبارية من خلال توظيف تقنيات السيو، مما قد يُساعد الصحفيين والمحررين في تحسين أسلوب الكتابة بما يُسهم في جذب القراء بشكل أكثر فعالية.

٢. تقديم توصيات للمواقع الإخباري حيث تُسهم الدراسة في تقديم إرشادات عملية لتحسين استخدام تقنيات السيو بما يحقق فهمًا أفضل وتذكرًا للمحتوى من قبل الجمهور، استنادًا إلى نتائج البحث.

٣. تشجيع الدراسات التجريبية في المجال الإعلامي حيث تُبرز الحاجة إلى إجراء مزيد من الدراسات العلمية التجريبية وشبه التجريبية التي تتناول تأثير تقنيات السيو على المحتوى الإخباري، مما يعزز من البحث التجريبي في مجال الإعلام.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الى تحقيق هدف رئيس وهو رصد العلاقة بين توظيف تقنيات السيو (SEO) في كتابة المحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية وفهم المحتوى وتذكره من قبل المستخدمين عينة الدراسة، ويندرج تحت هذا الهدف العديد من الأهداف الفرعية في مقدمتها:

١. رصد تأثير توظيف تقنيات السيو في كتابة المحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية وعلاقته بفهم المحتوى وتذكره من قبل المستخدمين عينة الدراسة.

٢. الكشف عن العلاقة بين معدل التعرض اليومي للمواقع الإخبارية ومتابعة الأحداث الجارية وتأثيره على فهم وتذكر المحتوى المكتوب بطريقة السيو.

٣. معرفة تأثير مستوى خبرة ومهارة المبحوثين في استخدام الانترنت وتأثيره على فهم وتذكر المحتوى المكتوب بطريقة السيو مقابل المكتوب بالطرق التقليدية.

٤. التعرف على أبرز النشاطات التي يقوم بها الشباب الجامعي عند تصفحهم للمواقع الإخبارية.

متغيرات الدراسة

يمكن تقسيم المتغيرات إلى ثلاثة متغيرات: **أولا: المتغيرات المستقلة:** وتشمل توظيف المواقع الإخبارية لتقنيات السيو في صياغة الأخبار، كذلك اعتماد المواقع الإخبارية على القوالب التقليدية في كتابة الأخبار وما يتبعها من استخدام عناوين وصور واختصار في استخدام كلمات المتن وتبسيط في المعلومة.

ثانيًا: المتغيرات الوسيطة: وتشمل الخبرة السابقة لعينة الدراسة الخاصة بمدى احترافية الشباب في استخدام الانترنت، والمدة يقضونها الشباب في تصفحهم للإنترنت.

ثالثًا: المتغيرات التابعة: وتشمل مدى فهم المجموعة المستقلة والتجريبية للمحتوى المنشور بالمواقع الإخبارية، ومدى تذكرهم لهم.

تساؤلات الدراسة:

١. ما معدل متابعة طلاب الإعلام عينة الدراسة للإنترنت بشكل عام والمواقع الإخبارية بشكل خاص؟

٢. كيف تتصفح عينة الدراسة المواقع الإخبارية وما أكثر المزايا التي تجذبهم في تصفحهم لها؟

٣. هل هناك علاقة بين احترافية استخدام الانترنت وفهم وتذكر المحتوى المنشور بالمواقع الإخبارية؟

٤. ما العلاقة بين صياغة المحتوى الإخباري بالطريقة التقليدية وطريقة السيو في فهم وتذكر المحتوى لدي عينة الدراسة؟

٥. ما علاقة خبرة المبحوثين في تصفح المواقع الإخبارية ودرجة فهم وتذكرهم للمحتوى الإخباري.

فروض الدراسة :

في ضوء صياغة المشكلة البحثية والإطار النظري تتبنى الدراسة الفروض الآتية:

١. توجد فروق ذات دلالة إحصائيا بين المجموعة المستقلة والتجريبية في فهمهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية من ناحية كتابة الأخبار والتقارير بالطريقة التقليدية وطريقة استخدام تقنيات السيو.

٢. توجد فروق ذات دلالة إحصائيا بين المجموعة المستقلة والتجريبية في تذكرهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية من ناحية كتابة الأخبار والتقارير بالطريقة التقليدية وطريقة استخدام تقنيات السيو.

٣. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدم الإنترنت بين المبحوثين (بداية الاستخدام ومدة الاستخدام اليومي واحترافية الاستخدام) ومدى فهمهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية.

٤. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدم الإنترنت بين المبحوثين (بداية الاستخدام ومدة الاستخدام اليومي واحترافية الاستخدام) ومدى تذكرهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية.

٥. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين احترافية استخدام العينة للإنترنت ومدى فهمهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية.

٦. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين احترافية استخدام عينة الدراسة للإنترنت ومدى تذكرهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية.

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي الدراسة إلى الدراسات شبه التجريبية Quasi Experimental Studies وهي الدراسات التي تهتم بالتوصل إلى الاستنتاجات العلمية والبراهين التجريبية التي تسهم في درجة عالية من الدقة خاصة في صياغة الناتج مما يساعد على التصميم والتنبؤ في دراسة الظاهرة التجريبية؛ خاصة في حالة نجاح الباحث في ضبط المتغيرات التابعة والمتغيرات المستقلة ونجاحه في تحديد العلاقات السببية بين متغيرات الدراسة).[٢١]

وقد اعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي: حيث تنتمي إلى فئة البحوث التي تستهدف دراسة العلاقات السببية بين المتغير المستقل والمتغيرات التابعة ويعد المنهج التجريبي من أكثر مناهج البحث مناسبة لتحقيق هذا الغرض، فعلى الرغم من أن الدراسة شبه تجريبية إلا أنها تلتزم بأسس ومعايير المنهج التجريبي باعتباره أنسب المناهج العلمية لها، كما أنه من أكثر المناهج العلمية ملاءمة لرصد الحقائق وصياغة التفسيرات على أساس متكامل من الضبط والصدق المنهجي.[٢٢]

كما اعتمدت الدراسة على أسلوب المقارنة من أجل عقد مقارنات بين المجموعة المستقلة والمجموعة التجريبية للتعرف على أوجه الاتفاق والاختلاف فيما بينهما، وتفسير ذلك في ضوء تأثير حالات المتغير المستقل بالدراسة، وعلى المستوى الإحصائي يتيح قياسا علميا المتغير المستقل (المحتوى المكتوب بتقنيات السيو، والمحتوى المكتوب بالطريقة التقليدية) والمتغير التابع (الفهم والتذكر). للفروق والاختلافات الدالة بين المجموعتين.

مجتمع وعينة الدراسة:

يعرف مجتمع الدراسة بالمجتمع الذي يستطيع الباحث أن يختار منه عينة دراسته، وكذلك هو المجتمع الذي يريد الباحث تعميم النتائج عليه.[٢٣] وهنا يمكن القول أن مجتمع الدراسة هو كل طلاب الفرق الرابعة في الإعلام في مختلف كليات الإعلام وأقسامها.

عينة الدراسة:

تمثلت عينة الدراسة شبه التجريبية في عينة عمدية قدرها ٦٠ مبحوثا من طلاب الفرقة الرابعة قسم الصحافة والنشر، في كلية الإعلام، جامعة الأزهر، بتقسيمهم إلى مجموعتين، إحداهما تجريبية والأخرى مستقلة، بواقع (٣٠) طالبا لكل مجموعة، بحيث تتعرض المجموعة الأولى المستقلة للأخبار مكتوبة بطريقة تقليدية كلاسيكية، والمجموعة الثانية التجريبية تتعرض للأخبار مدعمة بتقنيات السيو المختلفة سواء في استخدام الكلمات المفتاحية وكتابة العناوين وكتابة المقدمات وبنية النصوص واستخدام الصور ومقاطع الفيديو والهايبر لينك والهايبر تكست وغيرها من الأدوات المساعدة.

مبررات اختيار عينة الطلاب:

١. يعد طلاب الفرقة الرابعة قسم الصحافة والنشر، في كلية الإعلام، جامعة الأزهر من أنسب الفئات لتطبيق الدراسة شبه التجريبية، نظرا للسهولة النسبية في الوصول إليهم وتوزيعهم بين مجموعتي التجربة عشوائيا.

٢. وجود تجانس عمري وتعليمي بين الطلاب عينة الدراسة، سواء في السن أو نوعية التعليم، أو المستوى المادي المتقارب بحكم أنها جامعة حكومية، ومن ثم عدم وجود فروق ديموغرافية يمكن أن تؤثر على نتائج الدراسة.

٣. استندت الدراسة إلى العديد من الدراسات التجريبية السابقة في تحديد حجم عينة الدراسة، وعدد مفردات كل مجموعة، حيث اعتمدت معظم الدراسات السابقة على معايير جمعية علم النفس الأمريكية في تحديد حجم العينة للمجموعة التجريبية، التي أوصت بألا تقل عن ١٧ مبحوثا، ولا تزيد عن ٣٥، وجاءت في تلك الدراسات ٣٠ مفردة لكل مجموعة من مجموعاتها، ومن أمثلتها دراسة: هاني السمان (٢٠٢٢) ومروة القرني (٢٠٢١)، ودراسة وفاء عبد الخالق ثروت (٢٠١٩)، ودراسة عيدة كمال رشيد (٢٠٢٠)، ودراسة هاني إبراهيم محمد (٢٠١٩)

٤. كما أن إتاحة المعمل المجهز بأكثر من ٢٥ جهاز حاسب آلي بالكلية لتطبيق التجربة داخله ساعد في تحقيق يسر وصول العينة لمكان التجربة دون إرهاق أو تكاليف.

حدود الدراسة:

أولا: الحدود الموضوعية:

تتمثل في رصد العلاقة بين توظيف تقنيات السيو SEO في كتابة المحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية في مقابل المحتوى بالطريقة التقليدية وعلاقته بفهم المحتوى وتذكره لدى طلاب الإعلام.

ثانيا: الحدود الزمنية:

تم إجراء الدراسة التجريبية على طلاب الفرقة الرابعة بقسم الصحافة والنشر، بكلية الإعلام، جامعة الأزهر خلال أبريل ٢٠٢٤م.

