

علاقة صحافة البيانات بإثراء معلومات القائم بالاتصال

The relationship of data journalism to enriching the information of
the communicator

م.م سماح محمد عبد الرحمن

SAMAH MOHAMED ABD- AI RAHMAN

الايمل: samah.abd2101p@comc.uobaghdad.edu.iq

العنوان: جامعة بغداد / كلية الإعلام / قسم الصحافة

رقم الهاتف: 07736198630

University of Baghdad / College of Media / Department of
Journalism

أ.م.د. انمار وحيد فيضي

Assist. Prof. Dr. Anmar Wahid Faidi

الايمل: dranmar@comc.uobaghdad.edu.iq

العنوان: جامعة بغداد / كلية الإعلام / قسم الصحافة

رقم الهاتف: 07901396821

University of Baghdad / College of Media / Department of
Journalism

الكلمات المفتاحية: صحافة البيانات، القائم بالاتصال، ثراء الوسيلة، المعلومات

**Keywords: Data journalism, Contact person, Richness of means,
the information**

مستخلص البحث:

يتناول البحث دراسة ميدانية عن " علاقة صحافة البيانات بإثراء معلومات القائم بالاتصال", إذ تم استخدام أدوات الاستبانة والمقياس لمعرفة أبرز المؤشرات بشأن "علاقة صحافة البيانات بإثراء معلومات القائم بالاتصال"، معتمدة على العينة العمدية في اختيارها للقائم بالاتصال الذي يستخدم المواقع الالكترونية الإخبارية التي تستخدم بدورها صحافة البيانات.

ويُصنف هذا البحث ضمن البحوث الوصفية، أما المنهج المستخدم فهو المسحي للقائم بالاتصال (المحرر، المراسل، المندوب، مدير التحرير، سكرتير التحرير)، فمختلف المحافظات العراقية، وبحسب الأرقام التي زودتنا بها نقابة الصحفيين العراقيين، ومن النتائج التي توصل إليها البحث أن توزيع المبحوثين الذين تم استطلاع آراءهم حول توظيف صحافة البيانات في المواقع الإلكترونية وعلاقتها بإثراء معلومات القائم بالاتصال على أربع فئات عمرية تصدرت فيها الفئة العمرية (٣٠-٣٩ سنة) محققة أعلى نسبة في هذا التوزيع بلغت (٤١.٩٠٪) وحلت بالمرتبة الأولى، أما الفئة العمرية (٥٠ سنة فما فوق) فقد حلت في المرتبة الأخيرة في تصنيف الفئات بنسبة بلغت (٦.٦٧٪)، أما الكلمات المفتاحية فتمثلت بما يأتي: (صحافة البيانات، القائم بالاتصال، ثراء الوسيلة، المعلومات).

Abstract

The research deals with a field study on “the relationship of data journalism to enriching the information of the contact person,” as questionnaire and scale tools were used to find out the most prominent indicators regarding “the relationship of data journalism to enriching the information of the contact person,” relying on a deliberate sample in its selection of the contact person who uses news websites that use In turn data journalism.

This research is classified as descriptive research, and the method used is a survey of the contact person (editor, correspondent, delegate, managing editor, editorial secretary), various Iraqi governorates, and according to the numbers provided to us by the Iraqi Journalists Syndicate, and among the results that the research reached is that the distribution of the respondents Those whose opinions were polled about employing data journalism on websites and its relationship to enriching the contact person's information were

divided into four age groups, of which the age group (30-39 years) topped the list, achieving the highest percentage in this distribution, amounting to (41.90%), and came in first place. As for the age group (50), One year or older) ranked last in the category classification with a rate of (6.67%). As for the keywords, they were represented by the following: (data journalism, communicator, richness of medium, information).

المقدمة *the introduction*

يذهب عدد من صحفيي العالم إلى أن صحافة البيانات ليست أرقاماً ورياضيات وليست مجرد رسوم ولا رموز خاصة مُشفرة، بل هي المجال الواسع لأنماط صحفية متعددة، وطرق لسرد القصص توظف الرسوم و الرموز المُشفرة لإثراء القصة وسردها بطريقة متميزة وبأدوات ووسائل تتطور باستمرار لتعكس القدرة على تحليل البيانات والإفادة منها، ثم القدرة على التعبير البصري عن هذه البيانات والمعلومات، وصولاً لكتابة القصص والمقالات المطولة، وتكاد تكون الأرقام والإحصاءات والخروج منها بقصص جديرة بأن تروى بشكل جذاب ومبسط للمستخدم.

ونستنتج مما تقدم ان هناك ظاهرة تستحق الدراسة تتمثل في محاولة الإجابة عن السؤال الآتي: (ما علاقة صحافة البيانات بإثراء معلومات القائم بالاتصال؟) وقد تفرع من هذا السؤال عدة تساؤلات فرعية أكدت للباحثة ضرورة التركيز وتشخيص حقيقة هذه الظاهرة.

المبحث الأول: منهجية البحث The first section: research methodology

أولاً: مشكلة البحث Research problem

ان الإحساس الشخصي للباحثة بضرورة تشخيص علاقة صحافة البيانات بالقائم بالاتصال، وضرورة تحديد مستوى اثرائها لمعلومات القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الاخبارية، لذا فإن مشكلة البحث تتمثل في عدد من التساؤلات الفرعية وهي كالآتي:

١. ما درجة اهتمام القائم بالاتصال على صحافة البيانات في إثراء معلوماته لإنتاج قصص اخرى مدفوعة بالبيانات؟

٢. ما مستويات الاعتماد على نشر صحافة البيانات في المؤسسات الإعلامية؟
٣. ما دوافع القائم بالاتصال واهدافه وحاجاته في الاعتماد على استخدام صحافة البيانات؟

٤. ما المهارات الواجب توفرها في القائم بالاتصال لاستخدام صحافة البيانات؟

ثانياً: أهمية البحث research importance

يبرز هذا النمط من الصحافة المتخصصة الدور المتزايد للبيانات الرقمية والمرسومة في إنتاج قصص خبرية تضم عرضاً مرئياً مبسطاً للبيانات يسهل على الجمهور فهمه واستيعابه، وهو ما يتخذ أشكالاً عدة مثل الانفو غرافيك الثابت أو المتحرك أو التفاعلي أو حتى الفيديو غرافيك، فكل هذه الأنواع تعبر عن أساليب تطويع البيانات الرقمية وتقديمها في صورة مرئية، مما يساعد القائم بالاتصال على إنتاج قصص مدفوعة بالبيانات وكذلك تثري معلوماته.

ثالثاً: أهداف البحث research aims

تحديد درجة اهتمام القائم بالاتصال على صحافة البيانات في إثراء معلوماته لإنتاج قصص أخرى مدفوعة بالبيانات.

٢. التعرف على مستويات الاعتماد على نشر صحافة البيانات في المؤسسات الإعلامية.

٣. الكشف عن دوافع القائم بالاتصال واهدافه وحاجاته في الاعتماد على استخدام صحافة البيانات.

٤. التعرف على طبيعة المهارات الواجب توفرها في القائم بالاتصال لاستخدام صحافة البيانات.

رابعاً: مجتمع البحث وعينته The research community and its sample

يتمثل المجتمع المستهدف في هذا البحث القائم بالاتصال بمختلف تصنيفاته (محرر، سكرتير تحرير، مدير تحرير، مراسل، مندوب) وعلى المستوى المحلي وبحسب إحصائية نقابة الصحفيين العراقيين فإن أعداد القائم بالاتصال من التصنيفات المذكورة آنفاً بلغت (٣٢) ألف ، ويمكن تعريف مجتمع البحث "بأنه جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء التي تكون موضوع مشكلة البحث (عدس، ١٩٩٢، صفحة ١٠٩).

