

## اتجاهات الجمهور المصري نحو صحافة "التريند" ومدى

### مصداقيتها لديهم

د. سارة جميل إبراهيم جندي

مدرس بكلية الإعلام، جامعة عين شمس

### ملخص البحث:

ظهر اتجاه جديد في الصحافة المصرية خاصة الإلكترونية في السنوات القليلة الماضية عُرف باسم صحافة "التريند"، وهي تعني باتجاه مواقع الصحف الإلكترونية لتغطية الأحداث التي تظهر فجأة على مواقع التواصل الاجتماعي وتلقى رواجًا بين مستخدمي هذه المواقع ومن ثم نشرها على منصاتهما.

تحدّثت إشكالية الدراسة في التعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو صحافة التريند المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية على موقع "الفييس بوك"، والكشف عن مدى مصداقيتها لديه، ورصد التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية الناتجة عن اعتماد المبحوثين عليها.



وتتنمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح بالتطبيق على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الجمهور المصري من ١٨ عام فأكثر من متابعي الصفحات الإخبارية المصرية بموقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" باستخدام أداة الاستبيان الإلكتروني.

وتشير نتائج الدراسة إلى:

- اهتمام أغلبية الباحثين بمتابعة أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفييس بوك "أحياناً" بوزن مؤوي ٥٧.٣%، واعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات بدرجة "متوسطة" بوزن مؤوي ٤٩.٨%، وبلغت درجة ثقهم في "أخبار التريند" "بدرجة متوسطة" بوزن مؤوي ٦٠.٣%.

- وأكدت النتائج أن من أبرز دوافع الباحثين في الاعتماد على أخبار التريند المنشورة بموقع الفييس بوك هي أنها (تساعدني في التعرف على آراء الآخرين من خلال التعليقات) و(تمدني بالمعلومات عن الموضوعات المختلفة).

**الكلمات المفتاحية:** صحافة التريند، اتجاهات الجمهور المصري، مصداقية وسائل الإعلام الجديد، نظرية الاعتماد، الفييس بوك



## The Egyptian public's attitude toward the “Trend press” and its credibility

**Dr. Sarah Jamil**

Lecturer –Faculty of mass communication, Ain Shams University

### **Abstract:**

A new trend has emerged in the Egyptian press, especially the electronic one, in the past few years, known as “trend” journalism, which means that online newspapers are interested to cover events that suddenly appear on social media sites and gain popularity among the users of these sites, and then they publish them on their platforms.

The problem of the study was identified in identifying the trends of the Egyptian public toward the Trend press published in the Egyptian news pages on the site "Facebook", revealing the extent of its credibility, and monitoring the cognitive, behavioral and emotional effects resulting from the dependence of respondents on it.

The study belongs to descriptive studies and used the survey curriculum by applying to a sample of 400 members of the Egyptian public from 18 years and over who follow the Egyptian news pages on the social media site "Facebook" using the e-questionnaire tool.

The results of the study indicate:

- The interest of the majority of respondents to follow the news of the trend on the Egyptian news pages on Facebook "sometimes" with a weight of 57.3%, and their reliance on it



as a source of information with a degree of "medium" with a weight of 49.8%, and their confidence in "news trend" "with a weight of 60.3%.

- The results confirmed that one of the most prominent motives of the respondents in relying on the trend news published on Facebook is that it (helps me to know the opinions of others through comments) and (provides me with information on various topics).

**Keywords:** trend press, Egyptian audience trends, new media credibility, dependency theory , Facebook

## مقدمة

ظهر اتجاه جديد فى الصحافة المصرية خاصة الإلكترونية فى السنوات القليلة الماضية عُرف باسم صحافة "التريند"، وهى تعنى باتجاه مواقع الصحف الإلكترونية لتغطية الأحداث التى تظهر فجأة على مواقع التواصل الاجتماعى وتلقى رواجاً بين مستخدمى هذه المواقع ومن ثم نشرها على منصاتهما، بغض النظر عن مدى أهمية هذه الموضوعات وصلاحياتها للنشر، وذلك بحثاً عن تحقيق أكبر قدر من المشاهدات والمشاركات وبالتالى زيادة الإعلانات.

وقد لجأت الكثير من الصحف التى تمتلك صفحات إخبارية على موقع التواصل الاجتماعى "الفيس بوك" للتوسع فى هذا الاتجاه حتى أن بعضها قد يلجأ لاستخدام عناوين وصور مثيرة لجذب الجمهور لها، وفى بعض الأحيان تستخدم عناوين لا تتعلق بالمضمون الموجود فى الخبر، وذلك لإثارة الجدل بما يوفر لها انتشار أوسع وتحقيق عدد من القراءات والمشاركات تجعلها فى قائمة الأكثر قراءة، وبذلك تكون قد فرضت نفسها على الساحة الإعلامية، وحققت الانتشار السريع بغض النظر عن مدى قبول أو رفض الجمهور المصرى لهذا النوع من المحتوى.

ومع تعدد المنصات الاجتماعية التى توفر مضامين مختلفة بأساليب جاذبة، ومع اتجاه الجمهور لمتابعتها وصناعة المحتوى بنفسه وتقديمه لغيره، فما كان من المؤسسات الإعلامية إلا الاتجاه إلى استخدام "صحافة التريند" لفرض تواجدها على هذه المنصات وضمان بقائها ومواكبتها للتطور التكنولوجى وبث المضامين بطرق مختلفة ومتنوعة ومثيرة لجذب انتباه الجمهور لمتابعتها وتحقيق المشاهدات.

فقد أصبح لوسائل التواصل الاجتماعى أثراً كبيراً على آلية تداول الأخبار والمواضيع الصحفية، حيث أصبحت "السوشيال ميديا" -كما يطلق عليها- محركاً



أساسياً لكتابة عدد من المواضيع الصحفية التي ربما لم تستقطب المؤسسات الإعلامية في السابق، ولكن اليوم وبعد ظهور ما يسمى بـ "صحافة التريند"، أصبح الصحفيون أكثر حذراً في التعامل مع الجماهير وأكثر ميلاً لكتابة وتقديم محتوى صحفياً يجرى تلك الجماهير. وأصبحت وسائل الإعلام الحديثة مصدراً رئيسياً للمعلومات - في المجتمعات - لاسيما بعد انتشار الفضائيات، وتزايد الاعتماد على الإنترنت والمواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام.

ووفقاً لـ (Datareportal.2023) يبلغ عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في مصر ٤٦.٢٥ مليون مستخدم في يناير ٢٠٢٣، أي ما يعادل ٤١.٤ في المائة من إجمالي عدد السكان، بينما يقدر عدد مستخدمو موقع "الفيس بوك" ٤٢ مليون مستخدم في مصر في أوائل عام ٢٠٢٣.

وأكدت نتائج دراسة نبيل الأزرق، نيرمين. (٢٠٢٠) عن تغطية الموضوعات الصحية في الصحافة المصرية بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وظروف الواقع الصحفي، أن الموقع الإلكتروني لصحيفة "اليوم السابع" يهتم بما يبحث عنه القارئ وفقاً لما يظهره متصفح "جوجل"، وعلى ما يظهر كـ "تريند"، ومن ثم تغطية هذه الموضوعات وتقديمها للجماهير المستهدف.

وقد أدت التطورات الهائلة في وسائل الإعلام لسعي المؤسسات الإعلامية إلى الاستغلال الأمثل للتكنولوجيا من أجل المحافظة على جمهورها وابتكار طرق جديدة لتقديم الرسالة الإعلامية، خاصة أننا نعيش في عصر الإنترنت الذي يضخ معلومات كبيرة في وقت وجيز، ولهذا لجأت المؤسسات الإعلامية إلى ابتكار أساليب جديدة تسهم في لفت انتباه المتلقي نحو رسالتها الإعلامية.

## مشكلة الدراسة

أدى التطور التكنولوجي وظهور منصات اجتماعية مختلفة تقدم محتويات متنوعة بطرق جاذبة للجمهور إلى اتجاه الصحف المصرية لإنشاء صفحات لهم على هذه المنصات وتقديم المحتوى الصحفى بطرق مختلفة وتوظيف عناصر الإبراز والإثارة عند عرض الموضوعات الصحفية بهدف جذب أكبر قدر من الجمهور وتحقيق أكبر عدد من المشاهدات بغض النظر عن المضمون المقدم.

وتقترب هذه الصفحات الإلكترونية فى تطبيقها لهذه السياسة من مفهوم "الصحافة الصفراء" - والتي تعنى فى الأساس بنشر الموضوعات بطرق مثيرة -، ولكن بشكل مختلف يتناسب مع المنصات الاجتماعية الحديثة بسمى جديد وهو "صحافة التريند"، والتي بالرغم من تفضيل بعض القراء لها ويظهر ذلك فى عدد المتابعين لهذه الصفحات وعدد المشاهدات ولكن لا يدل ذلك على مصداقيتها لديهم، لذلك يبقى التساؤل "هل يثق الجمهور المصرى فى صحافة "التريند" وإلى أى مدى يمكنه الاعتماد عليها كمصدر رئيسى للمعلومات"؟.

ومن هذا التساؤل تنطلق المشكلة البحثية للتعرف على اتجاهات الجمهور المصرى نحو صحافة التريند ومدى مصداقيتها لديه.

## أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيسى للدراسة فى الكشف عن مدى اعتماد الجمهور المصرى على "أخبار التريند" المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية على موقع التواصل الاجتماعى "الفيس بوك" ومدى مصداقيتها لديهم. وتتمثل الأهداف الفرعية فى:

- الكشف عن مدى اعتماد الباحثين من الجمهور المصرى على "صحافة التريند" كمصدر رئيسى للأخبار.



- التعرف على دوافع تعرض المبحوثين لـ"صحافة التريند" على الصفحات الإخبارية المصرية على موقع "الفيس بوك".
- رصد التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على أخبار التريند المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية على موقع "الفيس بوك".
- الكشف عن مدى ثقة المبحوثين في أخبار التريند المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية بموقع "الفيس بوك".
- التعرف على تقييم المبحوثين لأخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك.
- التعرف على أكثر الصفحات الإخبارية المصرية التي يتابعها المبحوثين.
- الكشف عن أكثر الفئات اعتمادًا على الصفحات الإخبارية المصرية على موقع "الفيس بوك".

### أهمية الدراسة:

أولاً أهمية علمية:

- تزايد اهتمام الدراسات العربية والأجنبية بتحليل تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الجمهور.
- قلة الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت بالبحث "صحافة التريند" ومدى مصداقيتها لدى الجمهور.



- اتجاه أغلب الدراسات العربية والأجنبية للبحث في نشر الأخبار المضللة والزائفة مع إغفال البحث في اعتماد الجمهور على "صحافة التريند" كمصدر للمعلومات.  
ثانياً أهمية عملية:

- تزايد اهتمام الصفحات الإخبارية المصرية على موقع "الفييس بوك" بتغطية الموضوعات التي تلقى رواج بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وظهور مصطلح "صحافة التريند" لتحقيق المشاهدات والمشاركات بين المستخدمين دون الاهتمام بجودة ومصداقية المحتوى المقدم للجمهور المصري.

- مساعدة القائمين بالاتصال بالصفحات الإخبارية المصرية على موقع "الفييس بوك" في التعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو صحافة التريند ومدى اعتماده عليها كمصدر رئيس للأخبار ومدى مصداقيتها لديه، وتقديم بعض التوصيات والمقترحات لتحسين المحتوى المقدم بما يضمن استمرار متابعه وثقة الجمهور في هذه الصفحات.

## الدراسات السابقة

### المحور الأول: دراسات تناولت اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام الحديثة

سعت دراسة حسنين، سامح. (٢٠٢٢). لرصد وتوصيف طبيعة اعتماد المبحوثين من الشباب المصري على صحافة المواطن كمصدر للأخبار وتأثيره على المعرفة السياسية المكتسبة لديهم، واعتمدت الدراسة على منهج المسح على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة، واستخدمت في جمع البيانات صحيفة الاستبيان، وتوصلت إلى أن أهم إيجابيات صحافة المواطن تتمثل في أنها تعرض ما تحجبه وسائل الإعلام الأخرى، وتوفر حرية التعبير عن الرأي والمشاركة في الحوار من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.



أشارت دراسة الباحثان Meese, J., & Hurcombe, E. (٢٠٢١). لوجود قلق متزايد حول اعتماد المؤسسات الإخبارية على منصات مثل الفيسبوك وتأثير ذلك لتبعية الجمهور. واعتمدت الدراسة على تنظيم المقابلات المتعمقة مع متخصصو الأخبار الأستراليون والعمل الميداني لتقديم حساب دقيق لهذه الظاهرة. وأكدت نتائج الدراسة أن صناعة الإعلام تأثرت بظهور منصات التواصل الاجتماعي بشكل عام، وفي وقت إنتشار فيروس كورونا بشكل خاص حيث تم تعليق العمل خلال فترة الحظر ففي الوقت الذي تأثرت فيه طباعة الصحف زاد الاعتماد على المنصات الاجتماعية.

اهتم الباحثان Melki, J., & Kozman, C. (٢٠٢١). بدراسة الاعتماد على وسائل الإعلام والتعرض الانتقائي والثقة أثناء الحرب، بالتطبيق على الحرب السورية كدراسة حالة، وهي دراسة مسحية استخدمت الأسلوب الاستقصائي على عينة شملت ٢١٩٢ سورياً يعيشون في سوريا ولبنان والأردن وتركيا أثناء النزاع، تناولت الدراسة احتياجات وسائل الإعلام وثقة أربع مجموعات من السوريين: غير نازحين، نازحين داخلياً، نازحين خارجياً داخل مخيمات اللاجئين والمشردين خارجياً الذين يعيشون خارج مخيمات اللاجئين. وأوضحت نتائج الدراسة أن فئة المشردين خارجياً سجلوا أدنى مستوى من الاعتماد على جميع وسائل الإعلام تقريباً، باستثناء القنوات الفضائية والإنترنت عبر الهاتف المحمول، والتي كانت إلى حد ما في متناولهم.

وأكدت دراسة البراق، ناصر نافع. (٢٠٢١). ارتفاع مستوى اعتماد الجمهور السعودي على حسابات المؤسسات الإسلامية بوسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات حول جائحة كورونا، وأشارت النتائج إلى أن أبرز دوافع استخدام الباحثين تمثلت في أن هذه الحسابات تقدم لهم "رؤى دينية حول التعامل مع فيروس كورونا" يليها "تقديم تفسير لما يحدث على المستوى المحلي والدولي بشأن الفيروس"، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية واستخدم الباحث أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة من الجمهور السعودي من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي.



واستهدفت دراسة محمد، ربحاب سامى لطيف. (٢٠٢٠). التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصرى على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-١٩) ودوره فى تعزيز الوعى الصحى لديه، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفى باستخدام منهج المسح وأداة صحيفة الأستبيان بالتطبيق على عينة من الجمهور المصرى من مستخدمى وسائل الإعلام الحديث بواقع ٤٠٠ مفردة، وتوصلت إلى عده نتائج من أهمها كثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديد وارتفاع الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا، وجاءت طرق الوقاية والأعراض وطرق انتقال العدوى والطرق الوقائية والاحترازية، واكتساب المعلومات الصحية الجديدة ومتابعة كل مستجدات الجائحة كأكثر المضامين المفضلة لدى المبحوثون، وأوضحت النتائج زيادة الثقة فى المواقع الرسمية أكثر من غيرها من وسائل الإعلام الجديد.