ثالثا: الحدود المكانية:

تمت الدراسة في كلية الإعلام بنين، جامعة الأزهر بالقاهرة.

رابعا: الحدود البشرية:

تتمثل الحدود البشرية في طلاب كليات الإعلام وأقسامها.

أدوات جمع البيانات:

تعتمد الدراسة على مقاييس يتم تطبيقها على أفراد العينة لتدوين إجاباتهم سعيا لقياس كل من الفهم والتذكر لدى أفراد العينة لقياس تذكر وفهم عينة الدراسة للمحتوى الإخباري بالموقع المكتوب بالطريقة التقليدية والمكتوب بتقنيات السيو، وتتمثل المقاييس فيما يلي:

١- مقياس خبرة ومهارة عينة الدراسة في استخدام شبكة الإنترنت.

٢- مقياس اتجاهات عينة الدراسة نحو تصميم الموقع المستخدم في إجراء التجربة.

٣- مقياس يحدد درجة فهم عينة الدراسة للمحتوى الإخباري بالموقع المكتوب بالطريقة التقليدية والمكتوب بتقنيات السيو، وقد تكون المقياس من أسئلة مغلقة

بها بدائل حول عناصر (لماذا وكيف) أي حول أسباب وقوع الحدث والنتائج المترتبة عليه، والتي تعد دليلا على فهم الخبر أو التقرير.

٤- مقياس يحدد درجة تذكر عينة الدراسة للمحتوى الإخباري بالموقع المكتوب بالطريقة التقليدية والمكتوب بتقنيات السيو، وقد تكون المقياس من مقياس خاص بالتذكر الحر لمعرفة قدرة المبحوث على استرجاع المعلومات، وتم ذلك من خلال سؤال مفتوح طلب فيه من المبحوثين تذكر محتوى الأخبار والتقارير التي تعرضوا إليها، وقد تم حساب درجات التذكر الحر كما هو موضح بالجدول:

الإجابة	الدرجة	مستوى التذكر
لا يتذكر أية معلومة أو ذكر معلومات خاطئة	٠	منخفض
إجابة مشوشة غير دقيقة	١	
تذكر معلومة واحدة فقط.	٢	متوسط
تذكر بعض المعلومات الموجودة في المحتوى.	٣	
تذكر النقاط الأساسية في المحتوى.	٤	مرتفع
تذكر معظم المعلومات الموجودة في المحتوى.	٥	

وآخر للتذكر الدقيق لمعرفة كم المعلومات التي تم تخزينها وتم قياس ذلك من خلال أسئلة مغلقة بحيث يتم إعطاء المبحوث درجة لكل إجابة صحيحة وصفر لكل إجابة خاطئة.

تصميم المحتوى التجريبي المستخدم في تجربتي الانتباه والتذكر:

تم الاستعانة بموقع خلف الحدث، والاستعانة بثلاثة موضوعات مختلفة مع كتابة المحتوى وتصميم بطريقتين، الطريقة الأولى: كتابة المحتوى بالطريقة التقليدية الكلاسيكية مستخدما قالبي الهرم المقلوب في الأخبار والهرم المعتدل في التقارير، الطريقة الثانية: كتابة المحتوى معتمدا على استخدام تقنيات السيو، المساعدة في ظهور المحتوى ضمن النتائج الأولى لمواقع البحث المختلفة.

أولا: الروابط الخاصة بالمجموعة المستقلة وهو المحتوى المكتوب بالطريقة التقليدية الكلاسيكية:

١. رابط المحتوى الأول الخاص بقناة السويس وهو بعنوان:

قناة السويس صداع في رأس إسرائيل .. ومشروع قناة "بن جوريون" الإسرائيلية يتجدد مع أحداث غزة، ورابط المحتوى:

https://khalfelhadth.com/15534

٢. المحتوى الخاص الثاني باستخراج جواز السفر وهو بعنوان:

الأوراق المطلوبة لاستخراج جواز السفر لأول مرة ٢٠٢٤ .. الرسوم والخطوات الجديدة بالتفاصيل: ورابط المحتوى: https://khalfelhadth.com/15535

٣. المحتوى الخاص الثالث بحجز شقق الإسكان بعنوان: الإسكان تطرح ١٣٠ ألف شقة في ١٨ محافظة والتقديم خلال ٥ أيام، ورابط المحتوى:

https://khalfelhadth.com/15536

ثانيا: الروابط الخاصة بالمجموعة التجريبية وهو المحتوى المكتوب بتقنيات السيو:

١. رابط المحتوى الأول الخاص بقناة السويس وهو بعنوان: رسالة إلى مصر بشأن قناة بن جوريون.. جماعة الحوثي اليمنية توجه رسالة إلى مصر بشأن قناة السويس، ورابط المحتوى: https://khalfelhadth.com/15598

٢. المحتوى الخاص الثاني باستخراج جواز السفر وهو بعنوان:

مصلحة الجوازات والهجرة الجنسية.. الأوراق المطلوبة لاستخراج جواز السفر لأول مرة ٢٠٢٤.. الرسوم والخطوات الجديدة بالتفاصيل، ورابط المحتوى:
https://khalfelhadth.com/15662

٣. المحتوى الخاص الثالث بحجز شقق الإسكان بعنوان: تفاصيل الإعلان التكميلي لشقق الإسكان الاجتماعي: الموعد والشروط والمزايا ونظام السداد، https://khalfelhadth.com/15667

إجراءات الصدق والثبات:

قام الباحث بتصميم المقاييس الخاصة بالدراسة وأدواتها ونماذج الدراسة التي ستعرض على الطلاب المشاركين فيها، وذلك بالرجوع إلى الإطار النظرى، والإطار المعرفي، والدراسات السابقة المتعلقة بمتغيرات الدراسة.

أ- الصدق الظاهرى للمقاييس:

تم عرض المقاييس الخاصة بالدراسة على عدد من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس بكليات الإعلام وأقسامها، لإبداء الرأي في صلاحيتها ومراجعة النماذج، وذلك للتأكد من دقتها ووضوحها وإمكانية تحقيقها لأهداف الدراسة. وفي ضوء آراء المحكمين أجرى الباحث بعض التعديلات على المقاييس والأدوات حتى أصبحت في صورتها النهائية.[٢٤]

ب- صدق المحتوى:

للتحقق من هذا النوع من الصدق قام الباحث بما يلي: الاطلاع على الأدبيات والكتب والأطر النظرية والدراسات والبحوث السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة، وتحليل هذه الأدبيات والبحوث والدراسات، للوصول إلى الأبعاد المختلفة والعبارات المرتبطة بهذه الأبعاد ذات الصلة بمشكلة الدراسة.

ج- الثبات Stability:

ثم إعادة الدراسة على عينة ٢٠ طالبا من المشاركين في الدراسة بواقع ١٠ طالب لكل من المجموعة المستقلة و١٠ للمجموعة الضابطة، وذلك بعد مرور شهر

من إجراء الدراسة لقياس ثبات نتائج الدراسة، وللتحقق من هذا النوع من الثبات تم استخدام معامل ألفا كرونباخ، حيث تشير قيمته إلى استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه، حيث إنه إذا ما أعيدت الدراسة بأدواتها على نفس العينة فإن المقياس يعطى نفس النتائج باحتمال مساوي لقيمة المقياس، وتشير قيمة معامل ألفا لارتفاعها، حيث بلغ معامل الثبات لإجمالي الاستبانة (٠.٨٧٥)، وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات، مما يجعل هناك إمكانية في الاعتماد عليها في الدراسة.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، قام الباحث بترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية " (Statistical Package for Social Science) SPSS". وبناء عليه تم عمل مقاييس وصفية تشمل الجداول والتوزيعات التكرارية، والمقاييس التجميعية، وتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من متغيرات الدراسة وفق الآتي:

- التكرارات البسيطة. Frequency والنسب المئوية Percent.
- المتوسط الحسابي Mean. والانحراف المعياري Std. Deviation.
- الأوزان النسبية: وذلك عن طريق حساب المتوسط الحسابي لمقياس ليكرت الثلاثي ثم ضرب النتائج × ١٠٠، ثم قسمة النتائج على الحد الأقصى لدرجات المقياس
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوي المسافة أو النسبة. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠.٣٠٠، ومتوسطة إذا كانت ما بين ٠.٣٠٠: ٠.٦٠٠، وقوية إذا كانت أكثر من ٠.٦٠٠.

- اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين والمعروف اختصارا باختبار "ت" أو (T- Test).
- اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصارا ANOVA، أو اختبار "ف" وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف اختصارا باسم (LSD) لمعرفة مصدر الفروق والتباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت اختبار (ANOVA) وجود فروق دالة إحصائيا بينها.

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة:

اعتمد الباحث على مستوى دلالة يبلغ ٠.٠٥، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه، وبناء على ذلك سيتم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل.

المفاهيم الإجرائية للدراسة:

سيو SEO: يقصد به تهيئة المواقع لمحركات البحث أو تحسين محركات البحث؛ ويمثل المصطلح وفقًا لدليل "جوجل" GOOGLE" اختصارًا لكلمة Search Engine Optimization حيث يشير (S) إلى كلمة"Search" وتعني "بحث"، و(E) يشير إلى "Engine" وتعنى "محرك"، و"O" اختصار لكلمة "Optimization" وتعني تهيئة، ويقصد بهذا المصطلح من الناحية الإجرائية في البحث الحالي "دراسة كيفية عمل محركات البحث والعوامل التي تؤثر على ترتيب نتائجها عبر مراعاة مجموعة من القواعد والفنيات والمتطلبات التي يحرص الصحفي عند كتابة وإنتاج وتحرير المضمون الإعلامي عليها؛ بما يجعل المضمون الذي تمت كتابته يتصدر ترتيب النتائج في محركات البحث، ويؤدي

إلى أن يحظى المضمون المنشور والموقع بالظهور في النتائج الأولى عند البحث عنه؛ وبالتالي يجعل فرص دخول الجمهور عليه أعلى.