لما كان من الصعب قيام الباحثة بتطبيق البحث على مجموع مفردات المجتمع الأصلي؛ لذا أصبح اختيار العينات لتمثيل هذا المجتمع مع أقل قدر من التحيز أمراً مرغوباً فيه (كريم، استخدام شركات القطاع الخاص للإعلان الإلكتروني في التسويق التجاري وإنعكاسه على الجمهور العراقي، رسالة ماجستير، ٢٠١٢م، صفحة ١٢)، ومن هذا المنطلق قمنا بتحديد حجم العينة بـ (٥٠٠)، إذ قامت الباحثة بسحب عينة البحث باستخدام أسلوب العينة القصدية من القائمين بالاتصال ممن يستخدمون المواقع الإلكترونية، ثم قامت بتوزيع الاستبانة بشكل عمدي لتضمن استخدام أفراد العينة المواقع الإلكترونية الإخبارية، لاسيما مواقع (CNN بالعربية، القدس العربي، السومرية نيوز)، وبعد تطبيق إجراءات البحث عليهم تعمم نتائجها على المجتمع الأصلي كله.

وقد بلغ حجم العينة (٥٠٠) مفردة نظراً لاعتماد الباحثة على التوزيع بناء على اعتبارات محددات البيانات الشخصية ومن الفئات العمرية جميعها من (٢٠ إلى ٥٠ فأكثر) عاماً ممن لديهم القدرة على متابعة مضامين صحافة البيانات في مختلف المواقع الإلكترونية الإخبارية التي تستخدمها، وبعد استبعاد استبانة المبحوثون الذين لا يتابعون مضامين صحافة البيانات في المواقع الإلكترونية الإخبارية، فضلاً عن عدم الإجابة عن الاستبانة بشكل صحيح أو إهمالها والبالغ عددها (٨٠) استبانة بلغ الحجم العينة النهائي (٤٢٠) مفردة.

Research areas

سادساً: مجالات البحث

يُعد تحديد مجالات البحث ومجالاته وحدوده، أحد الخطوات المنهجية المهمة، إذ اتخذ البحث مجالات عدة وهي:

أ- المجال المكاني : اعتمدت الباحثة القائم بالاتصال المتمثل بـ (محرر، سكرتير تحرير، مراسل، مندوب، رئيس التحرير، مدير التحرير) على المستوى المحلي، مكاناً لتطبيق الدراسة، ووفقاً لإحصائية نقابة الصحفيين العراقيين فأن أعداد الصحفيين في العراق للصفات المذكورة انفاً تمثلت بـ ٣٢ صحفي.

ب- المجال الزمني : تحدد المجال الزمني بمضامين صحافة البيانات في المواقع الإخبارية وعلاقتها بآثار معلومات القائم بالاتصال، وقامت الباحثة بإجراء الدراسة الميدانية من ٢٠٢٣/١٠/١ لغاية ٢٠٢٣/١٢/٣١.

ت-المجال البشري : تم اختيار القائم بالاتصال من (محرر , سكرتير تحرير , مراسل , مندوب , رئيس التحرير , مدير التحرير) من مختلف المحافظات ولكلا الجنسين لتكون العينة ممثلة لمجتمع القائم بالاتصال , وبحسب احصائية رسمية لنقابة الصحفيين العراقيين والتي قُدرت بـ (٣٢ ألف) صحفي .

search tools

سابعاً: أدوات البحث

١- الاستبانة: هي عدد من الاسئلة تدور حول موضوع محدد توجه إلى العينات المختارة للحصول على معلومات تخدم الباحثة في حل مشكلة بحثها، إذ تُعد من أهم أدوات البحث العلمي وأنسبها لجمع المعلومات والحقائق والمعلومات الخاصة بواقع معين أو مسألة محددة (عمارة، ٢٠٠٥م، صفحة ٥٣)، أعدت الباحثة استبانة لمعرفة أبرز المؤشرات بشأن "علاقة صحافة البيانات بإثراء معلومات القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الاخبارية"، وسبق إعداد الاستبانة النهائية اعداد (٧٠) استبانة استطلاعية أولية وتوزيعها، تم طرح عدة أسئلة فيها، وبعد فرز النتائج وتحليلها استخرجت الباحثة عدداً من المؤشرات التي وظفتها لتصميم استبانة الاستبيان بشكلها النهائي والتي قسمت على ستة محاور: الأول منها يهتم البيانات الشخصية ، المحور الثاني: المواقع الالكترونية وصحافة البيانات، المحور الثالث: دوافع القائم بالاتصال واهدافه وحاجاته في الاعتماد على استخدام صحافة البيانات، المحور الرابع: المهارات الواجب توفرها في القائم بالاتصال لاستخدام صحافة البيانات، المحور الخامس: القائم بالاتصال وحجم الاستفادة من صحافة البيانات، المحور السادس: مقاييس صحافة البيانات لإثراء معلومات القائم بالاتصال.

٢- الملاحظة: وتمثل أداة الملاحظة العلمية المنظمة محاولة منهجية يقوم بها الباحث بدقة وعناية بهدف الكشف عن تفاصيل الظواهر أو عن العلاقات التي تربط عناصرها، على وفق تخطيط مسبق و بطريقة دقيقة، مع ضمان تكرارها بالعودة إلى ملاحظة الظاهرة موضوع الدراسة مرة أخرى للتحقق من صحتها والوقوف على مدى دقتها (محمد، ١٩٨١، صفحة ٧٦١).

ثامناً: الصدق والثبات في الاستبانة

١ - الصدق الظاهري: (Face Validity):

أشار الخبير الإحصائي عباس محمود العوض في كتابه علم النفس الإحصائي، إلى أن المقياس يعد صادقاً ظاهرياً إذا قام الخبراء بتقدير صلاحية فقراته، وأن تعليمات الإجابة عنه وعن فقراته واضحة ومفهومة من المستجيبين (العوض، ٢٠٠٣م، صفحة ٥٥).

وقد تثبتت الباحثة من الصدق الظاهري عندما تم عرض استمارة الاستبيان توظيف صحافة البيانات في المواقع الإلكترونية وعلاقتها بإثراء معلومات القائم بالاتصال على (٩) محكمين في تخصص الإعلام لإبداء آرائهم حول ملائمة استمارة الاستبيان لأهداف البحث، حيث تم التعديل والحذف والإضافة وفقاً لآرائهم حتى أصبحت استمارة الاستبيان في صورتها النهائية، وحظيت الاستمارة بموافقة الخبراء بنسبة (٨٠٪) فأكثر، لذا اعتمدت هذه النسبة معياراً لصلاحية أسئلة استمارة الاستبيان، وجدول (١) يبين نسبة اتفاق المحكمين على أداة البحث والتي بلغت نسبتها (٩٠.٩٧ ٪) وهي نسبة مقبولة من الناحية العلمية (دوابه، ٢٠١٨).

ويمكن حساب الصدق الظاهري = $\frac{\text{مجموع الفقرات التي أُنقِ علىها المحكمون}}{100 \times}$

$$\frac{917}{100 \times} = 90.97\%$$

إذن الصدق الظاهري يكون = ٩٠.٩٧٪

وهذه النسبة تشير إلى أن معظم الفقرات المطروحة في الاستمارة قابلة لتحقيق الهدف الذي وضعت لأجله.

جدول (١) يبين الصدق الظاهري للخبراء لاستمارة الاستبيان الخاصة بالجانب الميداني لاستبيان توظيف صحافة البيانات في المواقع الإلكترونية وعلاقتها بإثراء معلومات القائم بالاتصال.

ت	إجابات التحكيم	الأسئلة التي وافق على ها الخبراء	الأسئلة التي لم يوافق على ها الخبراء	الأسئلة التي طلب الخبراء تعديلها أو إضافتها	المجموع الكلي للأسئلة	النسبة المئوية
١	أ.د. وسام فاضل	١٠٢	٢	٨	١١٢	٩١.٠٧%
٢	أ.د. جليل وادي حمود	١٠٤	٢	٦	١١٢	٩٢.٨٦%
٣	- أ.د. محسن عبود كشكول	١٠١	٣	٨	١١٢	٩٠.١٨%
٤	أ.د. عبد السلام السامر	٩٩	٣	١٠	١١٢	٨٨.٣٩%
٥	أ.م.د. مجدي داغر	١٠٤	١	٧	١١٢	٩٢.٨٦%
٦	أ.م.د. آمنة محمد المير	١٠٣	٢	٧	١١٢	٩١.٩٦%

٧	أ.م.د. فلاح حسن	١٠٢	٢	٨	١١٢	٩١.٠٧%
٨	أ.م.د. بيرق حسن	١٠٠	٣	٩	١١٢	٨٩.٢٩%
٩	أ.م.د. صباح عواد محمد	١٠٢	٢	٨	١١٢	٩١.٠٧%
	المجموع الكلي	٩١٧	٢٠	٧١	١٠٠٨	
نسبة اتفاق الخبراء على الفقرات						

٢- الثبات: (Reliability) :-

تم حساب ثبات عبارات مقياس توظيف صحافة البيانات في المواقع الإلكترونية وعلاقتها بإثراء معلومات القائم بالاتصال باستخدام البرنامج الإحصائي spss بطريقتين هما:-

أ- طريقة (ألفا- كرونباخ):-

تم استخدام طريقة ألفا كرونباخ لحساب معامل ثبات المقياس، والحصول على قيمة معامل ألفا للمقياس ككل والجدول التالي يوضح ذلك:-

جدول (٢) يبين قيم معامل ثبات ألفا كرونباخ لمقياس توظيف صحافة البيانات في المواقع الإلكترونية وعلاقتها بإثراء معلومات القائم بالاتصال.