تناولت دراسة الموسوى، حسين على نور، وحميد، شريف سعيد. (٢٠١٩). مدى اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعى كمصدر للمعلومات وحدود الاغتراب المترتبة عليه، واعتمدت على المنهج المسحى واستخدام أداة الملاحظة العلمية واستمارة الاستبيان الإلكتروني بالتطبيق على موقع الفيس بوك، وتوصلت إلى أن: اعتماد المبحوثين على الموضوعات التى تعرضها المواقع تجعلهم يشعرون بالعزلة وهو ما يدعوهم للاستقرار والشعور بالأمان فى هذه العزلة، ومن ثم لا يفضلون التغيير فى أوجه وأساليب حياتهم والمحافظة على نمط معين.

استهدفت دراسة علوان، محمد حسين. (٢٠١٩). تشخيص العلاقة بين اعتماد الجمهور العراقى على مواقع التواصل الاجتماعى واتجاهاتهم نحو قضايا الإصلاح الاقتصادى والاجتماعى، وتوصلت إلى أن "الفيس بوك" يأتى فى المرتبة الأولى فى المواقع الأكثر استخداماً للمبحوثين يليه "تويتر" ثم "اليوتيوب"، وأوضحت النتائج أن



سمة "مجانية الحصول على مواقع التواصل الاجتماعي" هي أكثر السمات التي يفضلها المبحوثون في مواقع التواصل الاجتماعي يليها سمة "الآنية والفورية" ثم "الخصائص التفاعلية"، وجاء دافع "الحصول على معلومات بشأن قضايا الإصلاح الاقتصادي والاجتماعي" في مقدمة دوافع استخدام المبحوثون يليه دافع "تكوين رأى بشأن قضايا الإصلاح الاقتصادي والاجتماعي"، وتنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة عمدية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي المهتمين بمتابعة القضايا الاقتصادية.

دراسة Welbers, K., & Opgenhaffen, M. (٢٠١٨). والتي تناولت تحليل تأثير حراسة البوابة على صفحات الصحف على موقع الفيس بوك، وأوضحت اعتماد محرري الصحف على وسائل التواصل الاجتماعي للترويج لمقالاتهم الإخبارية على هذه المنصات. وأشارت نتائج الدراسة نتائج التي تم تطبيقها على ٦ صحف مختلفة على مدار أسبوعين أن هناك حالات تنشر فيها الصحف عنصرًا إخباريًا على الفيس بوك بعد وقت قصير من نشره على موقعها على الويب، وبالتالي رصدت ارتفاعًا فوريًا في المشاركة، كما توجد حالات يتم فيها نشر الأخبار على الفيس بوك مع بعض التأخير وذلك نتيجة أنها لم تتلق أي مشاركة تقريبًا، وفي هذه الحالة لا يزال بإمكانها بدء موجة من المشاركة.

واستندت دراسة الباحثون HA, Louisa, et al (2018) إلى تحليل طولى لمدة ٤ سنوات لوسائل التواصل الاجتماعي ومستخدمي الهاتف المحمول في الغرب الأوسط في الولايات المتحدة في الفترة من ٢٠٠٩ حتى ٢٠١٢، باستخدام منهج المسح وأداة الاستبيان الإلكتروني، واقترحت الدراسة أربعة مستويات من المشاركة الإخبارية، وقارنت بين تأثير وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام المحمولة في مشاركة المحتوى الإخباري بين عامة الشعب وطلاب الجامعات. وأوضحت نتائج الدراسة وجود انخفاضًا مطردًا في الاهتمام بالأخبار السياسية أكثر من غيرها،

وأظهرت أن الأشخاص الذين يقضون وقتاً أطول في تلقي الأخبار عبر هواتفهم المحمولة ووسائل التواصل الاجتماعي هم الآن أقل مشاركة في استخدام الصحف المطبوعة والتلفزيون.

وأكدت دراسة عبد الرازق الشهاوي، سماح. (٢٠١٨). والتي تناولت اتجاهات الصحفيين المصريين نحو توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي والتفاعل مع الجمهور أن معظم الصحفيين عينة الدراسة يعتبرون مواقع التواصل الاجتماعي من أهم أدوات جمع المعلومات والوصول إلى المصادر في الوقت الحالي، وتوصلت إلى أن أهم استخدامات الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي تتمثل في: التعرف على وجهات نظر مختلفة بشأن الأحداث والقضايا، التعرف على اتجاهات الأخبار (News Trends)، وتوجيه الجمهور إلى موقع الصحيفة التي يعمل بها الصحفي، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي وأداتى الاستبيان والمقابلات المفتوحة بالتطبيق على عينة من الصحفيين ببعض المؤسسات الصحفية المصرية.

قدم الباحثان سليمان، على حمودة جمعة والعايدي، أحمد سامي. (٢٠١٨). دراسة ميدانية عن مدى اعتماد الجمهور المصرى على المواقع الإلكترونية الصحفية ومواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمات بالتطبيق على أزمة ارتفاع الأسعار، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي وأداة الاستبيان الإلكتروني بالتطبيق على عينة من الجمهور المصرى المستخدم لهذه المواقع الإلكترونية بواقع ٤٠٠ مفردة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن كثرة استخدام الشباب للمواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي بهدف الحصول على المعلومات، واحتل الفيس بوك المرتبة الأولى لدى المستخدمين يليه اليوتيوب ثم موقع تويتر، وأوضحت أن الحجم الزمنى "أكثر من ساعتين" لاستخدام هذه المواقع الإلكترونية جاء في المرتبة الأولى.



## المحور الثاني: دراسات تناولت مصداقية وسائل الإعلام الحديثة كمصدر للأخبار:

بحثت دراسة الشريف، سالم بن ناصر. (٢٠٢٢). عن مدى مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار لدى القائم بالاتصال في الصحف السعودية الإلكترونية، وهي دراسة وصفية تحليلية، استخدمت منهج المسح بالعينة وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة من الصحفيين السعوديين في الصحف السعودية الإلكترونية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: ارتفاع مستوى مصداقية صانع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي لدى القائم بالاتصال، مقارنة بمصداقية الوسيلة والرسالة، وحصلت أساليب التحقق من صدق المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على موافقة مرتفعة من قبل القائم بالاتصال، وتصدر هذه الأساليب أسلوب أن يكون مرسل المعلومة هو صاحب الحدث أو أحد أشخاصه، فعندما يكون الحدث أو المعلومة المنشورة متعلقة بالناشر نفسه، فيمكن التواصل معه بسهولة للتحقق من صدق ما نشر.

واهتمت دراسة محمد، سحر أحمد غريب. (٢٠٢١). بالبحث في مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار لدى القائم بالاتصال في الصحافة المصرية، وهي دراسة وصفية استخدمت منهج المسح وأسلوب المقارنة واعتمدت على أداة الاستبيان في جمع البيانات على عينة قوامها ٢١٤ صحفى مصري. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها القائم بالاتصال هو موقع الفيس بوك ثم تويتر، وأن القائمين بالاتصال يعتمدون على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار "بدرجة متوسطة"، كما أن لها "مصداقية متوسطة" لدى غالبية القائمين بالاتصال.

بحثت دراسة العلكاوي، على عبدالحسين علوان. (٢٠٢٠). عن مدى حدود مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على موقع "الفيس بوك"، وهي دراسة

وصفية استخدمت المنهج المسحي وأداة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى أن الصفحات الرسمية التابعة لمؤسسات وجهات حكومية على الفيس بوك هي الأكثر مصداقية للمبجوثين.

واهتمت دراسة El Khodary, M. (٢٠١٨). بالعوامل المؤثرة على تصور مصداقية وسائل الإعلام في الأردن بالبحث في سلوك المبجوثين لاستخدام الإنترنت، واستخدم الباحث منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة قوامها ٢٠٠ طالب في مرحلة التعليم العالي. وكشفت نتائج الدراسة أن المبجوثين يجدون التلفزيون أكثر مصداقية من الإنترنت لنقل الأخبار، ولكنهم يتجهون للإعلام البديل على المنصات الحديثة نتيجة فشل الإعلام التقليدي في توفير المعلومات بسبب القيود الرقابية والقانونية المفروضة على الوسائل التقليدية عكس المواقع الإخبارية على الإنترنت، وجاء تفضيلهم لهذه المواقع لأنها تقدم تغطية أكثر شمولاً خاصة للموضوعات المثيرة للجدل.

سعت دراسة أبوسنة، مريهان منصور. (٢٠١٨). لرصد العوامل المؤثرة على إدراك الجمهور المصري للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على مستوى المصداقية لديهم، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة بالاعتماد على أداة الاستبيان في جمع المعلومات. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنه كلما ارتفعت درجة مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبجوثين كمصدر للحصول على المعلومات تزداد بالتالي درجة تعرضهم واعتمادهم عليها، وأثبتت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستويات تعرض المبجوثين لمواقع التواصل الاجتماعي ومستويات إدراك الشائعات على هذه المواقع.

سعت دراسة Kim, C. M., & Brown, W. J. (٢٠١٥) إلى إعادة تصور مفهوم المصداقية في وسائل التواصل الاجتماعي من خلال تحليل كيفية استخدام



المنظمات لوسائل الإعلام الاجتماعية لبناء المصداقية، واستخدام الباحثان منهج المسح وأداه الاستبيان الإلكتروني للوصول لعينة عمدية من المبحوثين من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن المبحوثون يصدقون أكثر في المنظمات التي يمكنهم التواصل والتفاعل معها بطريقة شخصية وأنهم يفضلون ميزة التفاعل التي يتمتع بها موقع "الفيس بوك".

واهتمت دراسة Choi, W. (2015)، بتقييم مصداقية كبار السن للمعلومات الصحية عبر الإنترنت في سياق البحث عن معلومات الحياة اليومية باعتبارهم أقل ثقة في نتائج دراسات مصداقية المعلومات، وهي دراسة وصفية استخدم فيها الباحث المقابلات شبه المنظمة، وأكدت النتائج تفضيل المبحوثين للجوء للمواقع الإلكترونية الطبية التي تديرها الحكومة مثل المعاهد الوطنية للصحة حيث اعتبروها أكثر مصداقية من غيرها ويمكن الاعتماد عليها للحصول على المعلومات الطبية التي يحتاجون إليها.

وتناولت دراسة عرفات، سمية (٢٠١٣). اتجاهات الجمهور المصري نحو مصداقية وسائل الإعلام التقليدية والجديدة عقب أحداث الثلاثين من يونيو، بتطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، باستخدام منهج المسح الإعلامي وتطبيق صحيفة الاستقصاء على عينة من الجمهور المصري، وأوضحت نتائج الدراسة أن غالبية المبحوثين يحاولون التأكد من المعلومة إذا وجدوا اختلافاً أو تعارضاً فيم يصلهم من معلومات من وسائل الإعلام، وأن تلك الوسائل قد ساعدت نسبة كبيرة من المبحوثين على تكوين رأي بخصوص الأحداث السائدة.



### - التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

- اهتمت الدراسات الإعلامية الحديثة العربية والأجنبية بتحليل تأثيرات الإعلام الحديث وتطبيقات وسائل الاتصال الاجتماعي على الجمهور والنخبة المتخصصين للوصول لنتائج توضح مدى اعتمادهم عليها كمصدر للأخبار ومدى مصداقيتها لديهم.

- وظفت الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت بالبحث اتجاهات/اعتماد الجمهور نحو وسائل الإعلام الحديث فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام للحصول على نتائج دقيقة حول المشكلة البحثية. بينما اعتمدت الدراسات التي بحثت في مجال المصداقية على النموذج البنائي لمستويات المصداقية للتعرف على تقييم المبحوثين لمصداقية الوسيلة أو الرسالة أو المرسل.

- لم تتناول الدراسات العربية أو الأجنبية بالبحث مشكلة أخبار "التريند" بالرغم من تفاقم هذه الظاهرة واتجاه معظم الصحف الإلكترونية لاستخدامها على منصات التواصل الاجتماعي لتحقيق كم أكبر من المشاهدات وبالتالي الأرباح، ولكنها تناولت على سبيل المثال رصد العوامل المؤثرة على إدراك الجمهور المصرى للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على مستوى المصداقية لديهم كما في دراسة أبوسنة، مريهان منصور. (٢٠١٨).

- استخدمت الدراسات العربية والأجنبية صحيفة الاستبيان الورقية أو الإلكترونية لجمع المعلومات من المبحوثين كما اعتمدت أغلب الدراسات على المنهج المسحي والعينة العشوائية مثل دراسة حسانين، سامح. (٢٠٢٢) و (2018). HA, Louisa, et al، بينما اعتمدت الدراسات التي تم تطبيقها على القائم



بالاتصال بالعينة العمدية والمقابلات المتعمقة مثل دراسة Meese, J., & Hurcombe, E. (٢٠٢١)، و عبد الرازق الشهاوي، سماح. (٢٠١٨).

- تنوعت الدراسات العربية والأجنبية في اختيار الجمهور المستهدف ما بين طلاب الدراسات العليا والجمهور العام وكبار السن والشباب للتعرف على التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام الحديث على الفئات المختلفة مثل دراسة البراق، ناصر نافع. (٢٠٢١)، El Khodary, M. (٢٠١٨) و Kim, C. M., & Brown, W. J. (٢٠١٥).

- استفادت الباحثة من الاطلاع على أدبيات الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة وبلورتها للابتعاد عن تكرار موضوع البحث والعينة، وكذلك تحديد النظرية والمنهج والأدوات التي تم استخدامها في التحليل. كما أفادت في صياغة تساؤلات وفروض الدراسة، وتحديد محاور استمارة الاستبيان وأضافت إليها الباحثة بعض الفئات التي تتلائم مع موضوع التحليل.

## الإجراءات المنهجية للدراسة:

### نوع الدراسة والمنهج المستخدم

تنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح، وهو من أبرز المناهج المستخدمة في البحث الإعلامي للحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها وذلك من خلال مسح جمهور وسائل الإعلام من مستخدمي صفحات الصحف الإخبارية المصرية بموقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" بهدف التعرف على اتجاهاتهم نحو "صحافة التريند" ومدى ثقافتهم واعتمادهم عليها كمصدر رئيس للأخبار.

## مجتمع الدراسة

- يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور المصري من سن ١٨ عام وبدون حد أقصى للعمر من متابعي الصفحات الإخبارية المصرية بموقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك".

## عينة الدراسة

- طبقت الباحثة استمارة استقصاء تم إعدادها إلكترونياً باستخدام تطبيق "Google Form"، والذي يتيح لمستخدميه إنشاء صحيفة الاستقصاء وتوزيعها على المبحوثين بشكل إلكتروني لتوفير الوقت والجهد في الوصول للعينة المستهدفة، وتم توزيعها على عينة غير احتمالية عمدية بلغ قوامها ٤٠٠ مفردة من الذكور والإناث من متابعي الصفحات الإخبارية المصرية على موقع "الفييس بوك".

## الإطار الزمني للدراسة الميدانية

- قامت الباحثة بنشر الاستبيان الإلكتروني وتوزيعه على عينة المبحوثين وتلقت الاستجابات في الفترة من ١٥ فبراير حتى ١٥ مارس ٢٠٢٣.