المفهوم الاصطلاحي للفهم: قدرة الطلاب المشاركون في الدراسة على فهم المعلومات والمحتوى الخاص بالأخبار والتقارير التي تعرضوا لها خلال إجراء الدراسة وإدراك الأبعاد والمعاني المتضمنة فيها، وتمكنهم من الإجابة على الأسئلة الخاصة بها.

الفهم "Understanding" ويسمى أحيانًا بالعامية "التجميع "Intellection"، هو عملية نفسية ترتبط بمفهوم مجرد أو شيء حسى مثل شخص أو موقف أو رسالة حيث يكون الشخص قادرا على التفكير في هذا المفهوم أو الشيء، وأن يستعمل مفاهيم للتعامل المناسب مع الغرض.(٢٥)

ويقصد بالمصطلح إجرائيا: قدرة الطلاب المشاركون

المفهوم الاصطلاحي للتذكر: يعد مفهوم التذكر من المفاهيم الصعبة في تعريفها، لأننا نصف عملية معرفية معقدة ترتبط بعمليات الانتباه والتخزين والاستجابة وغيرها، ويمكن تعريف التذكر علميًا بأنه: القدرة على استرجاع المعلومات المخزنة في الدماغ عند الحاجة إليها، وهذه العملية تعتمد على عدة عوامل مثل: الترميز، التخزين، والاسترجاع.(٢٦)

كما يمكننا تعريف التذكر بأنه عملية إدراك للمواقف الماضية بما يشملها من خبرات وأحداث تؤدي دورا مهما في حياة الفرد، وهو استرجاع لهذه العناصر والموضوعات وما يرتبط بها من خبرة سابقة تلك الخبرة التي كانت في وقت سابق خبرة مباشرة في إدراك الفرد، لذلك تنصب عملية التذكر على إدراك الخبرات الماضية، والوظيفة الرئيسية للذاكرة استرجاع الأحداث والمواقف التي سبق أن مرت بخبرة الفرد.(٢٧)

ويقصد بالتذكر إجرائيا: قدرة الطلاب المشاركون في الدراسة على استرجاع المعلومات وتذكرها من محتوى الأخبار والتقارير التي تعرضوا لها خلال إجراء الدراسة وتمكنهم من الإجابة على الأسئلة الخاصة بها.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية تمثيل المعلومات Information processing theory :

تعتبر نظرية تمثيل المعلومات نتاجا منطقيا للتطورات التي شهدها علم الكمبيوتر منذ الخمسينات، حيث اعتمد الباحثون على أسلوب عمل الكمبيوتر في تطوير الفروض الخاصة بهذه النظرية، فقد لاحظوا أن الكمبيوتر جهاز يتعامل أساسا مع الرموز، وهذه الرموز تمثل ألوانا شتى من المعلومات، ومن خلال البرامج الموجودة بوحدة المعالجة المركزية تؤدى مجموعة من العمليات الداخلية للتحكم في المعلومات الواردة؛ وبالتالي فمعالجة الكمبيوتر للمعلومات تتضمن مجموعة من العمليات التي تبدو شبيه في أسلوب عملها بالنظام البشري في التعامل مع رموز البيئة المحيطة[٢٨]

وتعتمد الدراسة على نظرية تمثيل المعلومات لتركيزها بشكل أساسي على الطريقة التي يكتسب بها الفرد المعلومات، ونوع العمليات العقلية والمعرفية المستخدمة في معالجتها، حيث حاولت النظرية وصف كيفية إدراك المدخلات الحسية وتحويلها ودراستها وتخزينها واسترجاعها واستخدامها، معتمدة في ذلك على التشابه الوظيفي بين العقل البشري وأجهزة الحاسوب، وتعتبر هذه النظرية من النظريات الأساسية التي اهتمت بالتأثيرات المعرفية، حيث تفترض أن عملية تمثيل المعلومات في الذهن تتضمن جميع العمليات الإدراكية من انتباه وتذكر وفهم، وهذه العمليات تمر عبر سلسلة من المعالجات عبر أنواع الذاكرة المختلفة ثم يتم إدراكها في الذهن، وتهتم فروض النظرية عامة بطرق استقبال الفرد للمثيرات الخارجية والعمليات والمراحل المختلفة التي تخضع لها أثناء عملية المعالجة وحدود السعة في أداء هذه العمليات.[٢٩]

وتعالج النظرية الفهم والتذكر على أنهما عمليتان من العمليات المعرفية المتميزة؛ فالفهم هو عملية استيعاب معنى أو جوهر الرسالة، فتذكر التفاصيل والمعلومات لا يشكل دليلا على أن المتلقي قد فهم ما يدور حوله المحتوى، وأيضًا فهم المحتوى لا يضمن بالضرورة تذكر التفاصيل الواقعية منها، فمعالجة الذاكرة تنطوي على التخزين والاسترجاع والتعرض للمعلومات المكتسبة؛ بينما فهم المعلومات ينطوي على التفاعل بين المعلومات المكتسبة والمعلومات الموجودة بالفعل في الذاكرة؛ لذا فالمعلومات المخزنة تستفيد بصورة مستمرة من المعلومات المكتسبة لتصنع شكلا من أشكال الاستدلال، هذه السمة تسمح بإمكانية تذكر الأشياء التي لا نفهمها وفهم الأشياء التي لا نستطيع تذكرها فيما بعد، وعلى الرغم من أن العمليتين مرتبطتان في النظام الإدراكي للإنسان، فإنه يجب أن تفصل بينهما إلى حين تحديد نقاط الارتباط.[٣٠]

وتقوم النظرية على فرضية رئيسة هي أن وسائل الإعلام تساعد على الانتباه وإدراك وفهم وتذكر الرسالة الإعلامية، وذلك إذا ما استطاعت أن تقدم الرسالة بأسلوب يتسم بالبساطة والتحديد؛ لأنه عن طريق ذلك تعمل على تبسيط النواحي العقلية للمتلقي، ومن ثم تؤثر على طريقة معالجته لمعلومات لفظية أو بصرية والتي تحملها هذ الرسالة وهذا يرتبط بمجالين، هما: الخصائص الفردية للمتلقي، والثاني خصائص الوسيلة الإعلامية.[٣١]

كما تفترض النظرية وجود مجموعة من العوامل المؤثرة على الفهم والتذكر منها: عوامل مرتبطة بالمتلقي، وعوامل مرتبطة بطرق عرض المضمون المقدم، وعوامل مرتبطة بالوسيلة الإعلامية وسياق تلقي المحتوى، كما تفترض أن نظام تمثيل المعلومات البشري محدود حيث توجد حدود لكمية المعلومات التي يستطيع الإنسان معالجتها وتعلمها، فالإنسان لا يستطيع أن يعالج إلا كمية محدودة من المعلومات في آن واحد.[٣٢]

كذلك يمكن تلخيص أهم فروض النظرية في الآتي:

١- الذاكرة البشرية عبارة عن أنظمة معقدة وليست مجرد وسيط بين المنبهات التي يتلقاها الفرد واستجابته لها، ويرتبط كل نظام للذاكرة بأسلوب ترميز مختلف عن غيره.

٢- البشر ممثلون نشطون للمعلومات Active processors وليسوا مجرد متلقين سلبيين، وهم يطورون استراتيجيات عديدة بمرور الوقت للتعامل مع المعلومات ونظرة لقدرة البشر المحدودة على تمثيل المعلومات، فإنهم يطورون ما يمكن تسميته (اقتصاديات معرفية بسبب التعرض الدائم لكميات هائلة من المعلومات يوميا، ولذلك يستخدمون نماذج ذهنية مبسطة تساهم في انتقاء المعلومات وتسهيل استرجاعها من الذاكرة، وبناء على ذلك تعتبر عملية التذكر نتاجا مشتركا للمعلومات المختزنة في الذاكرة والمعلومات الموجودة في البناء المعرفي للقائم بالتذكر.

٣- يحدث النسيان ليس فقط تبعا لفقد المعلومات من الذاكرة؛ بل لفقدها داخل الذاكرة فقد تكون المعلومات موجودة بالفعل بالذاكرة طويلة المدى، ولكن عدم القدرة على استخدام مفاتيح الاسترجاع التي تحدد مكان المعلومات داخل الذاكرة يؤدى إلى عدم قدرة الفرد على تذكرها.[٣٣]

كذلك تفترض النظرية وجود مجموعة من العوامل المؤثرة على الفهم والتذكر منها: عوامل مرتبطة بالمتلقي، وعوامل مرتبطة بطرق عرض المضمون المقدم، وعوامل مرتبطة بالوسيلة الإعلامية، وسياق تلقي المحتوى، كما تفترض أن نظام تمثيل المعلومات البشري محدود؛ حيث توجد حدود لكمية المعلومات التي يستطيع الإنسان معالجتها وتعلمها، فالإنسان لا يستطيع أن يعالج إلا كمية محدودة من المعلومات في آن واحد.[٣٤]

ومما سبق يمكن القول أنه إذا كانت النظرية تقوم على فرضية رئيسة هي أن وسائل الإعلام تساعد على الانتباه وإدراك وفهم وتذكر الرسالة الإعلامية، خاصة إذا قدمت الرسالة بأسلوب يتسم بالبساطة والتحديد؛ مع الوضع في الحسبان الخصائص الفردية للمتلقي، والثاني خصائص الوسيلة الإعلامية، فإن ذلك يزيد من فرصة فهم وتذكر الرسالة الإعلامية وهو ما تسعى الدراسة للتأكد منه من خلال تعرض عينة الدارسة لنماذج مختلفة من أشكال الكتابة الصحفية يختلفان فيما بينهما في العديد من الجوانب المتعلقة بالكتابة وتسلسل المعلومات وحجمها والاعتماد على الصور واللينكات الداخلية والخارجية وغيرها من الفنيات المتعلقة بالكتابة.