المتغيرات	عدد الأفراد	ألفا كرونباخ
توظيف صحافة البيانات في المواقع الإلكترونية وعلاقتها بإثراء معلومات القائم بالاتصال	٤٢٠	.977

ينتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل ألفا كرونباخ مرتفعة، وهذا يدل على أن مقياس توظيف صحافة البيانات في المواقع الإلكترونية وعلاقتها بإثراء معلومات القائم بالاتصال يتمتع بدرجة عالية من الثبات مقبولة إحصائياً وتخدم أهداف البحث. وهو معامل ثبات يمكن الاعتماد عليه عن طريق المعادلة الآتية (الكبسي و.، القياس النفسي بين النظرية والتطبيق، ٢٠١٠، صفحة ٦٤):

$$\frac{\text{ك}}{\text{ك} - ١} \times \frac{\text{مج ع ٢ ف ٤} \times \text{م ٢ ع}}{\text{الثبات}} =$$

إذُ يمثل:

ك = عدد الفقرات للمقياس.

مج ع ٢ ف = مجموع تباينات الفقرات.

م ٢ ع = التباين الكلي للمقياس.

تاسعاً: تحديد المفاهيم والمصطلحات: حددت الباحثة عدة مفاهيم ومصطلحات، وهي كالآتي:

١. صحافة البيانات: هي العملية التي يتم عن طريقها جمع البيانات بصيغتها الأولية ومعالجتها لتحويلها إلى معلومات واضحة ومفهومة بالنسبة للمستخدمين، وأداتها الأساسية هو الانفوغراف الذي يسهل العمل لإنتاج قصص إخبارية مدفوعة بالبيانات.

٢. المواقع الإلكترونية: عبارة عن مجموعة من الصفحات المتصلة ببعضها عن طريق الشبكة العالمية وهي تعد بمثابة كيان واحد يتم امتلاكه من قبل شخص واحد أو منظمة كبيرة، وفي الغالب يكون الموقع الإلكتروني يهدف إلى هدف واحد، ولكن يتضمن أكثر من موضوع ويتم تخزين ورفع الموقع الإلكتروني على الخادم ويمكن تصفح الإنترنت من خلال الموبايل أو أجهزة الحاسب الألى وتعد المواقع الإلكترونية من أفضل الوسائل التي تساعد على ربط الأشخاص ببعض وتزيد من التواصل الاجتماعي وتبادل الثقافات وكذلك تناقل المعلومات فلذلك تعد المواقع الإلكترونية ذو أهمية كبرى .

٣. القائم بالاتصال: تعددت مفاهيم المدارس الإعلامية المختلفة في تعريفها للقائم بالاتصال، ويشير التعريف الاصطلاحي للقائم بالاتصال إلى أن القائم بالاتصال مؤسسات تتكامل فيها عناصر تكوين الرسالة الاتصالية، بمعنى أن القائم بالاتصال هنا ليس شخصاً يمثل مصدر مضمون الرسالة الاتصالية، وإنما هو المؤسسة الإعلامية أو الاتصالية بأكملها والتي تصدر عنها الرسالة عبر مضامين وأشكال ووسائل وتقنيات متعددة، ويدعم هذا الاتجاه الدكتور جيهان رشتي التي ترى أن المؤسسات الإعلامية أصبحت شبكات اتصال ضخمة تتصارع في داخلها المصالح، كما أن كل مؤسسة في حد ذاتها نظام معقد من السلطة والنفوذ والمركز،

ويشير التعريف الإجرائي للقائم بالاتصال في هذا البحث إلى كل من يعمل في إعداد أو إنتاج ونشر الرسالة الإعلامية في المؤسسة الإعلامية للمتلقين مهما اختلفت الأدوار أو المواقع، ونقصد به الممارسين للعمل الإعلامي ممن لهم علاقة مباشرة بمحتوى الرسالة الإعلامية شكلاً ومضموناً في مؤسسات الإعلام الإلكترونية بمواقع الإنترنت.

المبحث الثاني: الإطار النظري

١ - مفهوم القائم بالاتصال

يمكن تحديد مفهوم القائم بالاتصال بأنه أي فرد داخل فريق عمل ينتمي إلى أحد المؤسسات، ويضطلع بمسؤوليات ما في صنع وإنتاج الرسالة الاتصالية، ويكون دوره في هذا دور مباشر من وضع الفكرة أو عن طريق العناصر المختلفة لعملية صنع الرسالة الاتصالية (اشتوي، ٢٠٠٦، صفحة ٤٨) ، بدءاً من وضع الفكرة أو السياسة العامة ومرحل الصياغة المختلفة لها، وانتهاء بإخراجها وتقديمها للمتلقي بهدف التأثير عليه، هو أحد عناصر العملية الاتصالية، سواء أكان صحفياً أو مذياعاً أو شخصاً مماثلاً يسعى لتوجيه رسالة (عبيد، ٢٠٠٢، صفحة ٧٣)، إن أية عملية اتصالية تعني (وجود من يقوم بالاتصال وهو المتصل ، وقد يكون شخصاً اعتيادياً أو معنوياً ، مؤسسة ، شركة ، وزارة ، الخ ، وهو الطرف الذي يبادر بالاتصال إذ يقوم بتوجيه رسالة إلى شخص آخر أو أشخاص عديدين) (أبو أصبع، ١٩٩٥، صفحة ١٢).

٢ - العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال

لا بد أن يمتلك القائم بالاتصال جملة من المواصفات كالثقة والخبرة والقدرة على الترميز للرسالة الإعلامية ... إلخ، التي تجعله قادراً على تحمل عبء الرسالة الاتصالية، تماماً كما جعل الله تعالى هذه الشروط في أنبيائه ورسله؛ لأن مقام الإرسال مقام تتقاطع فيه المعارف مع الخبرات والقدرات لتسهم في نهاية المطاف في إنجاح الرسالة الاتصالية، وذلك كله لعظم مسؤوليته وجسامته خطر المنصب الذي يجب أن يتولاه، فلا بد أن يكون القائم بالاتصال ذا موهبة وخبرة مهنية في حقل الاتصال، نكياً يتحمل المسؤولية وله القدرة على التكيف مع الجماهير بحسب المستويات والفروق الفردية، يحس بمشكلات المجتمع ويتفاعل

معه، وصفات أخرى عديدة وأجلها أن يكون قدوة حسنة للآخرين وذا ثقافة جامعة شاملة عالمياً بكثير من القضايا التاريخية والأدبية واللغوية، والإنسانية، والعلمية، والإعلامية، والعملية الميدانية (سعد الدين، ١٩٩١، صفحة ٦٠).