## أدوات جمع البيانات

- استعانت الباحثة بأداة الاستبيان الإلكتروني، حيث صممت استمارة استقصاء إلكترونية، فلم تعد أدوات جمع البيانات والقياس الورقية هي الشكل المناسب في التصميم المنهجي وأدواته، ولكن من الأفضل تصميم أدوات خاصة يتم وضعها على الشبكات والمواقع التي يتم دراستها لتحقيق أهداف مضافة لجمع البيانات ومن أهمها الوصول لعينة البحث المستهدفة والتي تستخدم الموقع الإعلامي، والتخزين الفوري للنتائج وسهولة معالجة البيانات إلكترونياً.



- وتضمنت استمارة الاستبيان الإلكتروني مجموعة من الأسئلة التي تغطي أهداف وتساؤلات الدراسة وتوزيعها على المبحوثين المستهدفين لجمع البيانات بطريقة علمية وتحليلها للخروج بنتائج دقيقة عن مشكلة الدراسة يمكن تعميمها.

## تساؤلات الدراسة

- يدور التساؤل الرئيسي للدراسة حول اتجاهات الجمهور المصري نحو صحافة التريند المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية على موقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" وينفرع منه عدد من التساؤلات الفرعية وهي:
- ما مدى اعتماد عينة الجمهور المصري على صحافة التريند لاستقاء المعلومات.
- ما دوافع تعرض المبحوثين لصحافة التريند بالصفحات الإخبارية المصرية بموقع "الفييس بوك"؟
- ما التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية الناجمة عن اعتماد المبحوثين على أخبار التريند بالصفحات الإخبارية المصرية بموقع "الفييس بوك"؟
- ما درجة ثقة المبحوثين في أخبار التريند المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية بموقع "الفييس بوك"؟
- ما تقييم المبحوثين لمصداقية أخبار التريند المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية بموقع "الفييس بوك"؟
- ما أهم الصفحات الإخبارية المصرية التي يتابعها المبحوثين على موقع "الفييس بوك"؟
- ما أكثر الفئات اعتمادًا على الصفحات الإخبارية المصرية على موقع "الفييس بوك"؟

## فروض الدراسة

- **الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على صحافة التريند في الصفحات الإخبارية المصرية على الفيس بوك وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع/ فئات العمر/ المستوى التعليمي/ المهنة/ المستوى الاقتصادي والاجتماعي).
- **الفرض الثاني:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات (المعرفية/ الوجدانية/ السلوكية) الناجمة عن اعتماد المبحوثين عينة الدراسة على صحافة التريند على الصفحات الإخبارية المصرية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (المستوى التعليمي/ النوع/ فئات العمر/ المهنة/ المستوى الاقتصادي والاجتماعي).
- **الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى ثقة المبحوثين عينة الدراسة في صحافة التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (المستوى التعليمي/ النوع/ فئات العمر/ المهنة/ المستوى الاقتصادي والاجتماعي).
- **الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم المبحوثين عينة الدراسة لمصداقية صحافة التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك وبين المتغيرات الديموغرافية (المستوى التعليمي/ النوع/ فئات العمر/ المهنة/ المستوى الاقتصادي والاجتماعي).
- **الفرض الخامس:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على صحافة التريند وبين التأثيرات الناجمة (المعرفية/ الوجدانية/ السلوكية).



- **الفرض السادس:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على صحافة التريند وبين درجة الثقة بها.
- **الفرض السابع:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على صحافة التريند وبين تقييمهم لمصداقيتها".

### التحليل الإحصائي للبيانات

- أولاً: صلاحية واعتمادية الأداة المستخدمة في قياس نتائج الدراسة:
- لتحديد درجة صلاحية ومدى الاعتماد على الأداة المستخدمة في قياس استجابات مفردات العينة، قامت الباحثة باستخدام كلاً من معاملي الصدق والثبات:
- تم حساب معامل الثبات (Alpha) لأسئلة الاستقصاء (ما يسمى بمعامل الاعتمادية)، وذلك لبحث مدى الاعتماد على نتائج الدراسة الميدانية في تعميم النتائج.
  - تم حساب معامل الصدق الذاتي عن طريق إيجاد الجز التريبيعي لمعامل الثبات.
  - قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على عينة مكونة من (٣٠) مفردة للتأكد من وضوح بنود الاستبيان لدى المبحوثين، ويوضح الجدول التالي نتائج التحليل الإحصائي الخاصة بحساب كل من درجة المصدقية ومعامل الثبات.

جدول (١) نتائج صلاحية واعتمادية لأبعاد الخاصة باستبيان الدراسة

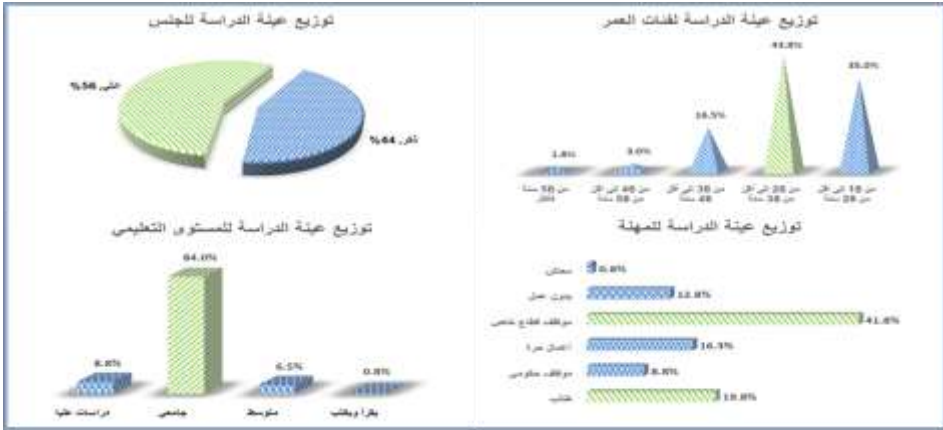
م	البعد	معامل كرو نباخ ألفا	معامل الصدق الذاتي
١	دوافع اعتماد المبحوثين على أخبار التريند المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية على الفيس بوك	٠.٨٩٠	٠.٩٤٣
٢	التأثيرات المعرفية عن متابعة المبحوثين لأخبار التريند بالصفحات الإخبارية المصرية على الفيس بوك	٠.٨٠٢	٠.٨٩٦
٣	التأثيرات السلوكية عن متابعة المبحوثين لأخبار التريند بالصفحات الإخبارية المصرية على الفيس بوك	٠.٧٤١	٠.٨٦١
٤	التأثيرات الوجدانية عن متابعة المبحوثين لأخبار التريند بالصفحات الإخبارية المصرية على الفيس بوك	٠.٧٣٨	٠.٨٥٩
٥	تقييم المبحوثين لمصداقية أخبار التريند المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية على الفيس بوك	٠.٧٤٠	٠.٨٦٠

تشير نتائج الجدول السابق إلى ما يلي:

- صلاحية صدق جميع أبعاد الاستبانة حيث أكد على ذلك قيم معاملات الصدق الذاتي التي تراوحت ما بين (٠.٨٥٩ : ٠.٩٤٣) وهذا يدل على صلاحية جميع الأبعاد.
- أكدت قيم كرو نباخ ألفا على الاعتمادية على هذه الأبعاد بشكل كبير حيث تراوحت قيم معامل الثبات Cronbach's Alpha ما بين (٠.٧٣٨ : ٠.٨٩٠) مما يعكس درجة عالية من ثبات أبعاد الاستبانة.
- وتم عرض استمارة الاستقصاء على مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام والإحصاء من ذوى الخبرة والاختصاص للتأكد من صدقها وتوافق الأهداف والتساؤلات والفروض والأدوات مع موضوع الدراسة، وتم تعديل صياغة بعض الأسئلة لتلائم وموضوع البحث.

## خصائص عينة الجمهور

١. يوضح الرسم البياني التالي توزيع الخصائص الديموغرافية لعينة المبحوثين من الجمهور المصري محل الدراسة وقد جاءت كالتالي:



شكل رقم (١) يوضح المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة

٢. رسماً بيانياً يوضح توزيع المستوى الاقتصادي والاجتماعي لعينة الدراسة.



شكل رقم (٢) يوضح المستوى الاقتصادي والاجتماعي لعينة الدراسة



## الإطار المعرفى للدراسة

### مفهوم تكنولوجيا الإعلام الرقمي

يمكن تعريف تكنولوجيا الإعلام الرقمي بأنها الوسائط الرقمية التى تشمل النص والصورة والصوت والرسوم التى يتم إنتاجها وعرضها وتقديمها فى موقع واحد أو مواقع متعددة تتفاعل مع بعضها وظيفياً فى إطار نظام مؤسسى يتيح للمتلقى الوصول والتجول والاختيار الحر والمشاركة فى بناء المعنى .

### توظيف شبكات التواصل الاجتماعى فى العمل الصحفى

يكتسب الإنترنت أهمية خاصة لدى الجمهور كوسيلة إخبارية ذات مصداقية، خاصة أن الأفراد يميلون إلى عدم استخدام مصدر لا يتقون به (غازيانو، ١٩٨٨). وعلى الرغم من النمو السريع فى استخدام مصادر المعلومات على الإنترنت، فقد عارض بعض النقاد مصداقية الإنترنت بسبب سهولة الوصول إليها وعدم وجود معايير للنشر (Andie, 1997; Newhagen and Levy, 1997).

أدى إدخال وسائل التواصل الاجتماعى إلى جعل المحتوى الإخبارى متاحاً بسهولة للمستخدمين، فهى توفر إمكانيات لا حصر لها لمشاركة المحتوى الذى ينشئه المستخدمون، مثل الصور ومقاطع الفيديو، وقد تزايد تأثيرها مع تزايد اعتماد الجمهور عليها للحصول على المعلومات والأخبار، ولذلك كان على وسائل الإعلام الإخبارية التقليدية أن تتكيف مع وسائل التواصل الاجتماعى للوصول للجمهور الخاص بها.

ويوضح Van Dijck (٢٠١٣) أن ما يميز وسائل التواصل الاجتماعى عن وسائل الإعلام التقليدية إنها منصات يتبادل فيها الجمهور الأخبار ويعرض كل منهم أحدث المعلومات التى يرغبون فى مشاركتها. وقد أظهرت بعض الدراسات أن كثافة استخدام الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعى يؤثر على مستويات تفاعلها الإخبارى مع تسهيل مشاركة الأخبار.



وذكر بافليك (٢٠٠١) مفهوم «صحافة الشبكة»، موضحاً أن الصحفيين الذين يستخدمون تكنولوجيا المعلومات والاتصالات اكتسبوا القدرة على "بناء مجتمعات جديدة بناءً على المصالح والاهتمامات المشتركة.

وقد خلص تقرير بحثي بريطاني صدر في عام ٢٠١٦، أن مواقع التواصل الاجتماعي تتفوق على التلفزيون بوصفها مصدراً رئيساً للحصول على الأخبار بين فئة الشباب. وأضاف التقرير الذي أعده معهد «رويترز لدراسة الصحافة»، وشمل ٢٥ ألف شخص من ٢٦ دولة، أن ٥١ في المائة من المستخدمين ممن لديهم إمكانية الدخول إلى الإنترنت يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، وأدى هذا الاتجاه الجديد، فضلاً عن زيادة استخدام الهواتف المحمولة في معرفة الأخبار، إلى تفويض دور النماذج التقليدية في هذا المجال.

وقد شهدت الصحف بعد أن كانت المصدر الرئيسي للأخبار حالات من التراجع في تداولها بسبب التحول الرقمي وظهور الشبكات الاجتماعية، مما أدى بالكيانات التقليدية إلى تبديل مسار نشر المواد الصحفية استجابة لرغبات واحتياجات المتابعين الحديثة، وهو ما تبعه ظهور تحولات كثيرة ذات صلة بهويتها ورسالة الصحافة المعاصرة وأدوارها وممارساتها؛ حيث وجدت نفسها أمام تحديات جديدة.

وتمكن الصحفيون من الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في أداء عملهم الصحفي بسرعة أكبر، ويعتبر موقع "الفييس بوك" أحد أشهر شبكات التواصل الاجتماعي الذي أصبح يستخدم في مجال العمل الإعلامي، وذلك نتيجة للخدمات التي يقدمها للصحفيين في مجال الحصول على الأخبار والمعلومات.

#### موقع الفييس بوك كمصدر للأخبار

يحدد موقع (Statista, 2023) الشبكات الاجتماعية العالمية مرتبة حسب عدد المستخدمين لعام ٢٠٢٢، حيث سجل موقع "الفييس بوك" أول شبكة اجتماعية تتجاوز مليار حساب مسجل وتضم حالياً أكثر من ٢.٨٩ مليار مستخدم نشط شهرياً.

ويشار إلى أن العديد من المؤسسات الإخبارية قد لجأت إلى تجربة تويتر خاصة بعد تحوله فجأة إلى أداة صحفية، فقد كانت CNN واحدة من أوائل المتبنين له (Garrison-Sprenger, 2008).

تزايدت أعداد مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" كمصدر أساسي للأخبار حول القضايا السياسية والاجتماعية، وخاصة بين الأفراد الأصغر سناً، وتشير الأبحاث إلى أن استخدام "الفييس بوك" يساهم في حدوث فجوات في المعرفة المجتمعية. وتشير معظم نتائج الدراسات إلى أن المنصات الحديثة ومنها "الفييس بوك" لها تأثيرات إيجابية على النتائج المتعلقة بالسياسة.

## التعريفات الإجرائية للدراسة

### التريند

تعنى كلمة تريند "رائج أو شائع" وهي تشير إلى الأحداث التي يتم تداولها بشكل موسع وتلقى رواج بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وتتسم هذه الأحداث بأنها تظهر فجأة وتخفى تدريجياً ما لم يطرأ عليها جديد.

### صحافة التريند

وتعنى اتجاه مواقع الصحف الإلكترونية لتغطية الأحداث التي تظهر فجأة على مواقع التواصل الاجتماعي وتلقى رواجاً بين مستخدمي هذه المواقع ومن ثم نشرها على منصات على مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق أكبر قدر من المشاهدات والمشاركات بين الجمهور المستخدم لهذه المواقع.

### مواقع التواصل الاجتماعي

مجموعة من المواقع المصممة على شبكة الإنترنت، والتي تتيح نشر المواد المقروءة والمصورة وبها عدد كبير من الجمهور الذي يقوم بمشاهدة هذه المواد



والتعليق عليها وإعادة نشرها على صفحاتهم الشخصية، ومنها موقع "الفييس بوك"، "إنستجرام" وغيرها من المواقع.

## الإطار النظري:

### نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

أول من قدم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الباحثان Ball - "Rokeach and De Fleur" (١٩٧٦) ، وأوضح الباحثان أن الحجة الرئيسية للنظرية هي أن وسائل الإعلام تصبح المصدر الرئيسي للوصول إلى المعلومات أثناء الأحداث ذات العواقب الاجتماعية غير المؤكدة، بينما أشار كل من جريفيين وميونز (٢٠٢٠). أن اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام يزداد كلما تعرض المجتمع لظروف استثنائية لذلك يعتمد على المعلومات والرسائل التي يمكن الوصول إليها من خلال البث التلفزيوني والصحف ومنصات التواصل الاجتماعي والتواصل بين الأشخاص.

إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تتصور عملية نفسية إدراكية تزيد احتمالات أن يتأثر المرء بمحتويات معينة لوسائل الإعلام، ويعد من الأهداف الرئيسية لهذه النظرية الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحياناً آثار قوية ومباشرة، وفي أحيان أخرى يكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما.