نتائج الدراسة والتعليق عليها

جدول (١) يوضح وصف لعينة الدراسة من حيث العدد ونوع السكن وإجادة اللغات وامتلاك الأدوات التكنولوجية والاتصالية

اسم المجموعة	المجموعة المستقلة		المجموعة التجريبية	
عدد العينة	عدد	النسبة المئوية	عدد	النسبة المئوية
	٣٠	%٥٠	٣٠	%٥٠
الإجمالي	٦٠ مفردة			
نـــــوع الســـــكن				
حضر	١١	٣٦.٧	١٣	٤٣.٣
ريف	١٩	٦٣.٣	١٧	٥٦.٦
الإجمالي	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠
امتـــــــلاك لـــــغة غـــير الـــعربية				
يجيد لغات أخري غير العربية	٢٢	٧٣.٣	١٩	٦٣.٣
لا يجيد غير العربية	٨	٢٦.٧	١١	٣٦.٧
الإجمالي	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠
امـــــــــتلاك ادوات تـــــــكنولوجية واتـــــــصالية				
سمارت فون	٢٦	٨٦.٦	٢٨	٩٣.٣
لاب توب	١٨	٦٠	١٥	٥٠
خط انترنت ارضى	١٠	٣٣.٣	١٣	٤٣.٣
الاشتراك في خدمة wifi	15	٥٠	19	٦٣.٣

يتضح من الجدول السابق أن عينة الدراسة للمجموعتين المستقلة والتجريبية مكونة ٦٠ طالبا، وهي كالتالي: ٣٠ طالبًا للمجموعة المستقلة بنسبة ٥٠%، و٣٠ طالبا للمجموعة التجريبية بنسبة ٥٠%.

كما تشير بيانات الجدول إلى نوع السكن لعينة الدراسة، حيث يوضح الجدول أن ١١% من العينة المستقلة تسكن الحضر في مقابل ١٣% من المجموعة التجريبية، أما الريف فيسكنه ١٩ طالبًا من المجموعة المستقلة مقابل ١٧ طالبًا من المجموعة التجريبية، وهو ما يعني ان هناك تقاربا كبيرا في الأماكن التي تقطنها عينة الدراسة.

أما من حيث إجادة لغات أخرى غير العربية، فقد أجاب ٢٢% من المجموعة المستقلة أنهم يمتلكون لغات أخرى غير اللغة العربية، في مقابل ١٩% من المجموعة التجريبية، فيما أجاب ٨% من المجموعة المستقلة أنهم لا يمتلكون لغات أخرى غير العربية، مقابل ١١% من المجموعة التجريبية، وهو ما يعني كذلك أن هناك تقاربا بين المجموعتين في إجادة لغات غير اللغة العربية.

أما من حيث امتلاك أدوات تكنولوجية واتصالية، فقد أوضح الجدول أن ٢٦ طالبًا من المجموعة المستقلة يمتلكون هاتفًا ذكيًا (Smartphone) في مقابل ٢٨ من المجموعة التجريبية، فيما يمتلك ١٨ طالبًا لاب توب مقابل ١٥ من المجموعة التجريبية، ويمتلك ١٠ طلاب خط إنترنت أرضي مقابل ١٣ من المجموعة التجريبية، ويشترك ١٥ طالبًا في خدمة Wi-Fi مقابل ١٩ من المجموعة التجريبية.

ويتضح من الجدول السابق التقارب الكبير بين عينة الدراسة من حيث السكن وإجادة اللغات وامتلاك الأدوات التكنولوجية والاتصالية، حيث أن التقارب بين المجموعتين يساعد في إيجاد مجموعات متجانسة إلى حد كبير بين المجموعة المستقلة والمجموعة التجريبية وهو ما يساعد بدوره على استخراج نتائج صحيحة يمكن الاعتماد عليها.

جدول (٢) يوضح بداية استخدم عينة الدراسة للإنترنت

اسم المجموعة	المجموعة المستقلة		المجموعة التجريبية	
استخدام العينة للأنترنت	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١- أقل من سنة	٠	٠%	٠	٠%
٢- من سنة إلى أقل من ٥ سنوات	٧	٢٣.٣	٤	١٣.٣
٣- ٥ سنوات فأكثر	٢٣	٧٦.٦	٢٦	٨٦.٦
الإجمالي	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق بداية استخدم عينة الدراسة للإنترنت، وتشير بيانات الجدول إلى أن أكثر العينة اختارت خمس سنوات فأكثر، ٧٦.٦% للمجموعة المستقلة في مقابل ٨٦.٦ % للمجموعة التجريبية أي ان أكثر من ٧٥% من العينة تستخدم الإنترنت منذ فترة طويلة.

فيما جاءت تكرارات من سنة إلى أقل من ٥ سنوات كالتالي: ٧ تكرارات للمجموعة المستقلة مقابل ٤ تكرارات للمجموعة التجريبية، أما من ٥ سنوات فأكثر، فاختارت المجموعة المستقلة ٢٣ مقابل ٢٦ للمجموعة التجريبية، فيما لم يختر طلاب المجموعتين الخيار الأول (أقل من سنة) حيث جاءت تكرارات الخيار الأول صفر.

جدول (٣) يوضح عدد الساعات التي تقضيها عينة الدراسة في استخدام الانترنت يوميا

اسم المجموعة	المجموعة المستقلة		المجموعة التجريبية	
استخدام العينة للإنترنت يوميا	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١- أقل من ساعة	٠	٠	٠	٠
٢- من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات	١٢	٤٠	٦	٢٠
٣- ٣ ساعات فأكثر	١٨	٦٠	٢٤	٨٠
الإجمالي	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق مدة استخدم عينة الدراسة للإنترنت في اليوم، وتشير نتائج الدراسة إلى أن ٦٠% من المجموعة المستقلة تستخدم الإنترنت أكثر من ٣

ساعات في اليوم، مقابل ٨٠% للمجموعة التجريبية، أما استخدم الإنترنت من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات فقد جاءت النسبة ٤٠% للمجموعة المستقلة في مقابل ٢٠% للمجموعة التجريبية.

بينما لم يختر ولا طالب من عينة الدراسة أقل من ساعة يوميا، وقد يرجع كثرة مدة استخدام الإنترنت بالنسبة للعينة إلى امتلاك العينة للموبيلات الذكية smart phone والأدوات التكنولوجية الحديثة، كما أن كثيرا من التعاطي مع الحياة يحتاج إلى استخدام الإنترنت سواء في التعليم الأون لاين أو العمل الأون لاين كذلك، وهذه النتيجة تتفق مع الكثير من الدراسات السابقة مثل دراسة: آمال اسماعيل محمد ، وهاني السمان، ومحمد فؤاد الدهراوي، وعيدة كمال رشيد، وسماح الشهاوي.

جدول (٤) يوضح درجة احتراف العينة في استخدام الإنترنت

اسم المجموعة	المجموعة المستقلة		المجموعة التجريبية	
درجة احتراف الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
مبتدئ	٢	٦.٧	٥	١٦.٧
جيد	٢٢	٧٣.٣	١٧	٥٦.٧
محترف	٦	٢٠	٨	٢٦.٧
الإجمالي	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق درجة احترافية عينة الدراسة للإنترنت، حيث تشير بيانات الجدول إلى أن النسبة الأعلى من العينة تستخدم الإنترنت بشكل جيد حيث اختار ٧٣.٣% من المجموعة المستقلة في مقابل ٥٦.٧% للمجموعة التجريبية، أما الاستخدام المحترف، فقد جاء في المرتبة الثانية في احترافية الاستخدام بنسبة ٢٠% للمجموعة المستقلة في مقابل ٢٦% للمجموعة التجريبية، أما المرتبة الثالثة فقد جاء الاستخدام المبتدئ بنسبة ٦.٧% للمجموعة المستقلة مقابل ١٦.٧ للمجموعة التجريبية، وتشير نتائج الجدول إلى أن هناك تقاربا شديدا بين المجموعتين المستقلة والتجريبية

في احترافية الاستخدام، نظرا لأن دراستهم في كلية واحدة إضافة الى التقارب العمري فيما بينهم والتقارب الذي أظهره وصف العينة في الجدول رقم (١) وهو ما يزيد من شدة تجانس العينتين الخاصتين بالدراسة.

جدول (٥) يوضح نشاط عينة الدراسة خلال تصفحهم للإنترنت

نشاط عينة الدراسة خلال تصفحهم للإنترنت	المجموعة المستقلة		المجموعة التجريبية	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
تعتمد على قراءة العناوين الرئيسية فقط	٢١	١٩.٤	١٦	١٦.٣
تعتمد على قراءة الأخبار المهمة التي ينشرها الموقع	١٣	١٢.٣	١٣	١٣.٢
تهتم بقراءة موضوعات معينة في مجال معين	١٧	١٥.٧	١٨	١٨.٣
استكشاف الأقسام المختلفة من الموقع مثل الأخبار العالمية، المحلية، الاقتصادية	٩	٨.٣	١١	١٠.١
تهتم بقراءة الموضوعات الأكثر قراءة أو الأكثر تعليقا	١٥	١٣.٨	٩	٩.١
تهتم بمشاهدة الفيديوهات والبودكاست، واستعراض الصور	١٧	١٥.٧	١٨	١٨.٣
تهتم بقراءة تعليقات القراء وتشارك غيرك الرأي	١٦	١٤.٨	١٣	١٣.٢
الإجمالي	١٠٨	١٠٠	٩٨	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى نشاط عينة الدراسة خلال تصفحهم للإنترنت. **بالنسبة للمجموعة المستقلة**، فقد جاءت عبارة تعتمد على قراءة العناوين الرئيسية فقط في الترتيب الاول بنسبة ١٩.٤%، فيما جاءت عبارة تهتم بقراءة موضوعات معينة في مجال محدد وعبارة تهتم بمشاهدة الفيديوهات، والاستماع إلى البود كاست، واستعراض الصور في الترتيب الثاني بنسبة ١٥.٧%. أما عبارة تعتمد على قراءة الأخبار المهمة التي ينشرها الموقع فقد جاءت في الترتيب الثالث بنسبة ١٣.٨%، فيما جاءت في الترتيب الرابع عبارة تعتمد على قراءة الأخبار المهمة التي ينشرها الموقع

بنسبة ١٢.٣%، أما عبارة استكشاف الأقسام المختلفة من الموقع، مثل الأخبار العالمية والمحلية والاقتصادية، فقد جاءت في الترتيب الأخير بنسبة ٨.٣%.