أما المختصين في علم الاتصال ، فيرون أن هناك شروطاً لا بد من توافرها؛ حتى يكون قادراً على القيام بمهامه، حيث يرى (ديفيد بارلو) وجود شروط أساس يجب توافرها في المرسل القائم بالاتصال) وتتلخص: أولاً: مهارات الاتصال الخمس وهي: مهارة الكتابة، ومهارة التحدث، ومهارة القراءة، ومهارة الإنصات، والقدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال، وثانياً : اتجاهات القائم بالاتصال نحو نفسه، ونحو الموضوع، ونحو المتلقي، وثالثها: مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع ورابعها مركز القائم بالاتصال في إطار النظام الاجتماعي والثقافي، وطبيعة أدوارها التي يقوم بها والوضع الذي يراه الناس فيها مؤثراً على فاعلية الاتصال

وكان الباحث (اليكس تان) (مكاوي و السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ٢٠٠١، صفحة ١٧٥) قد درس العوامل الذاتية للقائم بالاتصال بوصفه عوامل مؤثرة في إقناع الجمهور بشخصية القائم بالاتصال واسلوبه ورسالته ، وقد حددها بعوامل مثل (المصادقية ، الجاذبية الشخصية ، النفوذ والسلطة)،

ومهما اختلفت الدراسات التي تناولت القائم بالاتصال في مشكلاتها البحثية فان الدراسات التي

، وهي العوامل الذاتية وعوامل أخرى تتعلق بما يحيط به في داخل المؤسسة الإعلامية والبيئة المحيطة.

٣- مسؤوليات القائم بالاتصال.

أدت الثورة التكنولوجية الهائلة في مجال المعلومات والاتصال إلى تعدد وسائل الإعلام وتزايد قدرتها على جمع المعلومات وتوزيعها وتزايد قدرات الإنسان على الحصول على المعلومات، وتزايد الاهتمام بالإخبار بظهور مؤسسات صحفية إذاعية وتلفزيونية ورقمية متعددة لذلك تزايدت الحاجة البشرية لأخلاقيات الإعلام في عصر تطورت فيه المعلومات والاتصال بدون نظرية وتنظيم وبدون أخلاقيات ، فالعالم يتقدم مادياً بسرعة ويتخلف ثقافياً

وحضاريا وأخلاقيا بشكل متزايد، ومع ذلك فإن هذا الموضوع بحاجة إلى إعادة النظر من قبل الأكاديميين والباحثين للبدء في بحث الأخلاقيات في مجال الإعلام بشكل علمي، ومع سيطرة الدول المتقدمة التي تمتلك الإمكانيات الحديثة واحتكار السوق الإعلامي، لذلك تفرض قضية المسؤولية الاجتماعية للإعلامي الالتزام بضوابط ومسؤوليات تتفق ومقومات العمل الإعلامي من جانب وبأخلاقيات المجتمع من جانب آخر (مصطفى، ٢٠١٣، صفحة ٩٤).

٤- الخطوات الأساسية لتعامل القائم بالاتصال مع البيانات

لقد مرت المجتمعات الإنسانية في تطورها عبر العصور بعدة مراحل، ولكل عصر مميزاته وخصائصه التي تميزه عن العصور السابقة واللاحقة، فإذا كان عصر البرونز، وعصر البخار وعصر الذرة وعصر الثورة الزراعية ثم عصر الثورة الصناعية من أكثر العصور تأثيراً في حياة البشر، فإن العصر الذي نعيشه اليوم يستحق بامتياز تسميته (عصر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والبيانات)، وإن العالم الذي كان مجرد قرية كونية صغيرة محدودة المعالم والأبعاد، قد فقدت فيه السيادة الوطنية بسبب تطور الوسائط التكنولوجية؛ فأصبحت رسالة واحدة يشاهدها العالم في وقت واحد عبر القارات السبع، لاسيما بعد اكتشاف شبكة الإنترنت التي أضافت للاتصال أوجهاً أخرى تمثلت في التفاعلية وعمق التواصل (حسين، ٢٠٠٢، صفحة ١١٠).

٥- نشأة و تطور صحافة البيانات

في عام ١٩٩٤ كانت البداية لتقديم ما يقرب من ٥٠ حلقة دراسية في المعهد الدولي للتقارير بمساعدة الحاسب NICAR في كلية ميسوري للصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية، وبحلول عام ١٩٩٦ بدأ صحفيون أجانب من دول متعددة في حضور "المعسكرات التمهيدية" وهي عبارة عن ندوات مكثفة لمدة أسبوع في (NICAR)، ونتيجة لجهود التدريب تلك تمكن العديد من الصحفيين بحلول عام ١٩٩٩ من إنتاج قصص تتضمن تحليل للبيانات في كل من فلندا والسويد ونيوزلندا وفنزويلا وهولندا والنرويج، والبرازيل والمكسيك وكندا، وبشكل متزامن بدأ أستاذ الصحافة "ميلفرتون والاس"، بتقديم دروس وجلسات تطبيقية في التقارير بمساعدة الحاسب.

وعلى الرغم من أن التقارير التي تعتمد على مساعدة الكمبيوتر بدأت تظهر في الغرب منذ ستينيات القرن الماضي، إلا أن العلاقة القوية بين الصحفيين والتكنولوجيا المعتمدة على الكمبيوتر أدت إلى تطوير وتنمية مفهوم أوسع لصحافة البيانات، فقد بدأ تطوير تقنيات لاستخدام الكمبيوتر في الصحافة لتحليل البيانات منذ أواخر الستينيات وبدايات السبعينيات، فعلى سبيل المثال استفادت الولايات المتحدة من قانون حرية المعلومات (FOIA)^(١) منذ عام 1967، والذي أوجب على الوكالات الفيدرالية نشر البيانات للجمهور؛ مما أتاح للصحفيين الاستفادة منها في غرف الأخبار، في الوقت الذي لم يدخل قانون حرية المعلومات حيز التنفيذ في المملكة المتحدة إلا عام ٢٠٠٥، وكان عدد من الصحف ووكالات الأنباء في معظم دول العالم قد خاض حملة لإجبار الحكومات على الانفتاح والشفافية في إتاحة البيانات على مدى نصف القرن الماضي، ويعد قانون حرية المعلومات المحرك الأول للدفع باتجاه تنامي صحافة البيانات (أمين أ.، ٢٠١٦، صفحة ٣).

المبحث الثالث: تحليل البيانات الاحصائية

المحور الأول: البيانات الشخصية

١. النوع الاجتماعي:

جدول رقم (٣) يوضح توزيع أفراد العينة حسب جنس المبحوثين.

ت	النوع الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية %	المرتبة
١	الذكور	٣٢٠	٧٦.١٩	الأولى

1) قانون حرية المعلومات الأمريكي (FOIA) هو قانون فيدرالي ينص بصورة عامة على أن لكل فرد الحق في طلب الوصول إلى سجلات الوكالة الفيدرالية، فيما عدا حدود السجلات المحمية من الكشف، الواقعة ضمن الإعفاءات التسعة الواردة في القانون أو ضمن أي من الاستثناءات الثلاثة الخاصة بسجل تنفيذ القانون. تم إنشاء قانون حرية المعلومات لمركز خدمة الطالبين بموجب الأمر التنفيذي ١٣٣٩٢ في

الإنث	١٠٠	٢٣.٨١	الثانية
المجموع	٤٢٠	٪١٠٠	-

يتضح من بيانات الجدول أعلاه ان فئة (الذكور) كانت اعلى نسبة من فئة (الإنث) المشاركين في هذا الاستبيان من عينة البحث بفارق نسبي بين الفئتين مقداره (٥٢.٣٨٪) اذ حلت فئة الذكور بالمرتبة الأولى بواقع (٣٢٠) تكرارا محققة نسبة (٧٦.١٩٪) تليها بالمرتبة الثانية فئة الإنث بواقع (١٠٠) تكرارا وبنسبة بلغت (٢٣.٨١٪).

٢. الفئة العمرية:

جدول رقم (٤) يوضح توزيع افراد العينة حسب الفئة العمرية.

ت	الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية %	المرتبة
١	٣٩-٣٠ سنة	١٧٦	٤١.٩٠	الأولى
٢	٤٩-٤٠ سنة	١١٧	٢٧.٨٦	الثانية
٣	٢٩-٢٠ سنة	٩٩	٢٣.٥٧	الثالثة
٤	٥٠ سنة فما فوق	٢٨	٦.٦٧	الرابعة
	المجموع	٤٢٠	٪١٠٠	-

أظهرت نتائج الجدول السابق توزيع المبحوثين الذين تم استطلاع اراءهم حول توظيف صحافة البيانات في المواقع الإلكترونية وعلاقتها بإثراء معلومات القائم بالاتصال على أربع فئات عمرية تصدرت فيها الفئة العمرية (٣٩-٣٠ سنة) تصنيف الفئات بواقع (١٧٦) مبحوثا محققة اعلى نسبة في هذا التوزيع بلغت (٤١.٩٠٪) وحلت بالمرتبة الأولى، تليها بالمرتبة الثانية الفئة العمرية (٤٩-٤٠ سنة) بواقع (١١٧) تكراراً وبنسبة بلغت (٢٧.٨٦٪)، بينما

جاءت الفئة العمرية من (٢٠-٢٩ سنة) في المرتبة الثالثة وحصلت على (٩٩) تكرارا ونسبة بلغت (٢٣.٥٧٪)، اما الفئة العمرية (٥٠ سنة فما فوق) فقد حلت في المرتبة الأخيرة في تصنيف الفئات وحقت (٢٨) تكرارا ونسبة بلغت (٦.٦٧٪).