### الاعتماد المتبادل بين الأفراد ونظم وسائل الإعلام

إن الأفراد مثل النظم الاجتماعية، يقيمون علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام، لأن الأفراد توجههم الأهداف، وبعض أهدافهم تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية: (الفهم، التوجيه، التسلية).

## آثار الاعتماد على وسائل الإعلام:

يؤدي التعرض لوسائل الإعلام إلى تعزيز أو تغيير المواقف والسلوكيات على المستوى الشخصي من خلال وظيفة نشر المعلومات التي تقدمها هذه الوسائل. وقد رصد "ملفين ديفلير" و"ساندرا بول روكيتش" مجموعة من التأثيرات التي تحدث نتيجة الاعتماد على نظم الإعلام، وتعكس العلاقة بين درجة الاعتماد على هذه النظم واتجاهات التغيير في المعرفة أو الشعور أو السلوك باعتبارها مجالات التأثير الناتج عن هذا الاعتماد. وقد ذكر زيشكوفسكى (١٩٨٥) أن التأثيرات الإعلامية الجديدة هي نتيجة المشاركة المعرفية والعاطفية والسلوكية بين جمهور معين ووسائل الإعلام الجديدة، وهذه التأثيرات هي:

### **أولاً: التأثيرات المعرفية Cognitive Effects وتشمل:**

كشف الغموض، تكوين الاتجاهات، ترتيب الأولويات والمعتقدات والسياق القيمي للأفراد.

### **ثانياً الآثار الوجدانية Affective Effects:**

ترتبط العمليات الوجدانية ببعض المصطلحات مثل المشاعر أو العواطف، ويمكن التعرف على آثار وسائل الإعلام على الوجدان وقياس هذه الآثار، ويحدد "ديفلير وروكيتش" هذه الآثار الوجدانية في: (الفتور العاطفي أو اللامبالاة، والخوف والقلق والدعم المعنوي والاعتراب).

### **ثالثاً الآثار السلوكية Behavioral Effects:**

تحدث ديفلر، وروكيتش عن (التنشيط والخمول) كأثرين سلوكيين رئيسيين لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام.

## توظيف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في الدراسة

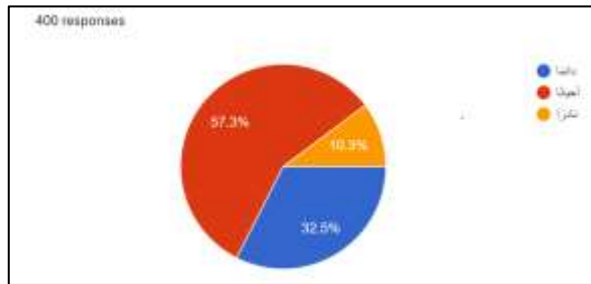
تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إطارًا نظريًا ملائمًا لهذه الدراسة للأسباب الآتية:

- ١- تساعد في رصد مدى اعتماد الجمهور المصري على صحافة "التريند" كمصدر للأخبار ومدى مصداقيتها لديهم.
- ٢- تساعد هذه النظرية في رصد دوافع استخدام الجمهور المصري لصحافة "التريند" وتحديد الطرق التي يتفاعل بها مع المحتوى.
- ٣- قياس التأثيرات "المعرفية والوجدانية والسلوكية" الناتجة عن تعرض الجمهور المصري لصحافة "التريند" وأسباب تفضيله لهذا النوع من الأخبار.

## النتائج العامة للدراسة الميدانية

### أولاً: اتجاهات المبحوثين نحو صحافة التريند

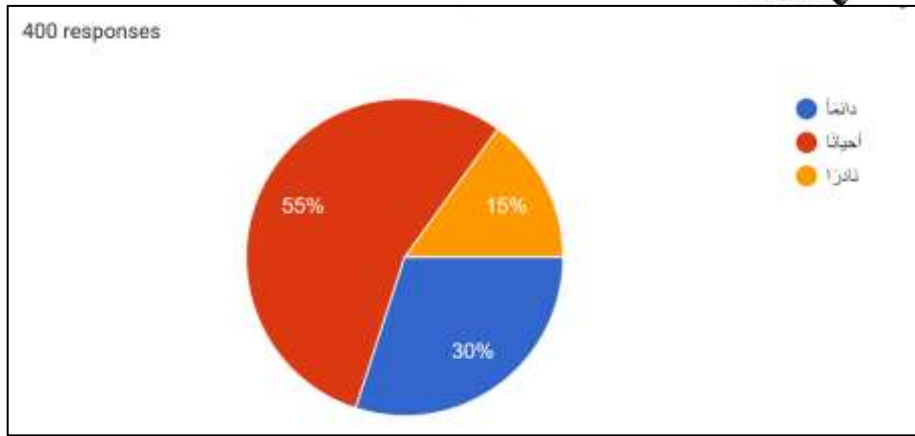
➤ مدى حرص المبحوثين عينة الدراسة على متابعة "أخبار التريند" على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك.



شكل (٣) يوضح مدى حرص المبحوثين على متابعة أخبار التريند



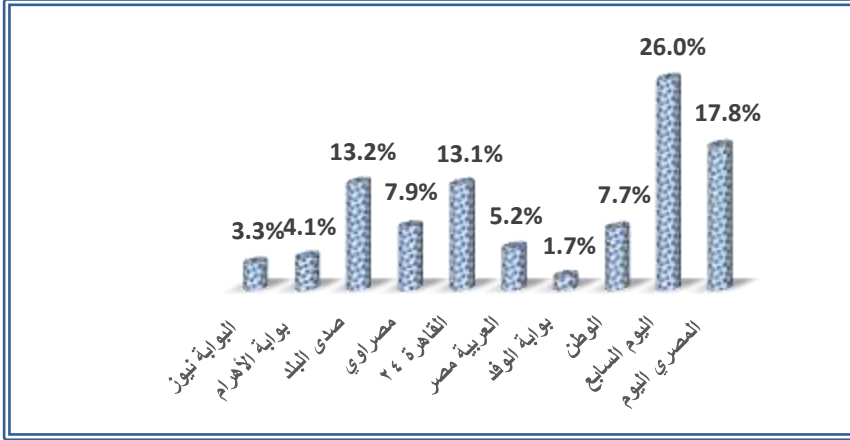
- يوضح الشكل السابق أن أغلبية المبحوثين يتابعون أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك "أحياناً" بوزن مئوى ٥٧.٣%، يليه المتابعون "دائمًا" بوزن مئوى ٣٢.٥%، وسجل المتابعون "نادرًا" أقل وزن مئوى بواقع ١٠.٣%.
- وتتفق فى ذلك مع دراسة (السيد شتله، ممدوح. (٢٠١٧). والتي أكدت نتائجها اهتمام المبحوثين من طلاب الجامعات المصرية بمتابعة المضمون الإعلامى الإخبارى المنشور على موقعى (فيس بوك وتويتتر) أحياناً بوزن مئوى ٥٥%. وتتفق أيضاً مع دراسة الباحثان Meese, J., & Hurcombe, E. (٢٠٢١)، فى زيادة اعتماد الأفراد على منصات التواصل الاجتماعى بعد إنتشار فيروس كورونا بشكل خاص ففى الوقت الذى تأثرت فيه طباعة الصحف زاد الاعتماد على المنصات الاجتماعية.
- وتفسر الباحثة أن الجمهور المصرى من مستخدمى موقع الفيس بوك ومتابعى الصفحات الإخبارية المصرية عليه يتعرضون بشكل كبير لأخبار التريند التى تنشر على هذه الصفحات نتيجة تداولها بين المستخدمين مما يوفر لها نسب مشاهدة عالية.
- مدى تزود المبحوثين عينة الدراسة بالمعلومات من أخبار التريند المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية بالفيس بوك.



- شكل (٤) يوضح مدى تزود المبحوثين عينة الدراسة بالمعلومات من أخبار التريند
- يوضح الشكل السابق أن أخبار التريند المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية بالفيس بوك قد زودت المبحوثين عينة الدراسة بالمعلومات والإخبار الجديدة "أحياناً" بوزن مئوى ٥٥%، و"دائماً" بوزن مئوى ٣٠% و"نادرًا" بوزن مئوى ١٥%.
  - وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (محمد، ربحاب سامى لطيف. (٢٠٢٠)، والتي توصلت إلى اعتماد الجمهور المصرى على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات حول جائحة فيروس كورونا، وتتفق أيضاً مع نتيجة دراسة الباحثان (سليمان، على حمودة جمعة والعايدي، أحمد سامي. (٢٠١٨) التي توصلت إلى أنه يكثر استخدام الشباب للمواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعى بهدف الحصول على المعلومات.



➤ أبرز الصفحات الإخبارية المصرية التي يتابعها المبحوثين على موقع الفيس بوك:

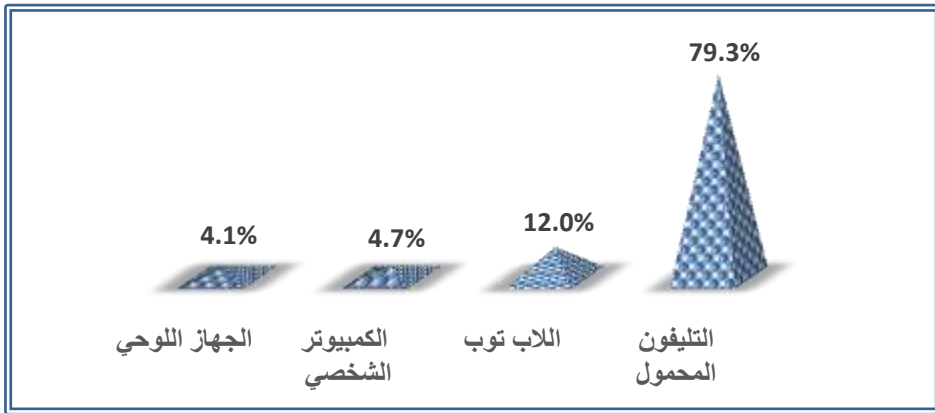


شكل (٥) يوضح أبرز الصفحات الإخبارية المصرية التي يتابعها المبحوثين عينة الدراسة

- جاء في مقدمة الصفحات الإخبارية المصرية التي يتابعها المبحوثين على موقع الفيس بوك صفحة (اليوم السابع) وذلك بوزن مئوي (٢٦%)، بينما جاء في الترتيب الثاني (المصري اليوم) بوزن مئوي (١٧.٨%)، وجاء في الترتيب الأخير (صدى البلد) بوزن مئوي (١.٧%).
- وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة الباحثان (سليمان، على حمودة جمعة والعايدي، أحمد سامي. (٢٠١٨) ودراسة (السيد شتله، ممدوح. (٢٠١٧) حيث جاء موقع اليوم السابع كأهم المواقع على وسائل التواصل الاجتماعي (فيس بوك وتويتر) التي يعتمد عليها الجمهور المصري في الحصول على المعلومات والمضمون الإخباري.
- كما أكدت نتائج دراسة (نبيل الأزرق، نيرمين. (٢٠٢٠) أن صحيفة اليوم السابع تهتم بما يبحث عنه القارئ وفقاً لما يظهره متصفح "جوجل"، وعلى ما

يظهر كـ "تريند"، ومن ثم تقوم بتغطية هذه الموضوعات وتقديمها للجمهور المستهدف.

➤ أبرز الوسائل الاتصالية التي يستخدمها المبحوثين لمتابعة "أخبار التريند" على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك:

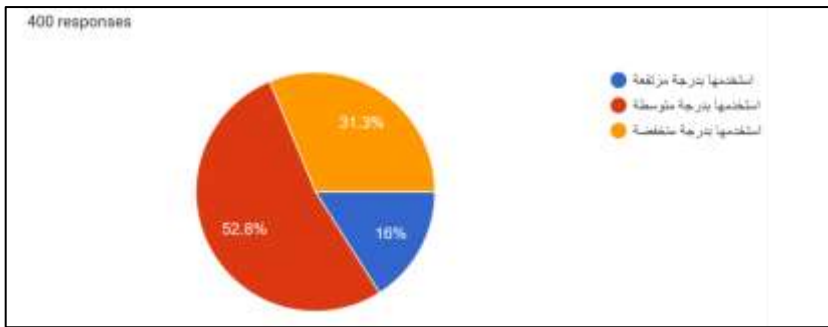


شكل (٦) يظهر أبرز الوسائل الاتصالية التي يستخدمها المبحوثين لمتابعة "أخبار التريند" على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك

- جاء (التليفون المحمول) في مقدمة الوسائل الاتصالية التي يستخدمها المبحوثين لمتابعة "أخبار التريند" على الصفحات الإخبارية بموقع الفيس بوك (٧٩.٣%)، وفي الترتيب الثاني (اللاب توب) بوزن مئوى (١٢%)، بينما جاء فى الترتيب الأخير (الجهاز اللوحي) بوزن مئوى (٤.١%).
- وتتفق فى ذلك مع دراسة (وافي، أمين منصور واللوح، محمود يوسف، ٢٠٢١) ودراسة (السيد شتله، ممدوح، ٢٠١٧) حيث أكدت اعتماد المبحوثين فى الحصول على المعلومات والمضمون الإخبارى من مواقع التواصل الاجتماعية على وسيلة الهواتف الذكية فى المرتبة الأولى.

➤ تشير الباحثة أن توفر "الهواتف الذكية" المزودة بخدمة الإنترنت قد وفر على المبحوثين سهولة الوصول لموقع الفيس بوك في أى وقت ومكان، وبالتالي الصفحات الإخبارية المصرية عليه ومتابعة الأخبار المنشورة ويفسر ذلك النتائج السابقة بقلّة الاعتماد على الوسائل الاتصالية الأخرى.

➤ كثافة استخدام المبحوثين للصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك

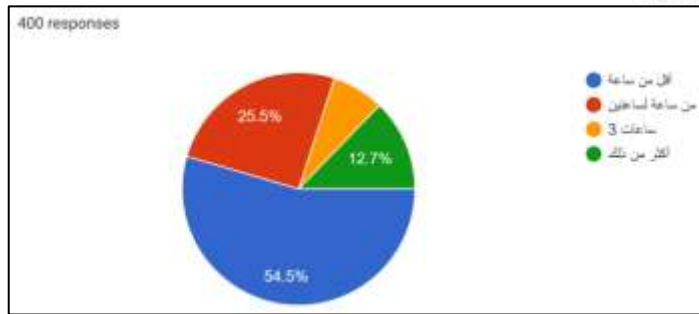


شكل (٧) يوضح كثافة استخدام المبحوثين للصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك

• يوضح الشكل السابق أن كثافة استخدام المبحوثين للصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك كانت "بدرجة متوسطة" بوزن مئوى ٥٢.٨% يليها "بدرجة منخفضة" بوزن مئوى ٣١.٣% وأخيراً "بدرجة مرتفعة" بوزن مئوى ١٦%.

➤ وتوضح الباحثة أن وسائل التواصل الاجتماعي تتيح مواد متنوعة تلبي رغبات الجمهور المختلفة ولا يمكن حصر استخدامها فى الحصول على المعلومات فقط.