أما بالنسبة لنشاط المجموعة التجريبية خلال تصفحهم للإنترنت، فقد جاء في الترتيب الأول عبارة تهتم بقراءة موضوعات معينة في مجال معين وعبارة تهتم بمشاهدة الفيديوهات والاستماع إلى البود كاست بنسبة ١٨.٣%، ثم عبارة تعتمد على قراءة العناوين الرئيسية فقط في الترتيب الثاني بنسبة ١٦.٣٪. أما الجهة التي تعتمد على قراءة الأخبار المهمة التي ينشرها الموقع والتي تهتم بقراءة التعليقات من قرّائها والمشاركة مع غيرهم، فقد جاءت في الترتيب الثالث بنسبة ١٣.٢%، أما استكشاف الأقسام المختلفة من الموقع، مثل الأخبار العالمية والمحلية والاقتصادية، فقد يأتي في الترتيب الأخير بنسبة ٩.١%.

جدول (٦) يوضح رأي المجموعة المستقلة في الموقع من حيث المحتوى والتصميم

م	العبارة	موافق بشدة	إلى حد ما	غير موافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	تتميز الصفحة الرئيسية للموقع بيسر الاستخدام	26	4	0	2.867	.3457
٢	يتميز الموقع بنوع خطوط وأبناط مناسبة ومريحة للعين أثناء القراءة	26	4	0	2.867	.3457
٣	يتسم الموقع بسرعة تحميل عالية تسهل من الانتقال بين الأقسام المختلفة	22	8	0	2.733	.4498
٤	يتسم الموقع بسهولة في المرور بين أقسامه	22	8	0	2.733	.4498
٥	تصميم الموقع مريح للعين من ناحية التقسيم والألوان	22	8	0	2.733	.4498
٦	يتميز الموقع يتنوع أقسامه	22	8	0	2.733	.4498
٧	يحتوي الموقع على العديد من وسائل التفاعل	19	11	0	2.633	.4901
٨	يتسم الموقع بتصميم احترافي مناسب للهدف منه	18	12	0	2.600	.4983

يوضح الجدول السابق رأي المجموعة المستقلة في الموقع من حيث المحتوى والتصميم، فقد جاءت عبارة تتميز الصفحة الرئيسية للموقع بيسر وسهولة الاستخدام وعبارة يتميز الموقع بنوع خطوط وأبناط مناسبة ومريحة للعين أثناء القراءة في الترتيب الأول بمتوسط حسابي قدره ٢.٨٦٧، ولا شك في أن يسر وسهولة الاستخدام أداة مهمة لجذب القراء وراحتهم خلال تصفحهم للموقع، وتعين على الإبحار والمرور وكثرة استخدام الموقع وتصفحه.

أما عبارة يتسم الموقع بسهولة في التصفح والمرور بين أقسامه وعبارة تصميم الموقع مريح للعين من ناحية التقسيم والألوان وعبارة يتميز الموقع يتنوع أقسامه فقد جاءت العبارات في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي ٢.٧٣٣، ولعل عينة الدراسة ترى أهمية تلك الأدوات جميعا فزاد اختيارها من البدائل، وهي بالفعل كذلك مهمة في راحة المستخدم وتوصيل المعلومة بسهولة للمستخدم.

فيما جاءت عبارة يحتوي الموقع على العديد من وسائل التفاعل كمشاركة المحتوى والتعليق عليه في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي ٢.٦٣٣، لتأتي عبارة يتسم الموقع بتصميم احترافي مناسب للهدف في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي قدره ٢.٦٠٠.

جدول (٧) يوضح رأي المجموعة التجريبية في الموقع من حيث المحتوى والتصميم

م	العبارة	موافق بشدة	موافق إلى حد ما	غير وافق	المتوسط لحسابي	الانحراف المعياري
١	تتميز الصفحة الرئيسية للموقع بيسر الاستخدام	28	2	0	2.933	.2537
٢	يتسم الموقع بسهولة في المرور بين أقسامه	24	6	0	2.800	.4068
٣	يتسم الموقع بسرعة تحميل عالية تسهل من الانتقال بين الأقسام المختلفة	24	6	0	2.800	.4068
٤	يتسم الموقع بتصميم احترافي مناسب للهدف منه	20	8	2	2.600	.6215
٥	يتميز الموقع يتنوع أقسامه	20	8	2	2.600	.6215
٦	يحتوي الموقع على العديد من وسائل التفاعل كمشاركة المحتوى والتعليق عليه	19	9	2	2.567	.6261
٧	تصميم الموقع مريح للعين من ناحية التقسيم والألوان	18	10	2	2.533	.6288
٨	يتميز الموقع بنوع خطوط وأبناط ومريحة للعين	18	8	4	2.467	.7303

يوضح الجدول السابق رأي المجموعة التجريبية في الموقع من حيث المحتوى والتصميم، فقد جاءت عبارة تتميز الصفحة الرئيسية للموقع بيسر وسهولة الاستخدام في الترتيب الأول بمتوسط حسابي، ٢.٩٣٣، فيما جاءت عبارة يتسم الموقع بسهولة في التصفح والمرور بين أقسامه، وعبارة يتسم الموقع بسرعة تحميل عالية تسهل من الانتقال بين الأقسام المختلفة في الترتيب الثاني بمتوسط ٢.٨٠٠، فيما جاءت عبارة يتسم الموقع بتصميم احترافي مناسب للهدف منه، وعبارة يتميز الموقع يتنوع أقسامه في الترتيب الثالث بمتوسط ٢.٦٠٠، أما عبارة تصميم الموقع مريح للعين من ناحية التقسيم والألوان فقد جاءت في الترتيب الرابع بمتوسط قدره ٢.٥٣٣، لتأتي عبارة يتميز الموقع بنوع خطوط وأبناط مناسبة ومريحة للعين أثناء القراءة في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي ٢.٤٦٧.

جدول (٨) يوضح الإجابات الخاصة بفهم محتوى تقرير قناة السويس

اسم المجموعة	المجموعة المستقلة		المجموعة التجريبية	
الإجابات	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الإجابات الصحيحة	١٣١	٨٧,٣	١٠٨	٧٢
الإجابات الخاطئة	١٩	١٢,٦	٤٢	٢٨
الإجمالي	١٥٠	١٠٠	١٥٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق مجموع إجابات المجموعتين على الإجابات الخاصة بفهم محتوى تقرير قناة السويس، وقد أظهر الجدول أن المجموعة المستقلة قد تفوقت على المجموعة التجريبية؛ حيث جاءت الإجابات الصحيحة لصالح المجموعة المستقلة بنسبة ٨٧.٣% مقابل ٧٢% للمجموعة التجريبية.

وقد يرجع ذلك إلى أن المجموعة المستقلة التي تعرضت إلى تقرير مكتوب بالطريقة التقليدية المعروفة بطريقة قالب الهرم المعتدل والذي يتكون من مقدمة تمهد للموضوع ثم جسم به معلومات وتفاصيل أكثر عن الموضوع والأفكار التي يشتمل عليها

تتدرج من المهم إلى الأكثر أهمية ثم خاتمة للتقرير تحتوي خلاصة الموضوع أو نصح أو إرشاد أو استفهام موجه للقارئ أو المسئولين عن المشكلة وهكذا ..؛ وبالتالي قد يكون التعرض لهذه الطريقة مناسب في فهم الحدث بشكل أكثر من كتابته بطريقة السيو المعتمدة على الإغراق في التفاصيل الصغيرة والكلمات المفتاحية والعناوين الفرعية والصور الكثيرة والهايبر لينك والهايبر تكست وغيرها من التقنيات المستخدمة في عرض المضمون وهو ما قد يشتت ذهن القاري في فهم أعمق للموضوع من جوانبه كافة.

ومن الناحية النظرية تتماشى نتيجة الجدول مع جانب مهم مدخل النظرية المستخدمة في الدراسة وهي نظرية تمثيل المعلومات والتي أكدت أنه كلما تم تبسيط المعلومات وتركيزها بأسلوب سهل ومتسلسل فإن ذلك يساعد على فهمها بشكل أكثر.

جدول (٩) يوضح الإجابات الخاصة بتذكر محتوى تقرير قناة السويس

اسم المجموعة	المجموعة المستقلة		المجموعة التجريبية	
الإجابات	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الإجابات الصحيحة	٨٨	٥٨,٦	٩٧	٦٤,٦
الإجابات الخاطئة	٦٢	٤١,٣	٥٣	٣٥,٣
الإجمالي	١٥٠	١٠٠	١٥٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق مجموع إجابات المجموعتين على الإجابات الخاصة بتذكر محتوى تقرير قناة السويس، وقد أظهر الجدول تفوق المجموعة التجريبية على المجموعة المستقلة في الإجابة على الأسئلة الخاصة بتذكر المحتوى بنسبة ٦٤,٦% مقابل ٥٨,٦% لصالح المجموعة التجريبية.

وقد يرجع ذلك إلى أن تذكر المعلومات الخاصة بفكرة أو حدث معين يحتاج إلى تكرار المعلومة أكثر من مرة، وهو ما يناسب التقرير المكتوب بطريقة السيو المعتمد على تكرار الكلمات والمعلومات ودعمها بالصور واللينكات الخارجية والمعلومات

المكتوبة في العناوين الفرعية وهكذا؛ وبالتالي قد يكون شكل الكتابة بهذا الأسلوب قد ساعد المجموعة التجريبية في تذكر المحتوى الخاص بالموضوع، نتيجة لكثرة كثرة المعلومات في العناوين الفرعية والكلمات المفتاحية وتعليقات الصور.