٣. التحصيل الدراسي

جدول رقم (٥) يوضح توزيع عينة أفراد العينة حسب فئة التحصيل الدراسي.

ت	التحصيل الدراسي	التكرار	النسبة المئوية %	المرتبة
١	بكالوريوس	١٦٥	٣٩.٢٩	الأولى
٢	دبلوم عالي	١٠٢	٢٤.٢٩	الثانية
٣	دبلوم	٩٧	٢٣.٠٩	الثالثة
٤	اعدادية	٣٩	٩.٢٩	الرابعة
٥	ماجستير	١٢	٢.٨٥	الخامسة
٦	دكتوراه	٥	١.١٩	السادسة
	المجموع	٤٢٠	١٠٠٪	

كشفت بيانات الجدول (٥) أن أعلى نسبة للمبحوثين الذين تم استطلاع آراءهم حول توظيف صحافة البيانات في المواقع الإلكترونية وعلاقتها بإثراء معلومات القائم كان لحملة شهادة (بكالوريوس)، اذ جاءت بالمرتبة الأولى بواقع (١٦٥) تكرارا ونسبة مئوية بلغت

(٣٩.٢٩٪)، تلتها شهادة (الدبلوم العالي) في المرتبة الثانية بواقع (١٠٢) تكراراً ونسبة بلغت (٢٤.٢٩٪)، بينما جاءت شهادة (الدبلوم) في المرتبة الثالثة وحقت (٩٧) تكراراً ونسبة بلغت (٢٣.٠٩٪)، تلتها شهادة (الإعدادية) بالمرتبة الرابعة وحازت على (٣٩) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٩.٢٩٪)، بينما جاءت شهادة (الماجستير) في المرتبة الخامسة وحصلت على (١٢) تكراراً ونسبة (٢.٨٥٪)، وأخيراً حلت شهادة الدكتوراه بالمرتبة الأخيرة وحازت على (٥) تكرارات ونسبة بلغت (١.١٩٪).

٤. المهام الوظيفية المكلف بها (الصفة الوظيفية).

جدول رقم (٦) يوضح توزيع أفراد العينة حسب المهام الوظيفية.

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار	المهام الوظيفية	ت
الأولى	٢٦.١٩	١١٠	محرر	١
الثانية	٢١.١٩	٨٩	سكرتير تحرير	٢
الثالثة	١٩.٥٢	٨٢	مراسل	٣
الرابعة	١٦.٤٣	٦٩	مندوب	٤
الخامسة	١٠	٤٢	رئيس التحرير	٥
السادسة	٥.٢٤	٢٢	مدير التحرير	٦
الثامنة	١.٤٣	٦	اخرى تذكر	٧
-	١٠٠٪	٤٢٠	المجموع	

تبين من بيانات الجدول (٦) ان اعلى نسبة للمبحوثين الذين تم استطلاع آراءهم حول توظيف صحافة البيانات في المواقع الإلكترونية وعلاقتها بإثراء معلومات القائم كان لوظيفة (محرر)، اذ جاءت بالمرتبة الأولى بواقع (١١٠) تكرارا ونسبة مئوية بلغت (٢٦.١٩%)، تلتها وظيفة (سكرتير تحرير) في المرتبة الثانية بواقع (٨٩) تكرارا ونسبة بلغت (٢١.١٩%)، بينما جاءت وظيفة (مراسل) في المرتبة الثالثة وحقت (٨٢) تكرارا ونسبة بلغت (١٩.٥٢%)، تلتها وظيفة (مندوب) بالمرتبة الرابعة وحازت على (٦٩) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (١٦.٤٣%)، بينما جاءت وظيفة (رئيس التحرير) في المرتبة الخامسة وحصلت على (٤٢) تكرارا ونسبة (١٠%)، لتأتي وظيفة (مدير التحرير) بالمرتبة السادسة وحصلت على (٢٢) تكرارا ونسبة بلغت (١٥.٢٤%)، بينما جاءت فئة (أخرى تذكر) بالمرتبة الأخيرة وحازت على (٦) تكرارات ونسبة بلغت (١.٤٣%).

٥. الخبرة المهنية.

جدول رقم (٧) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية.

ت	الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية	م	درجة الحرية	قيمة كا ٢		مستوى الدلالة
						المحسوبة	الجدولية	
١	من ٥ إلى أقل من ١٠ سنوات	١١٨	٢٨.٠٩	١	٤	٥٩.٧٣	٩.٤٩	٠.٠٥
٢	أقل من ٥ سنوات	١٠٦	٢٥.٢٤	٢				
٣	من ١٠ إلى أقل من ١٥ سنة	٩٥	٢٢.٦٢	٣				
٤	من ١٥ إلى أقل من ٢٠ سنة	٧٣	١٧.٣٨	٤				

٥	٢٠ سنة	٢٨	٦.٦٧	٥
	فأكثر			
	المجموع	٤٢٠	١٠٠٪	-

كشفت بيانات جدول (٧) أن (٢٨.٠٩٪) من أفراد عينة الدراسة لديهم خبرة مهنية من ٥ إلى أقل من ١٠ سنوات، بينما أشار (٢٥.٢٤٪) من أفراد عينة الدراسة أنهم يمتلكون خبرة مهنية أقل من ٥ سنوات، في حين أشار (٢٢.٦٢٪) من أفراد عينة الدراسة أنهم يمتلكون خبرة مهنية من ١٠ إلى أقل من ١٥ سنة، أما ما نسبته (١٧.٣٨٪) من أفراد عينة الدراسة فإنهم يمتلكون خبرة مهنية من ١٥ إلى أقل من ٢٠ سنة، بينما أشار (٦.٦٧٪) من أفراد عينة الدراسة أنهم يمتلكون خبرة مهنية لأكثر من ٢٠ سنة.

وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين وجود فروق ذات دلالة احصائية في توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية حيث بلغت قيمة كاي ٢ المحسوبة (٥٩.٧٣)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (٩.٤٩) وهي دالة احصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (٤). ولصالح فئة من ٥ إلى أقل من ١٠ سنوات، أي أن هناك اختلافات واضحة بين المبحوثين في توزيعهم بحسب الخبرة المهنية، وهذه النتائج تشير إلى أن نسبة كبيرة من عينة المبحوثين لديهم خبرة مهنية في العمل الصحفي من أقل من خمس سنوات إلى أقل من ١٥ سنة.

٦. المهارات الرقمية.

جدول رقم (٨) يوضح توزيع أفراد العينة حسب المهارات الرقمية Digital

Skills. (يمكن اختيار أكثر من بديل)

ت	المهارات الرقمية	التكرار	النسبة المئوية %	المرتبة
١	دورات في استخدام الحاسوب و IT	٢٤٩	٢٧.٠٧	الأولى
٢	دورات في الذكاء الاصطناعي	٢٣٧	٢٥.٧٦	الثانية

٣	دورات في تصميم الانفوغرافيك	١٨٧	٢٠.٣٣	الثالثة
٤	ورش في التحرير الالكتروني الرقمي	١١٩	١٢.٩٣	الرابعة
٥	ورش في التعامل مع البيانات والمحتوى الرقمي	٩٨	١٠.٦٥	الخامسة
٦	دورات في فهم التربية الإعلامية الرقمية	٣٠	٣.٢٦	السادسة
المجموع		٩٢٠ (*)	١٠٠٪	-

كشفت لنا نتائج تحليل الجدول (٨) والخاصة بتوزيع أفراد العينة حسب المهارات الرقمية Digital Skills، أن فئة (دورات في استخدام الحاسوب و IT) احتلت المرتبة الأولى بواقع (٢٤٩) تكراراً ونسبة بلغت (٢٧.٠٧٪)، من مجموع (٩٢٠) تكراراً، بينما حلت فئة (دورات في الذكاء الاصطناعي) في المرتبة الثانية محققة (٢٣٧) تكراراً ونسبة بلغت (٢٥.٧٦٪)، في حين جاءت فئة (دورات في تصميم الانفوغرافيك) في المرتبة الثالثة بواقع (١٨٧) تكراراً ونسبة (٢٠.٣٣٪)، تلتها فئة (ورش في التحرير الالكتروني الرقمي) بالمرتبة الرابعة بواقع (١١٩) تكراراً ونسبة بلغت (١٢.٩٣٪)، ثم فئة (ورش في التعامل مع البيانات والمحتوى الرقمي) بالمرتبة الخامسة بواقع (٩٨) تكراراً ونسبة بلغت (١٠.٦٥٪)، أما فئة (دورات في فهم التربية الإعلامية الرقمية) فقد حلت بالمرتبة السادسة والأخيرة بواقع (٣٠) تكراراً ونسبة بلغت (٣.٢٦٪).