➤ عدد الساعات التى يقضيها المبحوثين فى متابعة أخبار التريند يومياً على الصفحات الإخبارية بموقع الفيس بوك

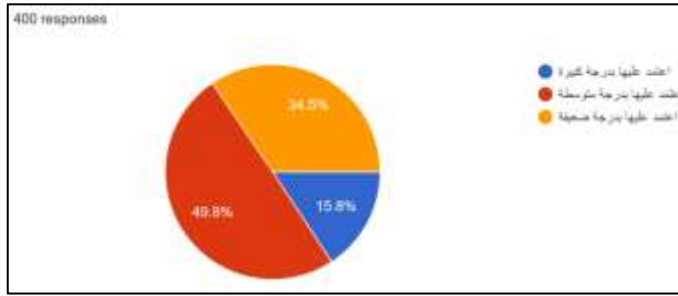


شكل (8) يوضح عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في متابعة أخبار التريند يوميًا على الصفحات الإخبارية بموقع الفيس بوك

• يوضح الشكل السابق عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في التعرض لأخبار التريند المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك فجاء في المرتبة الأولى "أقل من ساعة" بوزن مئوي ٥٤.٥%، وفي المرتبة الثانية "من ساعة لساعتين" بوزن مئوي ٢٥.٥%، وفي المرتبة الأخيرة "أكثر من ٣ ساعات" بوزن مئوي ١٢.٧%.

• وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة حرص المبحوثين عينة الدراسة على متابعة "أخبار التريند" على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك والتي سجلت في المرتبة الأولى "أحيانًا" بوزن مئوي ٥٧.٣%. كما يوضحه شكل (٣)

➤ مدى اعتماد المبحوثين على أخبار التريند المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية كمصدر للمعلومات

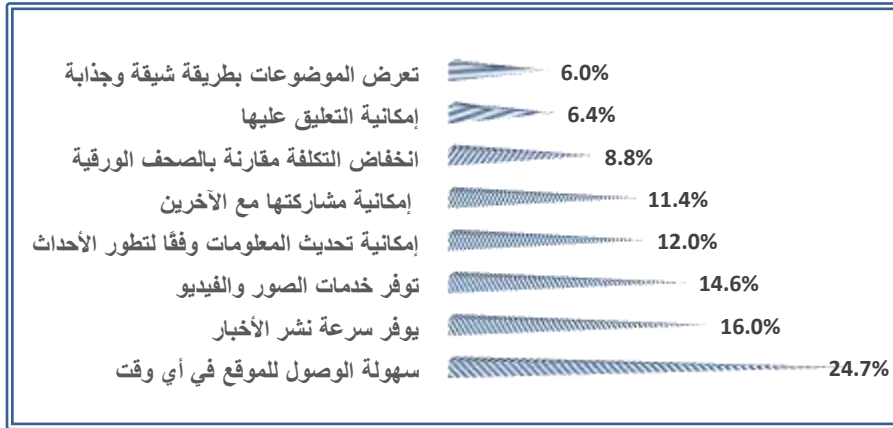


شكل (9) يوضح درجة اعتماد المبحوثين على أخبار التريند المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية كمصدر للمعلومات

- يوضح الشكل السابق أن اعتماد المبحوثين على "أخبار التريند" المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية كمصدر للمعلومات كانت "درجة متوسطة" بوزن مئوي 49.8% يليها "درجة ضعيفة" بوزن مئوي 34.5% وأخيراً "درجة مرتفعة" بوزن مئوي 15.8%.

➤ وتوضح الباحثة أن هذه النسبة منطقية خاصة في ظل إنتشار "أخبار التريند" وتداولها بصورة كبيرة بين رواد مواقع التواصل الاجتماعي مما يجعلها أحد مصادر المعلومات الحديثة، ولكن لا ينبغي الاكتفاء بمعرفة المعلومة بل تغطية جوانب القضية وتطوراتها ونشرها للمتابعين. وتتفق في ذلك مع نتيجة دراسة (محمد، سحر أحمد غريب ٢٠٢١) والتي توصلت إلى اعتماد القائمين بالاتصال على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار جاء بدرجة "متوسطة".

## ➤ أسباب متابعة المبحوثين لأخبار التريند المنشورة على الصفحات الإخبارية على الفيس بوك:



شكل (10) يوضح أسباب متابعة المبحوثين لأخبار التريند المنشورة على الصفحات الإخبارية المصرية بالفيس بوك

- جاء في مقدمة أسباب متابعة المبحوثين لأخبار التريند المنشورة على الصفحات الإخبارية على الفيس بوك (سهولة الوصول للموقع في أي وقت) بوزن مئوي (٢٤.٧%)، بينما جاء سبب (يوفر سرعة نشر الأخبار) في الترتيب الثاني بوزن مئوي (١٦%)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسات (علوان، محمد حسين. (٢٠١٩)، (محمد، فاطمة شعبان. (٢٠١٦)، (عرفات، سميرة. (٢٠١٣) و(عرفات، سميرة. (٢٠١١)، والتي أكدت أن "التغطية الفورية للأحداث وسرعة نشرها" تأتي في مقدمة أسباب اعتماد الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من غيرها، وفي الترتيب الأخير جاء سبب (تعرض الموضوعات بطريقة شيقة وجذابة) بوزن مئوي (٦%).

➤ تشير الباحثة إلى أن تراجع شراء الصحف الورقية وتوافر الأساليب التفاعلية وإنخفاض التكلفة في استخدام موقع التواصل الفيس بوك من أهم الأسباب في إقبال المبحوثين على الإطلاع على الأخبار والأحداث على الصفحات الإخبارية المصرية الموجودة به.

➤ دوافع اعتماد المبحوثين على أخبار التريند المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية بالفيس بوك

جدول (٢) يوضح دوافع اعتماد المبحوثين على أخبار التريند المنشورة بالصفحات

الإخبارية المصرية بالفيس بوك

معارض	محايد		موافق		الإحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	العبارات	
	%	ك	%	ك					%
6.5	26	38.5	154	55	220	0.617	2.48	400	تمدني بالمعلومات عن الموضوعات المختلفة
13	52	47.5	190	39.5	158	0.675	2.26	400	تساعدني في فهم أبعاد القضايا التي تهمني
17.3	69	46	184	36.8	147	0.709	2.19	400	تقدم تحليل وتفسير للأحداث الجارية
25	100	50.7	203	24.3	97	0.703	1.99	400	تساعدني في تكوين رأي تجاه الموضوعات الهامة
24.8	99	48.5	194	26.8	107	0.718	2.02	400	تساعدني في ترتيب القضايا التي يجب أن تكون ضمن أولوياتي
8.5	34	29.5	118	62	248	0.703	2.37	400	تعودت الإطلاع عليها
8.5	34	29.5	118	62	248	0.648	2.54	400	تساعدني في التعرف على آراء الآخرين من خلال التعليقات
23	92	38	152	39	156	0.772	2.16	400	تعرض معلومات غير متوفرة في وسائل الإعلام الأخرى
17	68	43	172	40	160	0.72	2.23	400	من أجل الترفيه والتسلية
20	80	43.5	174	36.5	146	0.734	2.17	400	أقرأها بالصدفة



- يوضح الجدول السابق أن أبرز دوافع المبحوثين في الاعتماد على أخبار التريند المنشورة بموقع الفيس بوك هو (تساعدني في التعرف على آراء الآخرين من خلال التعليقات) بوسط حسابي ٢.٥٤، وتتفق في ذلك مع دراسة (عبد الرازق الشهاوي، سماح. (٢٠١٨) والتي أكدت أن من الاستخدامات الأساسية لمواقع التواصل الاجتماعي في العمل الإعلامي هو التواصل والتفاعل مع الجمهور من خلال التعليقات.
- وفي المرتبة الثانية جاء دافع (تمدني بالمعلومات عن الموضوعات المختلفة) بوسط حسابي ٢.٤٨. وتتفق في ذلك مع دراسة (محمد، ربحاب سامي لطيف. (٢٠٢٠) فجاء في مقدمة دوافع اعتماد المبحوثين على استخدام وسائل الإعلام الجديد أنها تساعدهم في (اكتساب معلومات صحية حول فيروس كورونا) وأيضاً تتفق مع دراسة (علوان، محمد حسين، ٢٠١٩) حيث جاء في المرتبة الأولى دافع (الحصول على معلومات بشأن قضايا الإصلاح الاقتصادي والاجتماعي). وأيضاً مع دراسة El Khodary, M. (٢٠١٨)، التي أكدت اتجاه المبحوثين للاعتماد على المنصات الحديثة نتيجة فشل الإعلام التقليدي في توفير المعلومات بسبب القيود الرقابية والقانونية المفروضة على الوسائل التقليدية، وجاء تفضيلهم لهذه المواقع لأنها تقدم تغطية أكثر شمولاً خاصة للموضوعات المثيرة للجدل.
- وفي المرتبة الأخيرة جاء دافع (تساعدني في تكوين رأي تجاه الموضوعات الهامة) بوسط حسابي ١.٩٩.
- وتشير الباحثة إلى أن دافع (تمدني بالمعلومات عن الموضوعات المختلفة) والذي جاء في المرتبة الثانية يوضح أن المبحوثين لا يعتمدون بشكل أساسي على أخبار التريند كمصدر للمعلومات وإنما تساعدهم في التعرف على آراء الآخرين بشأن الأحداث من خلال التطبيقات المنشورة.



## ➤ التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية الناتجة عن متابعة المبحوثين "أخبار

### التريند" المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية بالفيس بوك

جدول (٣) يوضح التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية الناتجة عن متابعة المبحوثين "أخبار التريند" المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية بالفيس بوك

معارض	محايد		موافق		الإحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	العبارات		
	النسبة	العدد	النسبة	العدد						النسبة
8.8	35	32	128	59.3	237	0.653	2.51	400	تساعد فى زيادة معلوماتى عن الموضوعات المختلفة	معرفي
6.5	26	31.8	127	61.8	247	0.615	2.55	400	تجعلنى أكثر وعيًّا بالأحداث المطروحة على الساحة	
24.5	98	47.3	189	28.2	113	0.726	2.04	400	تساهم فى تشكيل آرائى نحو القضايا المختلفة	
22.5	90	53.5	214	24	96	0.683	2.01	400	ابتعد عن قراءة موضوعات التريند لأنها مضللة	سلوكي
13.5	54	28.7	115	57.8	231	0.72	2.44	400	أجمل من نشر موضوعات التريند التى توظف الإثارة	
50.2	201	37	148	12.8	51	0.7	1.63	400	أشارك فى التعليق أو الإعجاب على هذه الموضوعات	
24	96	39.3	157	36.8	147	0.77	2.13	400	تؤثر فى قرارى بمتابعة الصفحة الإخبارية التى تنشرها	
11.8	47	35.8	143	52.5	210	0.691	2.41	400	تؤثر على صداقية هذه الصفحات الإخبارية لدى	
50.5	202	40.8	163	8.8	35	0.647	1.58	400	قللت من شعورى بالقلق والتشاؤم من المستقبل	وجداني
6.3	25	21.3	85	72.5	290	0.591	2.66	400	أشعر بالغضب تجاه نشر الموضوعات المبتذلة	
6	24	20.3	81	73.8	295	0.583	2.68	400	أشعر بالقلق نتيجة تدنى مستوى الوعي المجتمعي	
16	64	46.8	187	37.3	149	0.699	2.21	400	أشعر بالتباعد الفكرى والثقافى بينى وبين الوسيلة	



- يشير الجدول السابق إلى التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية الناتجة عن متابعة المبحوثين لـ "أخبار التريند" المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية بالفيس بوك وهي كالتالي:
- أولاً: التأثيرات المعرفية، جاء في المرتبة الأولى (تجعلني أكثر وعياً بالأحداث المطروحة على الساحة) بوسط حسابي ٢.٥٥، وفي المرتبة الثانية (تساعد في زيادة معلوماتي عن الموضوعات المختلفة) بوسط حسابي ٢.٥١ وفي المرتبة الأخيرة (تساهم في تشكيل آرائي نحو القضايا المختلفة) بوسط حسابي ٢.٠٤.
- وتشير الباحثة إلى أن استجابات المبحوثين عن التأثيرات المعرفية جاءت متقاربة ويوضح ذلك تقارب نسب الوسط الحسابي لكل منها مما يشير إلى تحقق التأثيرات المعرفية السابق ذكرها لدى المبحوثين عند تعرضهم لأخبار التريند المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية بالفيس بوك. وتتفق في ذلك مع دراسة (محمد، ربحاب سامى لطيف. (٢٠٢٠) حيث جاءت استجابات المبحوثين متقاربة فكانت (اكتسبت معلومات وخبرات جيدة حول فيروس كورونا) و (أعرف الطرق الوقائية لتجنب الإصابة بالفيروس) من أبرز التأثيرات المعرفية التي أثرت في المبحوثين. وأيضاً دراسة (القاضي، أميرة فتحى إبراهيم. (٢٠٢٢). فجاء في مقدمة التأثيرات المعرفية لمتابعة الشباب قضايا الإصلاح بوسائل الإعلام الجديدة أنها (قادرة على تزويدى بالمعرفة عن تطورات البرامج الإصلاحية).
- ثانياً: التأثيرات السلوكية، جاء في المرتبة الأولى (أخجل من نشر موضوعات التريند التي توظف الإثارة) بوسط حسابي ٢.٤٤، وفي المرتبة الأخيرة (أشارك في التعليق أو الإعجاب على هذه الموضوعات) بوسط حسابي ١.٦٣، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة تفاعل المبحوثين مع أخبار التريند المنشورة بالصفحات

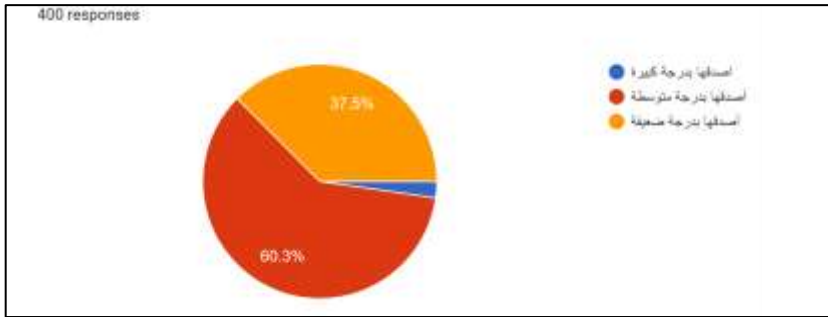


الإخبارية المصرية بالفيس بوك شكل (١٣) حيث سجل المبحوثين نسبة قليلة جداً في التفاعل بـ (أشارك بالتعليق عليها) بوزن مئوى ٣.٣%.

- ثالثاً: التأثيرات الوجدانية، جاء في المرتبة الأولى (أشعر بالقلق نتيجة تبنى مستوى الوعى المجتمعي) بوسط حسابى ٢.٦٨، وتشير هذه النتيجة إلى عدم رضا المبحوثين عن طريقة عرض أخبار التريند المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية بالفيس بوك، وتتفق مع دراسة (القاضي، أميرة فتحى إبراهيم. ٢٠٢٢) حيث جاء في مقدمة التأثيرات الوجدانية لقياس مستويات تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على الشباب فى متابعة قضايا الإصلاح "الحنن من تبنى مستوى الوعى المجتمعي علمياً بمتطلبات التنمية".
- وجاء في المرتبة الأخيرة (قللت من شعورى بالقلق والتشاؤم من المستقبل) بوسط حسابى ١.٥٨.