جدول (١٠) يوضح الإجابات الخاصة بفهم محتوى خبر شقق الإسكان

اسم المجموعة	المجموعة المستقلة		المجموعة التجريبية	
الإجابات	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الإجابات الصحيحة	٨١	٩٠	٥٧	٦٣,٣
الإجابات الخاطئة	٩	١٠	٣٣	٣٦,٦
الإجمالي	٩٠	١٠٠	٩٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق مجموع إجابات المجموعتين على الإجابات الخاصة بفهم محتوى خبر شقق الإسكان وطريقة الحجز بها، وقد أظهر الجدول أن المجموعة المستقلة قد تفوقت على المجموعة التجريبية في فهم المحتوى، حيث جاءت الإجابات الصحيحة لصالح المجموعة المستقلة بنسبة ٩٠% مقابل ٥٧% لصالح المجموعة التجريبية، وهي نتيجة تتفق مع نتيجة أسئلة الفهم كذلك في تقرير قناة السويس.

وقد يرجع ذلك إلى أن المجموعة المستقلة التي تعرضت إلى خبر مكتوب بالطريقة التقليدية المعروفة بطريقة قالب الهرم المقلوب والمكون من مقدمة تحتوى على أهم المعلومات التي يريد الصحفي توصيلها للقاري، ثم جسم الخبر الذي يتدرج في عرض المعلومات من الأهم إلى المهم إلى الأقل أهمية؛ وبالتالي قد يكون الشكل في عرض المعلومات مناسب في فهم الحدث بشكل أكثر من كتابته بطريقة السيو المعتمدة على مقدمة قد تكون لها علاقة بالحدث الرئيس أو ليس لا علاقة، ثم الإغراق في التفاصيل الصغيرة والكلمات المفتاحية والعناوين الفرعية والصور الكثيرة والهايبر لينك والهايبر تكست وغيرها من التقنيات المستخدمة في عرض المضمون وهو ما قد يشتت ذهن القاري في فهم أعمق للموضوع.

جدول (١١) يوضح الإجابات الخاصة بتذكر محتوى خبر شقق الإسكان

اسم المجموعة	المجموعة المستقلة		المجموعة التجريبية	
الإجابات	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الإجابات الصحيحة	٦٩	٥٧,٥	٦٢	٥١,٦
الإجابات الخاطئة	٥١	٤٢,٥	٥٨	٤٨,٣
الإجمالي	١٢٠	١٠٠	١٢٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق مجموع إجابات المجموعتين على الإجابات الخاصة بتذكر محتوى خبر شقق الإسكان وطريقة الحجز بها، وقد أظهر الجدول تفوق المجموعة المستقلة على المجموعة التجريبية في الإجابة على الأسئلة الخاصة بتذكر المحتوى بنسبة ٥٧,٥% مقابل ٥١,٦% لصالح المجموعة المستقلة.

وهنا أظهر الجدول تفوق المجموعة المستقلة التي تعرضت للكتابة التقليدية على المحتوى المكتوب بطريقة السيو، وكما ذلك الباحث في التعليق على الجدول السابق أن المجموعة المستقلة التي تعرضت إلى خبر مكتوب بالطريقة التقليدية المعروفة بطريقة قالب الهرم المقلوب والمتكون من مقدمة تحتوى على أهم المعلومات التي يريد الصحفي توصيلها للقاري، ثم جسم الخبر الذي يتدرج في عرض المعلومات من الأهم إلى المهم إلى الأقل أهمية؛ وبالتالي قد يكون شكل عرض المعلومات والذي أحرز تقدما في فهم المحتوى ساعد كذلك على تذكر المحتوى والمعلومات التي وردت فيه أكثر من كتابة بطريقة السيو.

جدول (١٢) الإجابات الخاصة بفهم محتوى خبر الأوراق المطلوبة لاستخراج جواز السفر

اسم المجموعة	المجموعة المستقلة		المجموعة التجريبية	
الإجابات	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الإجابات الصحيحة	٩٨	٨١,٦	٧٨	٦٥
الإجابات الخاطئة	٢٢	١٨,٤	٤٣	٣٥
الإجمالي	١٢٠	١٠٠	١٢٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق مجموع إجابات المجموعتين على الإجابات الخاصة بفهم محتوى خبر الاوراق المطلوبة لاستخراج جواز السفر، وتشير نتائج الجدول إلى تفوق المجموعة المستقلة في فهم المحتوى الخاص بالخبر على المجموعة التجريبية بنسبة ٨١.٦% مقابل ٦٥%، حيث بلغت الإجابات الصحيحة ٩٨ إجابة صحيحة من أصل ١٢٠ مقابل ٧٨ إجابة صحيحة للمجموعة التجريبية، وهنا يؤكد الباحث أن مثل هذه الخدمات التي تقدمها المواقع الإلكترونية كلما تم تبسيط المعلومة التي يبحث عنها المستخدم وإعطاؤه إياها دون حاجة الى جهد الفهم والاسهاب في العرض فإنه يزداد فهمها أكثر من المعلومات التي تعتمد على السيو.

جدول (١٣) يوضح الإجابات الخاصة بتذكر محتوى الأوراق المطلوبة لاستخراج جواز السفر

اسم المجموعة	المجموعة المستقلة		المجموعة التجريبية	
الإجابات	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الإجابات الصحيحة	٩٢	٧٦,٦	٩٦	٨٠
الإجابات الخاطئة	٢٨	٢٣,٣	٢٤	٢٠
الإجمالي	١٢٠	١٠٠	١٢٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق مجموع إجابات المجموعتين على الإجابات الخاصة بتذكر محتوى خبر الأوراق المطلوبة لاستخراج جواز السفر، وتشير نتائج الجدول إلى تفوق المجموعة التجريبية على المجموعة المستقبلة في تذكرها للمعلومات الواردة في محتوى الخبر وإن كان التفوق بنسبة قليلة، حيث جاءت الإجابات الصحيحة بمقدار ٨٠% في مقابل ٧٦.٦% للمجموعة المستقلة.

وقد يرجع ذلك إلى أن تذكر المعلومات الخاصة بتقديم خدمة معينة يحتاج إلى تكرار المعلومة أكثر من مرة ليساعده على تذكرها، وهو ما يناسب التقرير المكتوب بطريقة السيو المعتمد على تكرار الكلمات والمعلومات ودعمها بالصور واللينكات الخارجية والمعلومات المكتوبة في العناوين الفرعية وهكذا؛ وبالتالي قد يكون شكل الكتابة بهذا الأسلوب قد ساعد المجموعة التجريبية في تذكر المحتوى الخاص بالموضوع.

اختبار صحة الفروض

١- توجد فروق ذات دلالة إحصائيا بين المجموعة المستقلة والتجريبية في فهمهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية من ناحية كتابة الأخبار والتقارير بالطريقة التقليدية وطريقة استخدام تقنيات السيو.

جدول (١٤) نتائج اختبار (T.Test) لقياس دلالة الفروق بين المجموعة المستقلة والتجريبية في درجة فهمهم للمحتوى الإخباري.

المتغيرات	النوع	العدد	المتوسط لحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
درجة فهم المجموعتين للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية بين المكتوب بالطريقة التقليدية والسيو	المستقلة	٣٠	10.300	1.2359	4.519	58	.000
	التجريبية	٣٠	8.366	1.9910			
	المجموع	٦٠					

تظهر بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعة المستقلة والتجريبية في درجة فهمهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية من ناحية كتابة الأخبار والتقارير بالطريقة التقليدية وطريقة استخدام تقنيات السيو، حيث جاءت قيمة (T 4.519) بمتوسط دلالة قيمته (٠.٠٠٠) وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى أقل من (٠.٠٥) حيث بلغ المتوسط الحسابي للمجموعة المستقلة ١٠.٣٠٠ في مقابل ٨.٣٦٦ للمجموعة التجريبية؛ وبذلك يمكن القول بثبوت صحة الفرض.

وبذلك نقبل الفرض القائل بأنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائيا بين المجموعة الأولى المستقلة والثانية التجريبية في فهمهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية من ناحية كتابة الأخبار والتقارير بالطريقة التقليدية وطريقة استخدام تقنيات السيو.

٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائيا بين المجموعة المستقلة والتجريبية في تذكرهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية من ناحية كتابة الأخبار والتقارير بالطريقة التقليدية وطريقة استخدام تقنيات السيو.

جدول (١٥) يوضح نتائج اختبار (T.Test) لقياس دلالة الفروق بين المجموعة المستقلة والتجريبية في درجة تذكرهم للمحتوى الإخباري.

المتغيرات	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
درجة فهم المجموعتين للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية بين المكتوب بالطريقة التقليدية والسيو	المستقلة	٣٠	8.3000	2.03673	-.391	58	.697
	التجريبية	٣٠	8.5000	1.92533			
	المجموع	٦٠					

تظهر بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعة المستقلة والتجريبية في درجة تذكرهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية من ناحية كتابة الأخبار والتقارير بالطريقة التقليدية وطريقة استخدام تقنيات السيو، حيث جاءت قيمة (T -.391) بمتوسط دلالة قيمته (٠.٦٩٧) وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى (٠.٠٥) فأعلى حيث بلغ المتوسط الحسابي للمجموعة المستقلة ٨.٣٠٠٠ في مقابل٨.٥٠٠٠ للمجموعة التجريبية؛ وبذلك يمكن القول بعدم ثبوت صحة الفرض.

وبذلك نرفض الفرض القائل بأنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائيا بين المجموعة الأولى المستقلة والثانية التجريبية في تذكرهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية من ناحية كتابة الأخبار والتقارير بالطريقة التقليدية وطريقة استخدام تقنيات السيو.

٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدم الإنترنت بين المبحوثين (بداية الاستخدام ومدة الاستخدام اليومي واحترافية الاستخدام ومدى فهمهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية).

جدول (١٦) يوضح نتائج اختبار (ANOVA one way) لقياس دلالة الفروق بين معدل استخدام المبحوثين للإنترنت ومدى فهمهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية.

المتغيرات	الفئة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
معدل استخدم الإنترنت بين المبحوثين	قليل	٨	10.5000	1.41421	3.516	2	.036
	متوسط	٤٢	8.9286	1.95552			
	كثير	١٠	10.1000	1.52388			
	المجموع	٦٠	9.3333	1.91042			

قام الباحث بعمل متغير تجميعي لمعدل استخدام الإنترنت مكون من الآتي: (بداية استخدام العينة للإنترنت، ومدة الاستخدام اليومي، ودرجة احترافية الاستخدام) ليكون معدل الاستخدام من ٣ فئات وهم: قليل الاستخدام، متوسط الاستخدام، كثير الاستخدام، وقد أظهر الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدم الإنترنت بين المبحوثين ومدى فهمهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية، حيث جاءت قيمة (f 3.516) عند مستوى دلالة ٠٣٦.