ويتضح من المعطيات الإحصائية في توزيع أفراد العينة حسب المهارات الرقمية Digital Skills. وجود نسبة من المبحوثين لديهم مهارات في دورات في استخدام الحاسوب و IT ، وأيضاً توجد نسبة كبيرة من المبحوثين لديهم مهارات دورات في الذكاء الاصطناعي ودورات

(*) يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (٩٢٠)، بينما حجم عينة البحث هي (٤٢٠)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

في تصميم الانفوGRAفيك، إذ كانت هذه الدورات من الدورات التي تولي بها المؤسسات الصحفية اهتماما كبيرا، وسيما وان العالم يعيش اليوم حالة من التحول الرقمي انعكست على مختلف جوانب الحياة سيما على مستوى المؤسسات الإعلامية.

المحور الثاني: المواقع الإلكترونية وصحافة البيانات .

أسئلة الاستبيان:

- توظيف صحافة البيانات في المواقع الإلكترونية وعلاقتها بإثراء معلومات القائم بالاتصال:

يمكن تحديد مستوى توظيف صحافة البيانات في المواقع الإلكترونية وعلاقتها بإثراء معلومات القائم بالاتصال باستخدام المتوسط الحسابي حيث تكون بداية ونهاية فئات المقياس الخماسي: اتفق بشدة (خمسة درجات)، اتفق (أربعة درجات)، محايد (ثلاثة درجات) لا اتفق (درجتين) لا اتفق بشدة (درجة واحدة)، تم ترميز وإدخال البيانات إلى الحاسب الآلي، ولتحديد طول خلايا المقياس الخماسي (الحدود الدنيا والعليا)، تم حساب المدى = أكبر قيمة - أقل قيمة (٥ - ١ = ٤)، تم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية المصحح (٤ / ٥ = ٠.٨) وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس أو بداية المقياس وهي الواحد الصحيح وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما يلي (العيد و و آخرون، ٢٠٠٧، صفحة ١١٩):

جدول رقم (٩) يوضح التقدير اللفظي لمستويات المتوسط المرجح.

قليلة جداً	إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد من ١ إلى أقل من ١.٨
قليلة	إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد من ١.٨ إلى أقل من ٢.٦٠

متوسطة	إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد من ٢.٦٠ إلى أقل من ٣.٤٠
كبيرة	إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد من ٣.٤٠ إلى أقل من ٤.٢٠
كبيرة جداً	إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد من ٤.٢٠ إلى أقل من ٥.٠٠

٧. ما مدى استخدام المؤسسة التي تعمل بها لصحافة البيانات؟

جدول (١٠) يوضح مدى استخدام المؤسسة التي يعمل بها المبحوثين لصحافة البيانات.

ن = ٤٢٠.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
١	بدرجة كبيرة جداً	١١٩	٢٨.٣ ٣	٢	٣.٨٧ ٩	٩.53	٧٧.٥٨ %	كبيرة
٢	بدرجة كبيرة	١٧٧	٤٢.١ ٤	١				
٣	بدرجة متوسطة	٩٢	٢١.٩	٣				
٤	بدرجة ضعيفة	١٨	٤.٣	٤				
٥	بدرجة ضعيفة جداً	١٤	٣.٣٣	٥				
	المجموع	٤٢٠	١٠٠%	-				

يوضح جدول (١٠) مدى استخدام المؤسسة التي يعمل بها المبحوثين لصحافة البيانات وجاء كالتالي:

فقد جاء الوزن المئوي لمدى استخدام المؤسسة التي يعمل بها المبحوثين لصحافة البيانات بنسبة (٧٧.٥٨%) وبوسط مرجح (٣.٨٧٩) وهو ما يشير إلى ارتفاع مستوى استخدام المؤسسة التي يعمل بها المبحوثين لصحافة البيانات، حيث حلت في المرتبة الأولى استجابة (بدرجة كبيرة) بواقع (١٧٧) تكراراً ونسبة بلغت (٤٢.١٤%)، بينما جاءت استجابة (بدرجة كبيرة جداً) بالمرتبة الثانية وحقت (١١٩) تكراراً ونسبة بلغت (٢٨.٣٣%)، في حين حلت استجابة (بدرجة متوسطة) بالمرتبة الثالثة وحصلت على (٩٢) تكراراً ونسبة (٢١.٩%)، وهي نسبة تدل على انخفاض مستوى اهتمام المبحوثين بصحافة البيانات، أما استجابة (بدرجة ضعيفة) فقد حلت بالمرتبة الرابعة وحقت (١٨) تكراراً ونسبة بلغت (٤.٣%)، تلتها استجابة (بدرجة ضعيفة جداً) بالمرتبة الخامسة والأخيرة بواقع (١٤) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٣.٣٣%).

ويعود ذلك إلى أن المبحوثين يرون أن استخدام المؤسسة التي يعمل بها المبحوثين لصحافة البيانات يجب أن تولي اهتماماً أكثر بهذا النوع من الصحافة كونه يحاكي التطور الرقمي، بعمل قصص مدفوعة بالبيانات.

فروض البحث

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة احصائية فيما يخص اسهام المضامين المقدمة كصحافة بيانات في تحريك مشاعر القائم بالاتصال وزيادة وعيه وإثراء معلوماته تجاه مختلف القضايا. وفقاً (للجنس، والعمر، والتحصيل الدراسي، والخبرة المهنية).

١- النوع الاجتماعي: للتحقق من الفرضية الأولى بحسب جنس المبحوثين لمعرفة دلالة الفرق في اسهام المضامين المقدمة كصحافة بيانات في تحريك مشاعر القائم بالاتصال وزيادة وعيه وإثراء معلوماته تجاه مختلف القضايا من الذكور والإناث، استعملت الباحثة الاختبار التائي T- test لعينتين مستقلتين فأتضح لها أن متوسط الذكور (2.2952) و بانحراف معياري (4.5750)، و متوسط الإناث (1.1418) و بانحراف معياري (3.5014) و بدرجة

حرية (٤١٨) درجة، و أن القيمة التائية المحسوبة (4.045) أكبر من القيمة الجدولية (1.96).

و تشير هذه النتيجة إلى أن الفرق دال إحصائياً عند مستوى (0.05) وجدول (١٣) يوضح ذلك.

جدول (١١) القيمة التائية لدلالة الفرق بين الذكور والإناث في متوسطات درجات اسهام المضامين المقدمة كصحافة بيانات في تحريك مشاعر القائم بالاتصال وزيادة وعيه وإثراء معلوماته تجاه مختلف القضايا.

النوع الاجتماعي	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	القيمة التائية		الحكم
					المحسوبة	الجدولية	
ذكور	٣٢٠	2.2771	.44892	٤١٨	6.738	1.96	دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥
إناث	١٠٠	1.5224	.50137				

وهذه النتيجة تشير إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بمتوسطات درجات اسهام المضامين المقدمة كصحافة بيانات في تحريك مشاعر القائم بالاتصال وزيادة وعيه وإثراء معلوماته تجاه مختلف القضايا عند مستوى دلالة (0.05) ولصالح الذكور بمتوسط حسابي قدره (2.2771). وبذلك ثبت صحة الفرضية الفرعية الأولى من الفرضية الرئيسية الثانية.