#### ثانياً: مصداقية أخبار التريند لدى المبحوثين

➤ مدى مصداقية أخبار التريند المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية على موقع الفيس بوك لدى المبحوثين

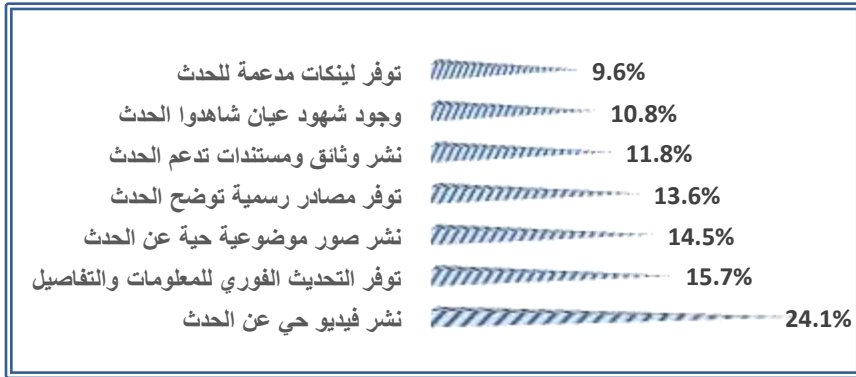


شكل (11) يوضح مدى مصداقية أخبار التريند المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية على موقع الفيس بوك لدى المبحوثين



- يوضح الشكل السابق أن مصداقية المبحوثين تجاه "أخبار التريند" المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية على موقع الفيس بوك كانت "بدرجة متوسطة" بوزن مئوى ٦٠.٣%. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من (الموسوى، حسين على نور و حميد، شريف سعيد. (٢٠١٩) و(محمد، فاطمة شعبان. (٢٠١٦)، حيث جاءت درجة توفر المصداقية فى الأخبار المقدمة على موقع التواصل الفيس بوك "بدرجة متوسطة". وتتفق أيضاً مع دراسة (Kim, D., & Johnson, T. J.) (2009) والتي أعطى فيها المبحوثين تصنيفاً أعلى لمصداقية المواقع الإخبارية المستندة إلى مواقع الويب مقارنةً بالوسائط التقليدية.
- وفى المرتبة الثانية جاءت "بدرجة ضعيفة" بوزن مئوى ٣٧.٥% وأخيراً "بدرجة كبيرة" بوزن مئوى ٢.٣%.

➤ العناصر التى تدعم ثقة المبحوثين عينة الدراسة فى أخبار التريند المنشورة على الصفحات الإخبارية المصرية على الفيس بوك:



شكل (12) يوضح العناصر التى تدعم ثقة المبحوثين فى أخبار التريند المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية على موقع الفيس بوك



- جاء في مقدمة العناصر التي تدعم ثقة المبحوثين عينة الدراسة في أخبار التريند المنشورة على الصفحات الإخبارية على الفيس بوك هو (نشر فيديو حتى عن الحدث) بوزن مئوى (٢٤.١%)، بينما جاء سبب (توفر التحديث الفورى للمعلومات والتفاصيل) فى الترتيب الثانى بوزن مئوى (١٥.٧%)، وفى الترتيب الأخير سبب (توفر لينكات مدعمة للحدث) بوزن مئوى (٩.٦%).
- وتتفق فى ذلك مع نتائج دراسة الشريف، سالم بن ناصر. (٢٠٢٢)، والتي جاء فى مقدمة العناصر التي تدعم ثقة الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعى "عرض المعلومات مصحوبة بفيديو".
- توضح الباحثة فى هذا الشأن أنه كلما توفر أكثر من عنصر من العناصر السابقة مع الأخبار خاصة المدعمة بالصور والفيديوهات الحية التى توضح الحدث وتدعمه كلما ساهم ذلك فى زيادة مصداقيتها لدى المتابعين.

## ➤ تقييم المبحوثين لمستوى مصداقية "أخبار التريند" المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك

جدول (٤) يوضح تقييم المبحوثين لمستوى مصداقية "أخبار التريند" المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك

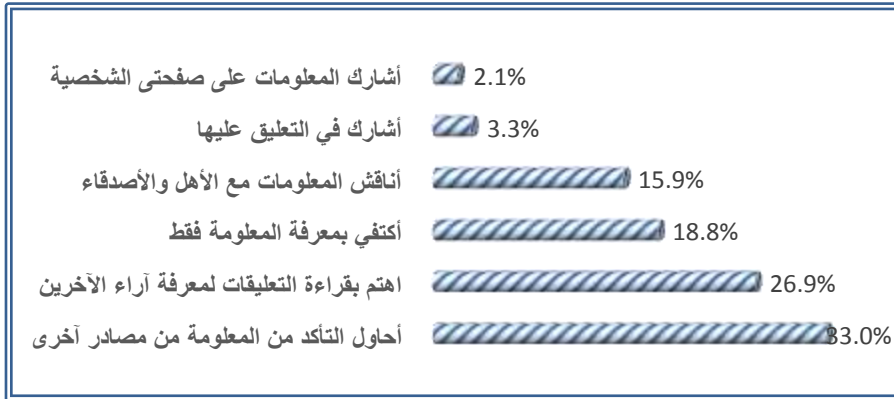
العبارات	العدد	المتوسط الحسابي	الإحراف المعياري	دائماً		أحياناً		نادراً	
				النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد
تحتوى على معلومات دقيقة	400	1.81	0.498	4.5	18	71.5	286	24	96
تلتزم بالقواعد الاخلاقية	400	1.61	0.568	4.3	17	53	212	42.8	171
توفر صور أو فيديو عن الحدث	400	2.35	0.559	39	156	56.8	227	4.3	17
تنسب الموضوعات لمصادر واضحة	400	1.88	0.59	12	48	63.7	255	24.3	97
تعتمد على العناوين المثيرة ومضمون ضعيف	400	2.45	0.616	52	208	41.5	166	6.5	26
تقدم معلومات مضللة وغير صحيحة	400	2.05	0.51	15.8	63	73.8	295	10.5	42
تهدف لإثارة الجدل وجذب المشاهدات	400	2.51	0.609	56.5	226	37.5	150	6	24
تخالف قواعد وقيم المجتمع المصري	400	2.08	0.578	21	84	66	264	13	52
تعتمد على مصادر ضعيفة لا علاقة لها بالأحداث	400	2.05	0.553	18	72	69.3	277	12.8	51

• يوضح الجدول السابق تقييم المبحوثين لمستوى مصداقية "أخبار التريند"، فجاء في المرتبة الأولى أنها (تهدف لإثارة الجدل وجذب المشاهدات) بوسط حسابي ٢.٥١. وتتفق في ذلك مع نتائج دراسة "طاهات، زهير ياسين والمطيري، سعود صنت. (٢٠٢٢). في عدم ثقة الناخب الكويتي في المعلومات المنشورة عن الانتخابات البرلمانية على مواقع التواصل الاجتماعي لأنها "تستخدم في نشر الشائعات".

➤ وفي المرتبة الثانية (تعتمد على العناوين المثيرة ومضمون ضعيف) بوسط حسابي ٢.٤٥ وفي المرتبة الثالثة (توفر صور أو فيديو عن الحدث) بوسط حسابي ٢.٣٥، وجاء في المرتبة الأخيرة أنها (تلتزم بالقواعد الأخلاقية) بوسط حسابي ١.٦١.

➤ وتوضح الباحثة أن هذه النتيجة مع النتائج السابقة تشير إلى هيمنة الاتجاه السلبي على تقييم المبحوثين لمستوى مصداقية "أخبار التريند" المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك، حيث جاءت أغلب الاستجابات لتوضح رأى المبحوثين في أخبار التريند بأنها تعتمد على إثارة الجدل وجذب المشاهدات واستخدام العناوين المثيرة والمضمون الضعيف مما يثنى المبحوثين عن مشاركة هذه الأخبار أو التعليق عليها وأنها مجرد أداة للإطلاع على الأخبار المطروحة على الساحة ولكنها لا تساهم في تكوين آرائهم تجاه الموضوعات الهامة كما يوضحه الشكل التالي.

➤ مدى تفاعل المبحوثين مع أخبار التريند المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية بالفيس بوك:



شكل (13) يوضح مدى تفاعل المبحوثين مع أخبار التريند المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية بالفيس بوك

- جاءت (محاولة التأكد من المعلومة من مصادر أخرى) في مقدمة الطرق التي يتفاعل بها المبحوثين مع أخبار التريند المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية بالفيس بوك بوزن مؤوى (٣٣%)، وتتفق في ذلك مع نتائج دراسات

الموسوى، حسين على نور، وحמיד، شريف سعيد. (٢٠١٩)، (عرفات، سمية (٢٠١٣)، فى اتجاه المبحوثين للتفاعل مع الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعى بمحاولة التأكد من المعلومات من مصادر أخرى.

➤ وفى الترتيب الثانى جاء (الاهتمام بقراءة التعليقات لمعرفة آراء الآخرين) بوزن مئوى (٢٦.٩%)، وفى الترتيب الأخير (مشاركة المعلومات على الصفحة الشخصية) بوزن مئوى (٢.١%).

➤ وفى هذا الصدد تشير الباحثة إلى أن موقع التواصل الاجتماعى "الفيس بوك" وما يتيح من إمكانيات تفاعلية للمستخدمين يساعد الأفراد على التحقق من المعلومة بأكثر من طريقة للتأكد من مستوى مصداقية المادة المقدمة لديه.

➤ أبرز الموضوعات التى يفضل المبحوثين متابعتها فى الصفحات الإخبارية المصرية بالفيس بوك:



شكل (14) يوضح أبرز الموضوعات التى يفضل المبحوثين متابعتها فى الصفحات الإخبارية المصرية بالفيس بوك





- جاءت (الموضوعات الاجتماعية) في مقدمة الموضوعات التي يفضل المبحوثين عينة الدراسة متابعتها في الصفحات الإخبارية المصرية بالفيس بوك بوزن مئوى (٢١.٨%)، يليها (الموضوعات السياسية) بوزن مئوى (١٥.٦%)، وفى الترتيب الأخير جاءت (موضوعات الفضاء والإثارة) بوزن مئوى (٣.١%).
- وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسات (الموسوى، حسين على نور، و حميد، شريف سعيد. (٢٠١٩)، (علوان، محمد حسين. (٢٠١٩) و (علوان، محمد حسين. (٢٠١٧)، حيث جاءت الموضوعات الاجتماعية من بين مقدمة الموضوعات التي يحرص الجمهور على متابعتها بينما اختلفت مع دراسة الباحثون HA, Louisa, et al (2018)، والتي أكدت وجود انخفاضاً مطرداً فى الاهتمام بالأخبار السياسية أكثر من غيرها بين عينة المبحوثين.

➤ تشير الباحثة أنه فى الوقت الذى تظهر فيه بعض "أخبار التريند" ذات المحتوى الضعيف، مثل فضائح المشاهير على سبيل المثال، إلا أن الموضوعات الاجتماعية التى تتعلق بالمواطن واهتماماته التى تلقى رواجاً بين رواد مواقع التواصل الاجتماعى مما يجعلها على قائمة المشاهدات، وكذلك الموضوعات السياسية والاقتصادية نظراً لارتباطها بمصالح المواطن بشكل مباشر.

### ثالثاً: اختبارات فروض الدراسة

الفرض الأول، وينص على:

" توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على صحافة التريند فى الصفحات الإخبارية المصرية على الفيس بوك وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع/ فئات العمر/ المستوى التعليمي/ المهنة/ المستوى الاقتصادى والاجتماعي).

قامت الباحثة لاختبار هذا الفرض باستخدام ما يلي:



- أ- إجراء الإحصاءات الوصفية (الوسط الحسابي - الإنحراف المعياري).
- ب- إجراء الإحصاءات الإستدلالية (اختبار (ت) لعينتين مستقلتين، اختبار التباين أحادي الاتجاه).

وفيما يلي نتائج اختبار صحة الفرض الأول للدراسة:

حسب النوع:

جدول (٥)

اختبارات للمقارنة بين فئتي الدراسة (ذكور - إناث) حول اعتماد المبحوثين من حيث النوع على أخبار التريند في الصفحات الإخبارية المصرية على الفيس بوك

الدلالة Sig	T test	إناث		ذكور		البُعد
		الإنحراف المعياري	المتوسط	الإنحراف المعياري	المتوسط	
٠.١٤١	١.٤٧٤	٠.٧٠٧	١.٨٦	٠.٦٥٢	١.٧٦	اعتماد المبحوثين على أخبار التريند في الصفحات الإخبارية المصرية على الفيس بوك

يتضح من الجدول السابق أن:-

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئتي الدراسة من حيث النوع (ذكور- إناث) من حيث اعتمادهم على أخبار التريند في الصفحات الإخبارية المصرية على موقع الفيس بوك حيث أن مستوى الدلالة أكبر من ٥%، وهي غير دالة.
- ويوضح ذلك عدم ثبوت صحة الفرض الفرعي الأول جزئياً. وتشير الباحثة أنه يمكن تفسير ذلك نتيجة أن نسبة مشاركة المبحوثين في العينة كانت متقاربة حيث بلغ متوسط مشاركة الإناث ١.٨٦ مقابل ١.٧٦ للذكور.

### حسب فئات العمر:

#### جدول (٦)

يوضح تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف في اعتماد المبحوثين على أخبار التريند في الصفحات الإخبارية المصرية على الفيس بوك حسب فئات العمر

المعنوية Sig.	قيمة F	الإحراف المعياري	المتوسط	فئات العمر	البعد
*٠.٠٠٢	٤.٣٠٥	٠.٦٧٣	١.٩٨	من ١٨ إلى أقل من ٢٨ سنة	اعتماد المبحوثين على أخبار التريند في الصفحات الإخبارية المصرية على الفيس بوك
		٠.٦٦٨	١.٧١	من ٢٨ إلى أقل من ٣٨ سنة	
		٠.٧٠٨	١.٧٤	من ٣٨ إلى أقل من ٤٨ سنة	
		٠.٥٢٢	١.٥٠	من ٤٨ إلى أقل من ٥٨ سنة	
		٠.٦٩٠	٢.١٤	من ٥٨ سنة فأكثر	

\* تشير إلى معنوية اختبار ف عند مستوى معنوية ٠.٠٠٥

#### يتضح من الجدول السابق أنه

- توجد فروق معنوية بين فئات العمر حول اعتماد المبحوثين على أخبار التريند في الصفحات الإخبارية المصرية على الفيس بوك حيث إن مستوى المعنوية أقل من ٥%.
- ويوضح ذلك ثبوت صحة الفرض الفرعي الأول جزئياً، ونستخلص من هذا وجود اختلاف بين فئات العمر بين المبحوثين في اعتمادهم على أخبار التريند في الصفحات الإخبارية المصرية على الفيس بوك كمصدر للمعلومات لصالح فئة العمر من "٥٨ عاماً فأكثر" بمتوسط ٢.١٤ يليها فئة العمر من "١٨ إلى أقل من ٢٨ عاماً" بمتوسط ١.٩٨.



جدول (٧)

يوضح تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف حول اعتماد الباحثين على أخبار التريند في الصفحات الإخبارية المصرية على الفيس بوك حسب المستوى التعليمي

المعنوية Sig.	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط	المستوى التعليمي	البُعد
٠.٦١٧	٠.٥٩٧	٠.٥٢٣	٢	يقرأ ويكتب	اعتماد الباحثين على أخبار التريند في الصفحات الإخبارية المصرية على الفيس بوك
		٠.٦٨٩	١.٦٥	متوسط	
		٠.٦٧٨	١.٨٢	جامعي	
		٠.٧٧٢	١.٨٦	دراسات عليا	

يتضح من الجدول السابق أن

- لا توجد فروق معنوية بين فئات المستوى التعليمي حول اعتماد الباحثين على أخبار التريند في الصفحات الإخبارية المصرية على الفيس بوك حيث أن مستوى المعنوية أكبر من ٥%.
- ويوضح ذلك عدم ثبوت صحة الفرض الفرعي الأول جزئياً، ونستخلص من هذا أن المستوى التعليمي لم يؤثر على اعتماد الباحثين على أخبار التريند في الصفحات الإخبارية المصرية على الفيس بوك كمصدر للمعلومات حيث كانت أغلبية الباحثين من الحاصلين على مؤهل جامعي.