وبذلك نقبل الفرض القائل بأنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدم الإنترنت بين المبحوثين (بداية الاستخدام ومدة الاستخدام اليومي واحترافية الاستخدام ومدى فهمهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية.

ولمعرفة لمن تتجه الفروق بين المجموعات طبقا لمعدل الاستخدام، تم اجراء اختبار LSD البعدي، حيث أوضحت نتائج الاختبار أن هناك فروقا ذات دلالة

إحصائية بين المجموعة متوسطة الاستخدام وقليلة الاستخدام لصالح المجموعة قليلة الاستخدام بقيمة معنوية ٠٣٠. وهي قيمة دالة إحصائيا عند أقل من (٠.٠٥)، فيما لم يتضح من الجدول أن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين باقي المجموعات وبعضها البعض.

جدول (١٧) يوضح نتائج اختبار (LSD) لمعرفة اتجاه الفروق بين المجموعات

معدل الاستخدام			Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
LSD	قليل	متوسط	1.57143*	.70741	.030
		كثير	.40000	.86986	.647
	متوسط	قليل	-1.57143*	.70741	.030
		كثير	-1.17143	.64526	.075
	كثير	قليل	-.40000	.86986	.647
		متوسط	1.17143	.64526	.075

٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدم الإنترنت بين المبحوثين (بداية الاستخدام ومدة الاستخدام اليومي واحترافية الاستخدام) ومدى تذكرهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية.

جدول (١٨) يوضح نتائج اختبار (ANOVA one way) لقياس دلالة الفروق بين معدل استخدام العينة للإنترنت ومدى تذكرهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية.

المتغيرات	الفئة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
معدل استخدم الإنترنت	قليل	٨	9.1250	1.95941	. 691	2	.505
	متوسط	٤٢	8.2381	1.98543			
	كثير	١٠	8.5000	1.95789			
	المجموع	٦٠	8.4000	1.96753			

تشير بيانات السابق بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدم الإنترنت بين المبحوثين ومدى تذكرهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية، حيث جاءت قيمة (f 591.) عند مستوى دلالة ٥٠٥. بدرجة معنوية أكبر من ٠٥%.

وبذلك نرفض الفرض القائل بأنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدم الإنترنت بين المبحوثين (بداية الاستخدام ومدة الاستخدام اليومي واحترافية الاستخدام) ومدى تذكرهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية.

٥- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين احترافية استخدام العينة للإنترنت ومدى فهمهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية.

جدول (١٩) يوضح نتائج اختبار (ANOVA one way) لقياس دلالة الفروق بين احترافية استخدام العينة للإنترنت ومدى فهمهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية.

المتغيرات	الفئة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
احترافية الاستخدام	مبتدئ	٧	7.5714	2.93582	4.103	58	٠٢٢
	جيد	٣٩	1.72893	2.01841			
	محترف	١٤	9.9286	1.32806			

تشير بيانات السابق بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل بين احترافية استخدام العينة للإنترنت ومدى فهمهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية، حيث جاءت قيمة (f 4.103) عند مستوى دلالة (٠٢٢) بدرجة معنوية أقل من ٠٥%.

لذا نقبل الفرض القائل بأنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين احترافية استخدام العينة للإنترنت ومدى فهمهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية.

ولمعرفة لمن تتجه الفروق بين المجموعات طبقا لاحترافية الاستخدام، تم اجراء اختبار Tukey HSD البعدي، حيث أوضحت نتائج الاختبار أن هناك فروقا ذات

دلالة إحصائية بين جيد الاستخدام والمبتدئ لصالح جيد الاستخدام حيث بمستوى معنوية ٠.٤٠. حيث أوضح الاختبار ان هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين محترف الاستخدام والمبتدئ لصالح محترف الاستخدام بمستوى معنوية ٠.١٩.

وهذا يدل أنه كلما زادت احترافية المستخدم للإنترنت زادت معها درجة الفهم للمحتوى الاخباري في المواقع الإخبارية سواء المكتوب الطريقة التقليدية أو المكتوب بتقنيات السيو.

جدول (٢٠) نتائج اختبار (Tukey HSD) لمعرفة اتجاه الفروق بين المجموعات

احترافية الاستخدا		Mean Difference	Std. Error	Sig مستوى المعنوية
مبتدئ	**جيد**	-1.86447*	.74595	.040
	محترف	-2.35714*	.84121	.019
جيد	**مبتدئ**	1.86447*	.74595	.040
	محترف	-.49267	.56618	.661
محترف	**مبتدئ**	2.35714*	.84121	.019
	جيد	.49267	.56618	.661

٦- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين احترافية استخدام عينة الدراسة للإنترنت ومدى تذكرهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية.

جدول (٢١) يوضح نتائج اختبار (ANOVA one way) لقياس دلالة الفروق بين احترافية استخدام العينة للإنترنت ومدى تذكرهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية.

المتغيرات	الفئة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
احترافية الاستخدام	مبتدئ	٧	7.5714	2.93582	.897	2	.414
	جيد	٣٩	1.72893	2.01841			
	محترف	١٤	9.9286	1.32806			

تشير بيانات السابق بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل بين احترافية استخدام العينة للإنترنت ومدى تذكرهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية، حيث جاءت قيمة 897.) f) عند مستوى دلالة (٤١٤.) بدرجة معنوية أكبر من ٠٥.%.

لذا نرفض الفرض القائل بأنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين احترافية استخدام العينة للإنترنت ومدى فهمهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية.

النتائج العامة للدراسة:

- أثبتت الدراسة أن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة (المجموعة المستقلة والمجموعة التجريبية) في فهمهم وتذكرهم للمحتوى الإخباري المكتوب بالطريقة التقليدية والمحتوى المستخدِم لتقنيات السيو.
- أظهرت نتائج الدراسة أن المحتوى المكتوب بطريقة تقليدية بسيطة كان أكثر فهما من المكتوب بتقنيات السيو، فيما أظهرت أن المحتوى المستخدم لتقنيات السيو وتكرار المعلومات واستخدام العديد من الأدوات المساعدة كان أكثر تذكرا من المحتوى المكتوب بالطريقة التقليدية، وتتفق نتيجة الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة مروة الزهري[٣٥] (٢٠٢١) والتي كشفت أن الصورة الصحفية ومقاطع الفيديو بالمواقع الإخبارية الإلكترونية لها تأثير كبير على إدراك وتذكر الشباب الجامعي للمضمون الإخباري، وهو ما تم توظيفه في المحتوى المستخدم لتقنيات السيو، وكذلك ما توصلت إليه دراسة سامية النوبي،[٣٦] (٢٠١٩) والتي أكدت أن توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية التليفزيونية له تأثير كبير في درجات التذكر على عينة الدراسة.
- كشفت الدراسة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدم المبحوثين للإنترنت ومدى فهمهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية.

- أظهرت الدراسة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدم المبحوثين للإنترنت ومدى تذكرهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية.
- أثبتت الدراسة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين احترافية استخدام عينة الدراسة للإنترنت ومدى فهمهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية، ويرى الباحث أنه من المقبول أن احترافية استخدام الشباب للإنترنت له علاقة بفهم المحتوى؛ إذ أن احترافية الاستخدام تساعده على سهولة الابحار بين المواقع، ومعرفة المواقع الجيدة من الرديئة ، وتتيح التعرف على المحتوى المحرر بشكل احترافي من المحتوى الإعلاني المدفوع، وهكذا تساعد احترافية الاستخدام على فهم المحتوى.
- أثبتت الدراسة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين احترافية استخدام عينة الدراسة للإنترنت ومدى تذكرهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية، وكذلك الأمر في احترافية استخدام الشباب للإنترنت وتذكرهم للمحتوى فالذي ذكره الباحث في علاقة احترافية الاستخدام في الفهم ينطبق على التذكر؛ إذ أن احترافية الاستخدام تساعده على معرفة المواقع الجيدة من الرديئة والتي تقدم محتوى متنوع الوسائط من نصوص وصور وفيديوهات فيختار من بينها ما يساعده على تذكر المعلومة بسهولة بشكل مناسب.
- أظهرت الدراسة أن أكثر عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت بكثافة يوميا، كما أنهم يعتمدون على الإنترنت في كثير من مهامهم اليومية منذ مدة طولية تزيد على الخمس سنوات.

توصيات الدراسة:

- ضرورة التوسع في الدراسات الخاصة بالقوالب والأشكال الصحفية وخاصة الحديثة منها، مع التعرف على اتجاهات الجمهور نحوها، وإجراء مزيد من الدراسات الشبه تجريبية على إفادة الجمهور من المحتوى المقدم بقوالب وأشكال تحريرية مختلفة.
- توصي الدراسة باستخدام تقنيات السيو في مواد محددة تستند على خريطة المحتوى الرائج وعدم استخدام هذه التقنيات في كل محتوى تنشره المواقع الإخبارية؛ حيث أنها تشتت ذهن القارئ وتعيق من فهمه للمحتوى.
- توصى الدراسة المواقع الإخبارية بالاستفادة الرشيدة من تقنيات السيو، والاستفادة من ظهور الموقع ضمن نتائج البحث الأولى ضمن محركات البحث؛ على أن تستخدم المواقع الإخبارية معلومات حقيقية وعناوين غير مزيفة أو مضللة.