٢-العمر: للتحقق من الفرضية الثانية بحسب متغير العمر تم استخدام تحليل التباين الاحادي لتعرف دلالة الفروق الاحصائية بين الفئات العمرية الأربعة لعينة البحث الحالي في اسهام المضامين المقدمة كصحافة بيانات في تحريك مشاعر القائم بالاتصال وزيادة وعيه وإثراء معلوماته تجاه مختلف القضايا، فكانت النتائج كما موضحة في الجدول (١٢) .

جدول (١٢) نتائج تحليل التباين الأحادي لتعرف دلالة الفروق بين الفئات العمرية لعينة البحث في اسهام المضامين المقدمة كصحافة بيانات في تحريك مشاعر القائم بالاتصال وزيادة وعيه وإثراء معلوماته تجاه مختلف القضايا.

الحكم	مستوى الدلالة	النسبة الفائية F		متوسط المربعات S.M	درجة الحرية d.F	مجموع المربعات S.S	مصدر التباين
		المحسوبة	الجدولية				
دالة	٠,٠٥	٢.٦	4.070	37.15 2	3	111.45 7	بين المجموعات B
				٩.128	٤١ ٦	38.023	داخل المجموعات W
					٤١ ٩	149.48 0	الكلية T

ويتضح من نتائج الجدول أعلاه إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط اجابات عينة البحث في اسهام المضامين المقدمة كصحافة بيانات في تحريك مشاعر القائم بالاتصال وزيادة وعيه وإثراء معلوماته تجاه مختلف القضايا وبحسب متغير العمر، حيث ان النسبة الفائية المحسوبة بلغت (4.070) وهي اكبر من النسبة الفائية الجدولية البالغة (٢.٦) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) وبدرجتي حرية (٣ ، ٤١٦). وبذلك ثبت صحة الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية الثانية.

جدول (١٣) يوضح اختبار LSD للمقارنات الثنائية للفئات العمرية للمبحوثين في اسهام المضامين المقدمة كصحافة بيانات في تحريك مشاعر القائم بالاتصال وزيادة وعيه وإثراء معلوماته تجاه مختلف القضايا.

العمر		من ٢٠-٢٩	من ٣٠-٣٩	من ٤٠-٤٩	٥٠ سنة فما فوق
اسهام المضامين المقدمة كصحافة بيانات في تحريك مشاعر القائم بالاتصال وزيادة وعيه وإثراء معلوماته تجاه مختلف القضايا	من ٢٠- ٢٩	-	٠.٥٢٩٤١*	-	١.٥٦٩٧٧*
	من ٣٠- ٣٩	٠.٥٢٩٤١*	-	٠.٤٧٠٥٩*	١.٠٤٠٣٦*
	من ٤٠- ٤٩	١.٠٠٠٠٠*	٠.٤٧٠٥٩*	-	٠.٥٦٩٧٧*
	٥٠ سنة فما فوق	١.٥٦٩٧٧*	١.٠٤٠٣٦*	٠.٥٦٩٧٧*	-

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- وجود فروق ذات دلالة احصائية في الفئات العمرية لعينة المبحوثين بين فئة (من ٢٠-٢٩) والفئات (من ٣٠-٣٩، من ٤٠-٤٩، ٥٠ سنة فما فوق)، في اسهام المضامين المقدمة كصحافة بيانات في تحريك مشاعر القارئ بالاتصال وزيادة وعيه وإثراء معلوماته تجاه مختلف القضايا، عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥.
- وجود فروق ذات دلالة احصائية في الفئات العمرية لعينة المبحوثين بين فئة (من ٣٠-٣٩) والفئات (من ٢٠-٢٩، من ٤٠-٤٩، ٥٠ سنة فما فوق)، في اسهام المضامين

المقدمة كصحافة بيانات في تحريك مشاعر القائم بالاتصال وزيادة وعيه وإثراء معلوماته تجاه مختلف القضايا، عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠٥.

- وجود فروق ذات دلالة احصائية في الفئات العمرية لعينة المبحوثين بين فئة (من ٤٠ - ٤٩) والفئات (من ٢٠ - ٢٩، من ٣٠ - ٣٩، ٥٠ سنة فما فوق)، في اسهام المضامين المقدمة كصحافة بيانات في تحريك مشاعر القائم بالاتصال وزيادة وعيه وإثراء معلوماته تجاه مختلف القضايا، عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠٥.

- وجود فروق ذات دلالة احصائية في الفئات العمرية لعينة المبحوثين بين فئة (٥٠ سنة فما فوق) والفئات (من ٢٠ - ٢٩، من ٣٠ - ٣٩، من ٤٠ - ٤٩ سنة)، في اسهام المضامين المقدمة كصحافة بيانات في تحريك مشاعر القائم بالاتصال وزيادة وعيه وإثراء معلوماته تجاه مختلف القضايا، عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠٥.

٣-التحصيل الدراسي: للتحقق من الفرضية الثانية بحسب متغير التحصيل الدراسي تم استخدام تحليل التباين الاحادي لتعرف دلالة الفروق الاحصائية بين فئات التحصيل الدراسي الستة لعينة البحث الحالي في اسهام المضامين المقدمة كصحافة بيانات في تحريك مشاعر القائم بالاتصال وزيادة وعيه وإثراء معلوماته تجاه مختلف القضايا، فكانت النتائج كما موضحة في الجدول (١٤) .

جدول (١٤) نتائج تحليل التباين الأحادي لتعرف دلالة الفروق بين فئات التحصيل الدراسي للمبحوثين في اسهام المضامين المقدمة كصحافة بيانات في تحريك مشاعر القائم بالاتصال وزيادة وعيه وإثراء معلوماته تجاه مختلف القضايا.

مصدر التباين	مجموع المربعات S.S	درجة الحرية d.F	متوسط المربعات S.M	النسبة الفائية F		مستوى الدلالة	الحكم
				المحسوبة	الجدولية		
بين المجموعات	409014.45	٥	1169.07				غير دالة
ت	0		5				

	٠,٤٥ ٦	٢.٢	1.402				B
				833.715	٤١ ٤	13250.147	داخل المجموعا ت W
					٤١ ٩	422264.59 8	الكلي T

بينت نتائج الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط اجابات المبحوثين في اسهام المضامين المقدمة كصحافة بيانات في تحريك مشاعر القائم بالاتصال وزيادة وعيه وإثراء معلوماته تجاه مختلف القضايا وبحسب متغير التحصيل الدراسي، إذ بلغت النسبة الفئوية المحسوبة (1.402) وهي اقل من النسبة الفئوية الجدولية البالغة (٢.٢) عند مستوى دلالة (٠,٤٥٦) وبدرجتي حرية (٥ ، ٤١٤). وبذلك لم ثبت صحة الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسية الثانية.

٤- **الخبرة المهنية:** للتحقق من الفرضية الثانية بحسب متغير الخبرة المهنية تم استخدام تحليل التباين الاحادي لتعرف دلالة الفروق الاحصائية بين فئات الخبرة المهنية الخمسة لعينة البحث الحالي في اسهام المضامين المقدمة كصحافة بيانات في تحريك مشاعر القائم بالاتصال وزيادة وعيه وإثراء معلوماته تجاه مختلف القضايا، فكانت النتائج كما موضحة في الجدول (١٥)

جدول (١٥) نتائج تحليل التباين الأحادي لتعرف دلالة الفروق بين فئات الخبرة المهنية لعينة البحث في اسهام المضامين المقدمة كصحافة بيانات في تحريك مشاعر القائم بالاتصال وزيادة وعيه وإثراء معلوماته تجاه مختلف القضايا.