## حسب المهنة

### جدول (٨)

يوضح تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف حول اعتماد المبحوثين على أخبار التريند في الصفحات الاخبارية على الفيس بوك حسب المهنة

المعنوية Sig.	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط	المهنة	البُعد
٠.٠٥٣	٢.٢٠٥	٠.٦٥٠	٢.٠١	طالب	اعتماد المبحوثين على أخبار التريند في الصفحات الاخبارية على الفيس بوك
		٠.٧١٩	١.٨٠	موظف حكومي	
		٠.٦٩٦	١.٧٢	اعمال حرة	
		٠.٦٧٦	١.٧٧	موظف قطاع خاص	
		٠.٦٨٨	١.٧٥	بدون عمل	
		٠.٥٧٧	٢.٣٣	معاش	

يتضح من الجدول السابق أن

- لا توجد فروق معنوية بين المهن المختلفة حول اعتماد المبحوثين على أخبار التريند في الصفحات الاخبارية على الفيس بوك حيث أن مستوى المعنوية أكبر من ٥% >
- ويوضح ذلك عدم ثبوت صحة الفرض الفرعي الأول جزئياً، ونستخلص من هذا أن هناك اتفاق بين المهن المختلفة في اعتماد المبحوثين على أخبار التريند في الصفحات الاخبارية على الفيس بوك.

## حسب المستوى الاقتصادي والاجتماعي

## جدول (٩)

يوضح تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف حول اعتماد المبحوثين على أخبار التريند في الصفحات الاخبارية على الفيس بوك حسب المستوى الاقتصادي والاجتماعي

المعنوية Sig.	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط	المستوى الاقتصادي والاجتماعي	البُعد
٠.٩٦٨	٠.٠٣٣	٠.٦٣٢	١.٨٠	منخفض	اعتماد المبحوثين على أخبار التريند في الصفحات الاخبارية على الفيس بوك
		٠.٦٨٨	١.٨١	متوسط	
		٠.٦٧١	١.٨٥	مرتفع	

يتضح من الجدول السابق أن

- لا توجد فروق معنوية بين فئات المستوى الاقتصادي والاجتماعي حول اعتماد المبحوثين على أخبار التريند في الصفحات الاخبارية على الفيس بوك حيث أن مستوى المعنوية أكبر من ٥%،
- ويوضح ذلك عدم ثبوت صحة الفرض الفرعي الأول جزئياً، ونستخلص من هذا أن هناك اتفاق بين فئات المستوى الاقتصادي والاجتماعي حول اعتماد المبحوثين على أخبار التريند في الصفحات الاخبارية على الفيس بوك.

الفرض الثاني وينص على:

" توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات ( المعرفية / الوجدانية / السلوكية ) الناجمة عن اعتماد المبحوثين عينة الدراسة على صحافة التريند على الصفحات الإخبارية المصرية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (المستوى التعليمي/ النوع/ فئات العمر/ المهنة/ المستوى الاقتصادي والاجتماعي)".

قامت الباحثة لاختبار هذا الفرض باستخدام ما يلي:

- أ- إجراء الإحصاءات الوصفية (الوسط الحسابي - الإنحراف المعياري).  
 ب- إجراء الإحصاءات الإستدلالية (اختبارات لعينتين مستقلتين، اختبار التباين أحادي الاتجاه).

وفيما يلي نتائج اختبار صحة الفرض الثاني للدراسة:  
 حسب النوع:

جدول (١٠)

اختبارات للمقارنة بين فئتي الدراسة (ذكور - إناث) حول التأثيرات (المعرفية / الوجدانية / السلوكية) الناجمة عن اعتماد المبحوثين على أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك

الدلالة Sig	T test	إناث		ذكور		البُعد
		الإنحراف المعياري	المتوسط	الإنحراف المعياري	المتوسط	
*٠.٠٢٢	٢.٢٩٦	٠.٥٥١	٢.٤٢	٠.٥٥٢	٢.٢٩	التأثيرات المعرفية
٠.٤٢٧	٠.٧٩٥	٠.٣٧٢	٢.١١	٠.٤٠٨	٢.١٤	التأثيرات الوجدانية
*٠.٠١٩	٢.٣٤٩	٠.٣٩٦	٢.٢٤	٠.٣٧٩	٢.٣٤	التأثيرات السلوكية

\* تشير إلى معنوية اختبارت عند مستوى معنوية ٠.٠٠٥.

يتضح من الجدول السابق أن:-

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئتي الدراسة (ذكور - إناث) حول التأثيرات (المعرفية/ السلوكية) الناجمة عن اعتماد المبحوثين على أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية حيث أن مستوى الدلالة أقل من ٥%، وهي دالة.
- يدل هذا على ثبوت صحة الفرض الثاني جزئياً حيث توجد فروق معنوية بين فئتي الدراسة من حيث النوع (ذكور - إناث) حول التأثيرات (المعرفية/ السلوكية) الناجمة عن اعتماد المبحوثين على أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية.



- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فنتي الدراسة (ذكور - إناث) حول التأثيرات (الوجدانية) الناجمة عن اعتماد المبحوثين على أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية حيث أن مستوى الدلالة أكبر من ٥%، وهي غير دالة.

#### - حسب فئات العمر:

جدول (١١) يوضح تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف في التأثيرات (المعرفية/ الوجدانية/ السلوكية) الناجمة عن اعتماد المبحوثين على أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية حسب فئات العمر

المعنوية Sig.	قيمة F	الإحراف المعياري	المتوسط	فئات العمر	البُعد
*٠.٠١٢	٣.٢٥٢	٠.٥١٧	٢.٤٧	من ١٨ إلى أقل من ٢٨ سنة	التأثيرات المعرفية
		٠.٥٧٠	٢.٣٤	من ٢٨ إلى أقل من ٣٨ سنة	
		٠.٥٤٤	٢.٢٤	من ٣٨ إلى أقل من ٤٨ سنة	
		٠.٥٨٣	٢.٠٦	من ٤٨ إلى أقل من ٥٨ سنة	
		٠.٥٦٠	٢.٤٣	من ٥٨ سنة فأكثر	
٠.٧٣٣	٠.٥٠٣	٠.٣٥٢	٢.١٤	من ١٨ إلى أقل من ٢٨ سنة	التأثيرات الوجدانية
		٠.٣٩٦	٢.٠٩	من ٢٨ إلى أقل من ٣٨ سنة	
		٠.٤٤٤	٢.١٥	من ٣٨ إلى أقل من ٤٨ سنة	
		٠.٢٣٩	٢.١٧	من ٤٨ إلى أقل من ٥٨ سنة	
		٠.٥٦٢	٢.١٤	من ٥٨ سنة فأكثر	
٠.١١٧	١.٨٥٧	٠.٣٥٩	٢.٢٧	من ١٨ إلى أقل من ٢٨ سنة	التأثيرات السلوكية
		٠.٤٠٧	٢.٢٦	من ٢٨ إلى أقل من ٣٨ سنة	
		٠.٤١٧	٢.٣٩	من ٣٨ إلى أقل من ٤٨ سنة	
		٠.٢٦٤	٢.٣١	من ٤٨ إلى أقل من ٥٨ سنة	
		٠.٤٢٦	٢.٠٧	من ٥٨ سنة فأكثر	

\* تشير إلى معنوية اختبار ف عند مستوى معنوية ٠.٠٠٥.



### يتضح من الجدول السابق أن

- توجد فروق معنوية بين فئات العمر والتأثيرات (المعرفية) الناجمة عن اعتماد المبحوثين على أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية حيث إن مستوى المعنوية أقل من ٥%.
- ويدل هذا على ثبوت صحة الفرض الثانى جزئياً. ونستخلص من هذا أن هناك اختلاف بين فئات العمر حول التأثيرات ( المعرفية/ الوجدانية/ السلوكية) الناجمة عن اعتماد المبحوثين على أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية لصالح فئة العمر من "١٨ لأقل من ٢٨ عاماً" بمتوسط ٢.٤٧، يليها فئة العمر من "٥٨ عاماً فأكثر" فى المرتبة الثانية بمتوسط ٢.٤٣.
- لا توجد فروق معنوية بين فئات العمر والتأثيرات (الوجدانية/ السلوكية) الناجمة عن اعتماد المبحوثين على أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية حيث إن مستوى المعنوية أكبر من ٥%. ونستخلص من هذا أن هناك اتفاق بين فئات العمر حول التأثيرات (الوجدانية/ السلوكية) الناجمة عن اعتماد المبحوثين على أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية.

## جدول (١٢)

يوضح تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف حول التأثيرات (المعرفية / الوجدانية / السلوكية) الناجمة عن اعتماد المبحوثين على أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية حسب المستوى التعليمي

البعد	المستوى التعليمي	المتوسط	الإحراف المعياري	قيمة F	المعنوية Sig.
التأثيرات المعرفية	يقرأ ويكتب	٢.١١	٠.٥٠٩	١.٦٠٤	٠.١٨٨
	متوسط	٢.١٥	٠.٧١٩		
	جامعي	٢.٣٨	٠.٥٤٤		
	دراسات عليا	٢.٣٦	٠.٥٠٧		
التأثيرات الوجدانية	يقرأ ويكتب	٢.٢٠	٠.٣٤٦	١.٩٦٥	٠.١١٩
	متوسط	١.٩٦	٠.٤٧٧		
	جامعي	٢.١٣	٠.٣٨٤		
	دراسات عليا	٢.١٩	٠.٣٣٤		
التأثيرات السلوكية	يقرأ ويكتب	٢	٠.٦٦١	٤.٣٥٨	*٠.٠٠٥
	متوسط	٢.٠٤	٠.٤٨٨		
	جامعي	٢.٣٠	٠.٣٧٤		
	دراسات عليا	٢.٣٠	٠.٣٩٢		

\* تشير إلى معنوية اختبار ف عند مستوى معنوية ٠.٠٠٥

## يتضح من الجدول السابق أن

- توجد فروق معنوية بين فئات المستوى التعليمي والتأثيرات (السلوكية) الناجمة عن اعتماد المبحوثين على أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية حيث أن مستوى المعنوية أقل من ٥%. ويدل هذا على ثبوت صحة الفرض الثاني. ونستخلص من هذا أن هناك اختلاف بين فئات المستوى التعليمي حول التأثيرات (السلوكية) لصالح فئتي "المؤهل الجامعي والحاصلين على دراسات عليا" بمتوسط ٢.٣٠ لكل منهما.
- لا توجد فروق معنوية بين فئات المستوى التعليمي حول التأثيرات (المعرفية/ الوجدانية) الناجمة عن اعتماد المبحوثين على أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية حيث أن مستوى المعنوية أكبر من ٥%. ونستخلص من

هذا أن هناك اتفاق بين فئات المستوى التعليمي حول التأثيرات (المعرفية/ الوجدانية) الناجمة عن اعتماد المبحوثين على أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية.

### حسب المهنة

جدول (١٣) يوضح تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف حول التأثيرات (المعرفية / الوجدانية / السلوكية) الناجمة عن اعتماد المبحوثين على أخبار التريند على الصفحات الإخبارية حسب المهنة

المعنوية Sig.	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط	المهنة	البعد
*٠.٠٣٢	٢.٤٦٩	٠.٥٢٠	٢.٥٥	طالب	التأثيرات المعرفية
		٠.٥٧٨	٢.٢٩	موظف حكومي	
		٠.٥٠٣	٢.٣٢	اعمال حرة	
		٠.٥٦٤	٢.٣٢	موظف قطاع خاص	
		٠.٥٧٧	٢.٣١	بدون عمل	
		٠.٥٧٧	٢.٦٧	معاش	
٠.١٣٧	١.٦٨٥	٠.٣٠٧	٢.١٣	طالب	التأثيرات الوجدانية
		٠.٣٨٦	٢.١٩	موظف حكومي	
		٠.٤٢٩	٢.١٦	اعمال حرة	
		٠.٣٩٩	٢.١١	موظف قطاع خاص	
		٠.٣٩٧	٢.٠٣	بدون عمل	
		٠.٤١٦	٢.٥٣	معاش	
٠.١٥٢	١.٦٢٦	٠.٣٦٦	٢.٢٣	طالب	التأثيرات السلوكية
		٠.٣٥٨	٢.٣٤	موظف حكومي	
		٠.٣٨٠	٢.٣٥	اعمال حرة	
		٠.٣٩٨	٢.٢٩	موظف قطاع خاص	
		٠.٤٢٥	٢.٢٣	بدون عمل	
		٠.٣٨٢	١.٩٢	معاش	

\* تشير الى معنوية اختبار ف عند مستوى معنوية ٠.٠٥.

### يتضح من الجدول السابق أن

- توجد فروق معنوية بين المهن المختلفة حول التأثيرات (المعرفية) الناجمة عن اعتماد المبحوثين على أخبار التريند على الصفحات الإخبارية حيث إن مستوى المعنوية أقل من ٥%، ويدل هذا على ثبوت صحة الفرض الثانى جزئياً فى وجود فروق معنوية بين المهن المختلفة والتأثيرات (المعرفية) الناجمة عن اعتماد المبحوثين على أخبار التريند على الصفحات الإخبارية.



- لا توجد فروق معنوية بين المهن المختلفة حول التأثيرات (الوجدانية / السلوكية) الناجمة عن اعتماد المبحوثين على أخبار التريند على الصفحات الإخبارية حيث إن مستوى المعنوية أكبر من ٥%، ونستخلص من هذا أن هناك اتفاق بين المهن المختلفة حول التأثيرات (الوجدانية / السلوكية) الناجمة عن اعتماد المبحوثين على أخبار التريند على الصفحات الإخبارية.

### حسب المستوى الاقتصادي والاجتماعي

جدول (١٤)

يوضح تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف حول التأثيرات (المعرفية / الوجدانية / السلوكية) الناجمة عن اعتماد المبحوثين على أخبار التريند على الصفحات الإخبارية حسب المستوى الاقتصادي والاجتماعي

المعنوية Sig.	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط	المستوى الاقتصادي والاجتماعي	البُعد
٠.٥٩٧	٠.٥١٦	٠.٥٤٥	٢.٤٣	منخفض	التأثيرات المعرفية
		٠.٥٥٥	٢.٣٧	متوسط	
		٠.٥٧١	٢.٢٥	مرتفع	
٠.٦٣١	٠.٤٦١	٠.٣٩٨	٢.٢٤	منخفض	التأثيرات الوجدانية
		٠.٣٩٢	٢.١٢	متوسط	
		٠.٣١٤	٢.١٢	مرتفع	
٠.٥٠٣	٠.٦٨٨	٠.٣٩١	٢.٢٥	منخفض	التأثيرات السلوكية
		٠.٣٨٦	٢.٢٩	متوسط	
		٠.٤٨٦	٢.١٩	مرتفع	

يتضح من الجدول السابق أن

- لا توجد فروق معنوية بين فئات المستوى الاقتصادي والاجتماعي حول التأثيرات (المعرفية / الوجدانية) الناجمة عن اعتماد المبحوثين على أخبار التريند على الصفحات الإخبارية حيث أن مستوى المعنوية أكبر من ٥%، ونستخلص من هذا أن هناك اتفاق بين فئات المستوى الاقتصادي

والاجتماعى حول التأثيرات (المعرفية / الوجدانية) الناجمة عن اعتماد  
المبوحثين على أخبار التريند على الصفحات الإخبارية.