مراجع الدراسة:

1) Tran Duc Le& Thang Le-Dinh & Sylvestre Uwizeyemungu ،٢٠٢٤, Search engine optimization poisoning: A cybersecurity threat analysis and mitigation strategies for small and medium-sized enterprises, Technology in Society, Volume 76, 2024, 102470. Available at: https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2024.102470

2) Carsten D. Schultz, Christian Koch, Rainer Olbrich, 2023, Dark sides of artificial intelligence: The dangers of automated decision-making in search engine advertising, **Journal of the Association for Information Science and Technology** published by Wiley Periodicals LLC on behalf of Association for Information Science and Technology .https://doi.org/10.1002/asi.24798open_in_new

[٣]) أحمد صلاح حفناوي ونرمين مرسي، تحليل لدور محركات البحث كأداة داعمة للتسويق الالكتروني بالتطبيق على موقع إلكتروني لشركة السياحة، **المجلة العلمية لكلية السياحة والفنادق**، جامعة الإسكندرية، المجلد ٢٠، العدد ١، ٢٠٢٣، ص ١١٤ :

.١٣٤https://journals.ekb.eg/article_310641.html

[٤]) حسام فايز عبد الحي، وعي القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية بتهيئة المواقع المحركات البحث «سيو SEO وعلاقته بجودة الخدمة الإخبارية والتسويقية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، العدد المجلد ٢١ ، مجلد ١، يناير ٢٠٢٢ ، الصفحة ٢٧٧-٣٢٩.

[٥]) غادة بكاية، مجلة تقييم تحسين المواقع الالكترونية للمنظمات الصحية السورية في محركات البحث (دراسة ميدانية على عملاء مشافي اللاقية، **مجلة جامعة حماة الاقتصاد** - المجلد 5 العدد 5 – ٢٠٢٢ .

https://hama-univ.edu.sy/ojs/index.php/huj/article/view/1160

[٦]) يوسف عبد الرحمن أبو راوي، تحسين سرعة استجابة المواقع الإلكترونية لمحركات البحث: موقع جامعة مصراته، ليبيا نموذجًا، **مجلة دراسات المعلومات والتكنولوجيا**، جمعية المكتبات المتخصصة فرع الخليج العربي، ودار جامعة حمد بن خليفة للنشر، مجلد ٤، عدد ٢، ٢٠٢٢، ص ١: ٩.

https://www.qscience.com/content/journals/10.5339/jist.2021.9

[٧]) سحر عبد المنعم الخولي، استراتيجيات الصحف الإلكترونية المصرية لتحسين محركات البحث (سيوSEO) وعلاقته بمعايير نشر المضامين الصحفية، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، العدد ٣٩، ديسمبر ٢٠٢٢، ص ٨٠: ١٢٩.

[8]) Alqahtani, N. H., and T. H. Alqahtani. "Optimal Search Engine Marketing Strategy Customer Behaviour (Case studies from Saudi Arabia)." **Journal of economics, Administrative and legal sciences** Volume ٦- Issue ٦ (2022) p 143-162.

[9]) Carlos Lopezosa, Magdalena Trillo-Domínguez, Lluís Codina & Marga Cabrera Méndez, SEO in the journalistic company: perceptions and key elements for its adoption in writingm, **Revista Latina de Comunicación Social**. Vol. 79, p. 27-45.

[10]) Prakash, Sidharth (2020). Search Engine Optimization Techniques for Attracting Organic Traffic to Websites. **International Journal of Recent Trends in Engineering & Research**, vol:06, n:05, pp1-6.

[11]) Vikas M. Patil; Amruta V. Patil (2018). SEO: On-Page-Off-Page Analysis. International Conference on Information. Communication. Engineering and Technology.)

[12]) Ron Berman, Zsolt Katona, The Role of Search Engine Optimization in Search Marketing. **Marketing Science** 32(4) (2013):644-651. https://doi.org/10.1287/mksc.2013.0783

[١٣]) أمال إسماعيل محمد، سيميولوجيا الخطاب البصري لتقنية موشن جر افيك وأثرها على فهم وتذكر التوعية البيئية لدى الشباب الجامعي، **مجلة بحوث الشرق الأوسط للعلاقات العامة**، العدد ٤٣، ٢٠٢٣، ص ٢٢١: ٢٥٥

[١٤]) هاني السمان، أثر الإنفوجرافيك المتعلق بمبادرات التحول الرقمي بالمواقع الإخبارية في فهم وتذكر القراء للمضمون دراسة شبه تجريبية» **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٦١، الجزء ٤، ابريل ٢٠٢٢، ص ٢٢٨٧: ٢٣٦٥.

[١٥]) أحمد سامي العايدي، أساليب تحرير المواد الإخبارية بموقع الهيئة العامة للاستعلامات وعلاقتها بتفضيلات القراء، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٥٣، مجلد ١، يناير ٢٠٢٠، ص ٢٠٥: ٢٦٧.

[١٦]) مروة الزهري القرني ، تأثير الصورة الصحفية ومقاطع الفيديو بالمواقع الإخبارية الإلكترونية على إدراك وتذكر المضمون الإخباري: **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة سوهاج، كلية الآداب، جامعة سوهاج، ٢٠٢١.

[١٧]) عيده كمال رشيد تأثير الإنفوجرافيك على فهم وتذكر الشباب للمحتوى الإخباري بالصحف الإلكترونية: دراسة شبه تجريبية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة المنيا: كلية الآداب قسم الإعلام، ٢٠٢٠)

[١٨]) سامية عبد الفتاح النوبي، توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية التليفزيونية وتأثيرها على المستوى المعرفي للجمهور المصري: دراسة شبة تجريبية، **المجلة العلمية لبحوث الاعلام وتكنولوجيا الاتصال**، جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ع٥، يونيو ٢٠١٩، ص ص ٧٦: ٩٨.

[١٩]) وفاء عبد الخالق ثروت أثر توظيف السمات الإبداعية في الإعلانات التليفزيونية على فهم وتذكر الجمهور للمحتوى دراسة تحليلية تجريبية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع٦٩، ٢٠١٩، ص ٢٦٣ : ٣٢٩

[٢٠]) خالد عبدالله متولى وندية القاضي، ونادية عبد الحافظ، أساليب تحرير المادة الخبرية في مواقع مؤسسات الاتصال الإعلامي وعلاقتها بتفضيلات القراء (دراسة تطبيقية)، **مجلة دراسات وبحوث التربية النوعية**، جامعة الزقازيق، المجلد الرابع - العدد ١ يناير ٢٠١٨.

[٢١]) مروة الزهري القرني، مرجع سابق، ص ٢٤

[٢٢]) محمد منير حجاب، **أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية**، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤) ص ٢٥٦.

[٢٣]) فرج الكامل، **بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وإجراؤها و تحليلها** (القاهرة: دار النشر للجامعات، ٢٠٠١) ص١٢٣

[٢٤]) **السادة المحكمين للمقاييس الخاصة بالدراسة:**

أ.د/ أسامة عبد الرحيم، أستاذ الصحافة بقسم الإعلام كلية التربية جامعة المنصورة.

أ.د/ محرز غالي، أستاذ الصحافة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.

أ.م.د/ احمد زارع، أستاذ الصحافة المساعد ووكيل كلية الإعلام السابق.

أ.م.د/ عبد العظيم خضر، أستاذ الصحافة المساعد، ورئيس قسم الصحافة السابق بكلية الإعلام، جامعة الأزهر.

أ.م.د/ علي حمودة، ، أستاذ الصحافة المساعد، ورئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام، جامعة الأزهر.

أ.م.د/ محمد فؤاد الدهراوي، أستاذ العلاقات العامة المساعد، بكلية الإعلام كلية جامعة الأزهر.

[٢٥]) هاني السمان، أثر الإنفوجرافيك المتعلق بمبادرات التحول الرقمي بالمواقع الإخبارية في فهم وتذكر القراء للمضمون دراسة شبه تجريبية» **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٦١، الجزء ٤، ابريل ٢٠٢٢، ص ٢٣٠٨.

[٢٦]) هيثم جودة مؤيد، تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية على العمليات الإدراكية، لدى عينة من طلاب الجامعات، في إطار نظرية تمثيل المعلومات، دراسة تجريبية على عينة من طلاب الجامعات، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة والنشر، ٢٠١٩) ص ١٥٤

[٢٧]) أنور محمد الشرقاوي، **علم النفس المعرفي المعاصر**، ط٢ (القاهرة، مكتبة االنجلو المصرية، ٢٠٠٣)، ص ١٦١.

[28]) Schank, R.: Dynamic Memory: **A theory of reminding in computers and people**, Cambridge University Press, Cambridge, 1983, P. 119.

[29]) Rasha Abdel-Hamid Kamhawi, "Valence Congruence in Audiovisual Messages: Impact on Memory, Comprehension, Channel Choice and Evaluations", **PHD Thesis**, School of Journalism, Indiana University May, 2004, P. 12.(

[٣٠]) أحمد محمد إبراهيم، **"أثر التفاعلية المتاحة في الصحف الإلكترونية العربية على تذكر المعلومات: دراسة تجريبية"، رسالة ماجستير غير منشورة،** (جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام، ٢٠٠٨)، ص ص ١١٢ ، ١١٣.

[٣١]) أحمد عادل عبد الفتاح، **"التعرض للصورة الصحفية بالمجلات المصرية وعلاقتها بالعمليات الإدراكية لدى الشباب الجامعي: دراسة تطبيقية مقارنة"، رسالة ماجستير غير منشورة،** (جامعة المنصورة: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، ٢٠١٠)، ص ١٩٤

[32]) Kinney, S. T., Watson, R. T. and El-Shinnawy, M. "The effect of media and task on dyadic communication. IEEE Transactions on Professional Communication", 41(2), 1998, 140-142.

[33]) Gerald Kosicki and Jack Mc Load: Learning from political news. Effects of Media Images and Information processing (N.J., Hillsdate Lowrence Erlbaum, 1990). Pp. 73 – 75.

[٣٤]) محمد فؤاد الدهراوي، تأثير الإنفوجراف في إصدارات العلاقات العامة على فهم وتذكر المستخدمين دراسة شبه تجريبية، **مجلة البحوث الإعلامية** (جامعة الأزهر، كلية الإعلام) المجلد ٥٤- ج ٣، يوليو ٢٠٢٠، ص ١٤٠٣.

[٣٥]) مروة الزهري القرني ، مرجع سابق.

[٣٦]) سامية عبد الفتاح النوبي، مرجع سابق، ص ص ٧٦: ٩٨.