الحك م	مستوى الدلالة	النسبة الفائية F		متوسط المربعات S.M	درجة الحرية ة d.F	مجموع المربعات S.S	مصدر التباين
		الجدول ية	المحسو بة				
غير دالة	٠,٣٤ ٢	٢.٤	1.934	23.31 7	4	93.267	بين المجموعا ت B
				١.053 ٢	٤١ ٥	15.653	داخل المجموعا ت W
					٤١ ٩	108.92 0	الكلي T

ويتضح من نتائج الجدول اعلاه إلى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط اجابات عينة البحث في اسهام المضامين المقدمة كصحافة بيانات في تحريك مشاعر القائم بالاتصال وزيادة وعيه وإثراء معلوماته تجاه مختلف القضايا وبحسب متغير الخبرة المهنية ، حيث ان النسبة الفائية المحسوبة بلغت (1.934) وهي اقل من النسبة الفائية الجدولية البالغة (٢.٤) عند مستوى دلالة (٠,٣٤٢) وبدرجتي حرية (٤ ، ٤١٥). وبذلك لم يثبت صحة الفرضية الفرعية الرابعة من الفرضية الرئيسية الثانية.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اعتماد المؤسسة الإعلامية على صحافة البيانات وبين حجم الاستفادة من استخدام القائم بالاتصال لصحافة البيانات.

جدول (١٦) يبين العلاقة بين اعتماد المؤسسة الإعلامية على صحافة البيانات وبين حجم الاستفادة من استخدام القوائم بالاتصال لصحافة البيانات.

المتغير			حجم الاستفادة من استخدام القوائم بالاتصال لصحافة البيانات
المتغير	درجة الحرية	قيمة بيرسون	
		المحسوبة	الجدولية
اعتماد المؤسسة الإعلامية على صحافة البيانات	٤١٨	٠.٩٤٢*	٠.٢٣٢
			دالة عند مستوى دلالة ٠.٠١

توضح بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة قوية جداً^(٢) بين اعتماد المؤسسة الإعلامية على صحافة البيانات وبين حجم الاستفادة من استخدام القوائم بالاتصال لصحافة البيانات، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.942^{**}) وهي أكبر من القيمة الجدولية (0.232) عند مستوى دلالة (0.01) ودرجة حرية (418) وبذلك ثبت صحة الفرضية الثانية.

الاستنتاجات

١- فئة (الذكور) كانت اعلى نسبة من فئة (الإناث) المشاركين في هذا الاستبيان من عينة البحث إذ حلت فئة الذكور بالمرتبة الأولى محققة نسبة (76.19%)، أما المرتبة الثانية فئة الإناث بنسبة بلغت (23.81%).

^(٢) (وهيب مجيد الكبيسي، الاحصاء التطبيقي في العلوم الاجتماعية، (بيروت: مؤسسة مرتضى للكتاب العراقي، ٢٠١٠)، ص ٤١.

قيم معامل الارتباط	درجة العلاقة
أقل من ٠.٢٥	العلاقة ضعيفة
٠.٢٥ - ٠.٤٩	العلاقة معتدلة
٠.٥٠ - ٠.٧٥	العلاقة قوية
أكثر من ٠.٧٥	العلاقة قوية جداً

٢- أن توزيع المبحوثين الذين تم استطلاع آراءهم حول توظيف صحافة البيانات في المواقع الإلكترونية وعلاقتها بإثراء معلومات القائم بالاتصال على أربع فئات عمرية تصدرت فيها الفئة العمرية (٣٠-٣٩ سنة) محققة أعلى نسبة في هذا التوزيع بلغت (٤١.٩٠%) وحلت بالمرتبة الأولى، أما الفئة العمرية (٥٠ سنة فما فوق) فقد حلت في المرتبة الأخيرة في تصنيف الفئات بنسبة بلغت (٦.٦٧%).

٣- أن أعلى نسبة للمبحوثين الذين تم استطلاع آراءهم حول توظيف صحافة البيانات في المواقع الإلكترونية وعلاقتها بإثراء معلومات القائم كان لحملة شهادة (بكالوريوس)، إذ جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (٣٩.٢٩%)، وأخيراً حلت شهادة الدكتوراه بالمرتبة الأخيرة وجاءت بنسبة بلغت (١.١٩%).

٤- أن أعلى نسبة للمبحوثين الذين تم استطلاع آراءهم حول توظيف صحافة البيانات في المواقع الإلكترونية وعلاقتها بإثراء معلومات القائم كان لوظيفة (محرر)، إذ جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (٢٦.١٩%)، بينما جاءت فئة (أخرى تذكر) بالمرتبة الأخيرة وحازت على (٦) تكرارات بنسبة بلغت (١.٤٣%).

المقترحات

١. ضرورة أن تحرص وسائل الإعلام العمل على توفير التدريب للعاملين في غرف الأخبار على مفهوم صحافة البيانات وكيفية الاستفادة منها في تعزيز المحتوى.

٢. الاهتمام و تسليط الضوء على صحافة البيانات من خلال المؤتمرات والندوات العلمية وإعداد ورش لتفعيل الجانب العملي لمصمميها .

٣. ضرورة أن تقوم المؤسسات الإعلامية والصحفية بتعزيز أقسام صحافة البيانات وتحديد الانفوغراف المتعلق بالبيانات والمعلومات والارقام والابتعاد عن الاستخدام الشكلي فقط للكرافيكس، بل التأكيد على ضرورة استخدام السياقات العلمية في تحليل البيانات.

المصادر والمراجع:

١. اسماعيل العيد، و و آخرون. (٢٠٠٧). الكفايات اللازمة لأعضاء هيئة التدريس لمادة الرسم الهندسي. بغداد: فينوس للحاسبات والطباعة والترجمة.
٢. أمل خيرى أمين . (٢٠١٦). صحافة البيانات ودورها في نشر الاحصاءات الرسمية. المؤتمر الدولي العلمي الخامس للإحصائيين العرب . القاهرة: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء.
٣. حسن عماد مكاوي، و ليلي حسين السيد. (٢٠٠١). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
٤. زهير مصطفى اشتوي. (٢٠٠٦). رسالة ماجستير. القائم بالاتصال ف يلمواقع الالكترونية الإخبارية المواقع الالكترونية الفلسطينية دراسة ميدانية. غزة: الجامعة الإسلامية- كلية الاداب قسم الصحافة.
٥. سمير ابراهيم حسين. (٢٠٠٢). الانترنت شبكة المعلومات الدولية. القاهرة: دار هلال للنشر.
٦. صالح خليل أبو أصبع. (١٩٩٥). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. عمان: دار ارام للدراسات والنشر والتوزيع.
٧. عادل عبد الرزاق مصطفى. (٢٠١٣، ٢). المسؤولية الاخلاقية والقانونية للقائم بالاتصال في مجال العمل الاخباري الاذاعي والتلفزيوني (دراسة مسحية للقائم بالاتصال في قناة العراقية واذاعة جمهورية العراق من بغداد انموذجا).
(المحرر) مجلة الباحث الإعلامي، المجلد/ ١٣ (العدد/١٩)، الصفحات ١٠٨-٩٤.
٨. عاطف العبد عبيد. (٢٠٠٢). نظريات الإعلام والرأي العام الأسس العلمية والتطبيقية. القاهرة: دار الفكر العربي.
٩. عاطف عمارة. (٢٠٠٥م). إعداد البحوث والرسائل العلمية. القاهرة: دار الروضة للنشر والتوزيع.
١٠. عباس محمود العوض. (٢٠٠٣م). علم النفس الإحصائي. الأسكندرية: دار المعرفة الجامعية.

١١. ع, عدس. (١٩٩٢). أساليب أساليب البحث العلمي. دار مجدولاي للنشر والتوزيع ومفهومه وادواته . عمان
١٢. عز الدين محمد ايمان دوابه. (حزيران, ٢٠١٨). دور المشروعات التطبيقية في تنمية التفكير الابتكاري وتطوير الأداء الإعلامي لطلاب الإعلام التربوي. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، صفحة ٢٧٠.
- ١٣, غزوان ستار كريم. (٢٠١٢م). استخدام شركات القطاع الخاص للإعلان الإلكتروني في التسويق التجاري وإنعكاسه على الجمهور العراقي, رسالة ماجستير. بغداد: الجامعة العراقية / كلية الإعلام.
١٤. محمد علي محمد. (١٩٨١). علم الاجتماع والمنهج العلمي. الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
١٥. محمد منير سعد الدين. (١٩٩١). قراءة في الأعلام المعاصر والإعلام الإسلامي. بيروت: المحروسة للطباعة والنشر.
١٦. وهيب مجيد الكبيسي. (٢٠١٠). القياس النفسي بين النظرية والتطبيق. بيروت: مؤسسة مصر مرتضى للكتاب العراقي.