الفرض الثالث، وينص على:

" توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى ثقة المبوحثين عينة الدراسة فى صحافة  
التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك وفقاً للمتغيرات  
الديموغرافية (المستوى التعليمي/ النوع/ فئات العمر/ المهنة/ المستوى الاقتصادي  
والاجتماعي)".

قامت الباحثة لاختبار هذا الفرض باستخدام ما يلي:

أ- إجراء الإحصاءات الوصفية (الوسط الحسابي - الإنحراف المعياري).

ب- إجراء الإحصاءات الاستدلالية (اختبار ت لعينتين مستقلتين، اختبار التباين  
أحادي الاتجاه).

وفيما يلي نتائج اختبار صحة الفرض الثالث للدراسة:

حسب النوع:

جدول (١٥)

اختبارات للمقارنة بين فئتي الدراسة (ذكور- إناث) حول مدى ثقة المبوحثين فى أخبار التريند المنشورة  
على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك

الدلالة Sig	T test	إناث		ذكور		البعد
		المتوسط المعياري	المتوسط المعياري	المتوسط المعياري	المتوسط المعياري	
*٠.٠٢١	٢.٣١٤	٠.٥٣١	١.٧٠	٠.٥٠٦	١.٥٨	مدى ثقة المبوحثين فى أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك

\* تشير إلى معنوية اختبارات عند مستوى معنوية ٠.٠٠٥.



يتضح من الجدول السابق أن:-

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئتي الدراسة (ذكور- إناث) حول مدى ثقة الباحثين في أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك حيث أن مستوى الدلالة أقل من ٥% وهى دالة.
- يدل هذا على ثبوت صحة الفرض الثالث جزئياً، حيث توجد فروق معنوية بين فئتي الدراسة (ذكور- إناث) حول مدى الثقة في أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك لصالح فئة الإناث بمتوسط ١.٧٠.

حسب فئات العمر:

جدول (16)

يوضح تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف في مدى ثقة الباحثين في أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك حسب فئات العمر

المعنوية Sig.	قيمة F	الإنحراف المعياري	المتوسط	فئات العمر	البُعد
*٠.٠٠٥	٣.٧٥٩	٠.٥١٠	١.٧٨	من ١٨ إلى أقل من ٢٨ سنة	مدى ثقة الباحثين في أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك
		٠.٥٢٥	١.٦٠	من ٢٨ إلى أقل من ٣٨ سنة	
		٠.٥٠٣	١.٥٣	من ٣٨ إلى أقل من ٤٨ سنة	
		٠.٥٢٢	١.٥٠	من ٤٨ إلى أقل من ٥٨ سنة	
		٠.٥٣٥	١.٥٧	من ٥٨ سنة فأكثر	

\* تشير إلى معنوية اختبار ف عند مستوى معنوية ٠.٠٥.

يتضح من الجدول السابق أن

- توجد فروق معنوية بين فئات العمر حول مدى ثقة المبحوثين في أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك حيث إن مستوى المعنوية أقل من ٥%.
- يدل هذا على ثبوت صحة الفرض الثالث جزئياً، ونستخلص من هذا أن هناك اختلاف بين فئات العمر حول مدى الثقة في أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك.

#### حسب مستويات التعليم

#### جدول (17)

يوضح تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف حول مدى ثقة المبحوثين في أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك حسب المستوى التعليمي

المعنوية Sig.	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط	المستوى التعليمي	البعد
٠.٤٧٢	٠.٨٤٠	٠.٥٤١	٢	يقرأ ويكتب	مدى ثقة المبحوثين في أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك
		٠.٦٤٧	١.٥٤	متوسط	
		٠.٥٠٧	١.٦٥	جامعي	
		٠.٥٩١	١.٦٦	دراسات عليا	

يتضح من الجدول السابق أن

- لا توجد فروق معنوية بين فئات المستوى التعليمي حول مدى ثقة المبحوثين في أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك حيث أن مستوى المعنوية أكبر من ٥%، ونستخلص من هذا أن هناك اتفاق بين فئات المستوى التعليمي حول مدى الثقة في أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك، وذلك لأن أغلب العينة كانت من فئة الحاصلون على مؤهل جامعي حيث بلغت نسبتهم ٨٤%.



## جدول (18)

يوضح تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف حول مدى ثقة المبحوثين في أخبار التريند على الصفحات الإخبارية بموقع الفيس بوك حسب المهنة

المعنوية Sig.	قيمة F	الاحتراف المعياري	المتوسط	المهنة	البُعد
*٠.٠٠٨	٣.١٧٥	٠.٥٠٠	١.٨٢	طالب	مدى ثقة المبحوثين في أخبار التريند على الصفحات الإخبارية بموقع الفيس بوك
		٠.٥٠٢	١.٥٧	موظف حكومي	
		٠.٥٣٤	١.٥١	اعمال حرة	
		٠.٥١٢	١.٦٢	موظف قطاع خاص	
		٠.٥٤٠	١.٧١	بدون عمل	
		٠.٥٧٧	١.٦٧	معاش	

\* تشير الى معنوية اختبار ف عند مستوى معنوية ٠.٠٥.

يتضح من الجدول السابق أن

- توجد فروق معنوية بين المهن المختلفة حول مدى ثقة المبحوثين في أخبار التريند على الصفحات الإخبارية بموقع الفيس بوك حيث أن مستوى المعنوية أقل من ٥%، ويدل هذا على ثبوت صحة الفرض الثالث جزئياً حيث يوجد اختلاف بين المهن المختلفة في مدى ثقة المبحوثين في أخبار التريند على الصفحات الإخبارية بموقع الفيس بوك لصالح فئة الطلاب بمتوسط ١.٨٢.



## حسب المستوى الاقتصادى والاجتماعى

### جدول (19)

يوضح تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف حول مدى ثقة المبحوثين فى أخبار التريند على الصفحات الإخبارية بموقع الفيس بوك حسب المستوى الاقتصادى والاجتماعى

المعنوية Sig.	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط	المستوى الاقتصادى والاجتماعى	البعد
٠.٩٤٩	٠.٠٥٢	٠.٦٧٥	١.٧٠	منخفض	مدى ثقة المبحوثين فى أخبار التريند على الصفحات الإخبارية بموقع الفيس بوك
		٠.٥١٧	١.٦٥	متوسط	
		٠.٥٨٧	١.٦٥	مرتفع	

يتضح من الجدول السابق أن

- لا توجد فروق معنوية بين فئات المستوى الاقتصادى والاجتماعى حول مدى ثقة المبحوثين فى أخبار التريند على الصفحات الإخبارية بموقع الفيس بوك حيث أن مستوى المعنوية أكبر من ٥%، ونستخلص من هذا أن هناك اتفاق بين فئات المستوى الاقتصادى والاجتماعى حول مدى ثقة المبحوثين فى أخبار التريند على الصفحات الإخبارية بموقع الفيس بوك.

### الفرض الرابع

وينص على

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم المبحوثين عينة الدراسة لمصادقية صحافة التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك وبين المتغيرات الديموغرافية (المستوى التعليمي/ النوع/ فئات العمر/ المهنة/ المستوى الاقتصادى والاجتماعى).

قامت الباحثة لاختبار هذا الفرض باستخدام ما يلي:

- أ- إجراء الإحصاءات الوصفية (الوسط الحسابي - الإنحراف المعياري).
- ب- إجراء الإحصاءات الاستدلالية (اختبار ت لعينتين مستقلتين، اختبار التباين أحادي الاتجاه).

وفيما يلي نتائج اختبار صحة الفرض الرابع للدراسة:

حسب النوع:

جدول (١٤)

اختبارات للمقارنة بين فئتي الدراسة (ذكور - إناث) حول تقييم المبحوثين لمصادقية أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك

الدلالة Sig	T test	إناث		ذكور		البُعد
		الإنحراف المعياري	المتوسط	الإنحراف المعياري	المتوسط	
٠.١٢٦	١.٥٣٥	٠.٢٤٩	٢.٠٧	٠.٢٩٣	٢.١١	تقييم المبحوثين لمصادقية أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك

يتضح من الجدول السابق أن: -

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئتي الدراسة (ذكور - إناث) حول تقييم المبحوثين لمصادقية أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك حيث أن مستوى الدلالة أكبر من ٥% وهي غير دالة. وهذا يدل على عدم وجود فروق معنوية بين فئتي الدراسة (ذكور - إناث) حول تقييم مصادقية أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك.

### حسب فئات العمر:

جدول (١٥) يوضح تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف حول تقييم المبحوثين لمصادقية أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك حسب فئات العمر

المعنوية Sig.	قيمة F	الإحراف المعياري	المتوسط	فئات العمر	البُعد
*٠.٠١٣	٣.٢٠٦	٠.٢٠٥	٢.١٣	من ١٨ إلى أقل من ٢٨ سنة	تقييم المبحوثين لمصادقية أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك
		٠.٢٨٨	٢.٠٩	من ٢٨ إلى أقل من ٣٨ سنة	
		٠.٢٨٢	٢.٠٣	من ٣٨ إلى أقل من ٤٨ سنة	
		٠.٤٥٥	٢.٠٧	من ٤٨ إلى أقل من ٥٨ سنة	
		٠.٢٥٥	١.٨٤	من ٥٨ سنة فأكثر	

\* تشير إلى معنوية اختبار ف عند مستوى معنوية ٠.٠٥ .

### يتضح من الجدول السابق أن

- توجد فروق معنوية بين فئات العمر حول تقييم المبحوثين لمصادقية أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك حيث إن مستوى المعنوية أقل من ٥%.
- يدل هذا على ثبوت صحة الفرض الرابع جزئياً، ونستخلص من هذا أن هناك اختلاف بين فئات العمر حول تقييم مصادقية أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك.



## جدول (١٦)

يوضح تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف حول تقييم المبحوثين لمصادقية أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك حسب المستوى التعليمي

المعنوية Sig.	قيمة F	الإحراف المعياري	المتوسط	المستوى التعليمي	البُعد
*٠.٠٠٦	٤.٢٣٣	٠.١١١	١.٨٩	يقرأ ويكتب	تقييم المبحوثين لمصادقية أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك
		٠.٣٨٤	١.٩٤	متوسط	
		٠.٢٦٥	٢.٠٩	جامعي	
		٠.١٦٠	٢.١٧	دراسات عليا	

\* تشير إلى معنوية اختبار ف عند مستوى معنوية ٠.٠٥.

يتضح من الجدول السابق أن

- توجد فروق معنوية بين فئات المستوى التعليمي حول تقييم المبحوثين لمصادقية أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك حيث أن مستوى المعنوية أقل من ٥%.
- يدل هذا على ثبوت صحة الفرض الرابع جزئياً، ونستخلص من هذا أن هناك اختلاف بين فئات المستوى التعليمي حول تقييم مصادقية أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك لصالح فئة مؤهل الدراسات العليا بمتوسط ٢.١٧ يليها الحاصلون على مؤهل جامعي بمتوسط ٢.٠٩.

## حسب المهنة

### جدول (١٧)

يوضح تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف حول تقييم المبحوثين لأخبار التريند على الصفحات الإخبارية بموقع الفيس بوك حسب المهنة

المعنوية Sig.	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط	المهنة	البُعد
٠.٣٤٦	١.١٢٦	٠.٢٠٣	٢.١١	طالب	تقييم المبحوثين لأخبار التريند على الصفحات الإخبارية بموقع الفيس بوك
		٠.٢١٢	٢.١٣	موظف حكومي	
		٠.٢٨٥	٢.٠٩	اعمال حرة	
		٠.٣٠٠	٢.٠٩	موظف قطاع خاص	
		٠.٢٧٠	٢.٠٣	بدون عمل	
		٠.٢٥٧	١.٨٥	معاش	

\* تشير الى معنوية اختبار ف عند مستوى معنوية ٠.٠٥.

يتضح من الجدول السابق أن

- لا توجد فروق معنوية بين المهن المختلفة حول تقييم المبحوثين لأخبار التريند على الصفحات الإخبارية بموقع الفيس بوك حيث أن مستوى المعنوية أكبر من ٥٠%، ونستخلص من هذا أن هناك اتفاق بين المهن المختلفة حول تقييم المبحوثين لأخبار التريند على الصفحات الإخبارية بموقع الفيس بوك.

## حسب المستوى الاقتصادي والاجتماعي

### جدول (١٨)

يوضح تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف حول تقييم المبحوثين لأخبار التريند على الصفحات الإخبارية بموقع الفيس بوك حسب المستوى الاقتصادي والاجتماعي

المعنوية Sig.	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط	المستوى الاقتصادي والاجتماعي	البُعد
٠.٧٥٩	٠.٢٧٦	٠.٢٦٦	٢.١٣	منخفض	تقييم المبحوثين لأخبار التريند على الصفحات الإخبارية بموقع الفيس بوك
		٠.٢٧٣	٢.٠٩	متوسط	
		٠.٢٢١	٢.١٢	مرتفع	

يتضح من الجدول السابق أن



- لا توجد فروق معنوية بين فئات المستوى الاقتصادي والاجتماعي حول تقييم الباحثين لأخبار التريند على الصفحات الإخبارية بموقع الفيس بوك حيث أن مستوى المعنوية أكبر من ٥%، ونستخلص من هذا أن هناك اتفاق بين فئات المستوى الاقتصادي والاجتماعي حول تقييم الباحثين لأخبار التريند على الصفحات الإخبارية بموقع الفيس بوك.

### الفرض الخامس

" توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الباحثين على صحافة التريند وبين التأثيرات الناجمة ( المعرفية/ الوجدانية / السلوكية )".

وقد قامت الباحثة بالتحقق من هذا الفرض باستخدام معامل ارتباط سبيرمان لدراسة علاقة الارتباط بين مدى اعتماد الباحثين على صحافة التريند وبين التأثيرات الناجمة (المعرفية/ الوجدانية/ السلوكية).

### جدول (١٧)

معامل ارتباط سبيرمان بين مدى اعتماد الباحثين على صحافة التريند وبين التأثيرات الناجمة (المعرفية / الوجدانية / السلوكية)

المتغيرات	معامل الارتباط	اعتماد الباحثين على صحافة التريند	التأثيرات المعرفية	التأثيرات الوجدانية	التأثيرات السلوكية
اعتماد الباحثين على صحافة التريند	معامل ارتباط سبيرمان	١	٠.٤٠٧	0.101	٠.١٢١ -
	المعنوية		*٠.٠٠٠	0.586	*٠.٠١٥
التأثيرات المعرفية	معامل ارتباط سبيرمان	٠.٤٠٧	١	٠.١٥١	٠.٠٦٩
	المعنوية	*٠.٠٠٠		*٠.٠٠٢	٠.١٦٨
التأثيرات الوجدانية	معامل ارتباط سبيرمان	0.101	٠.١٥١	١	٠.٣٩٠
	المعنوية	0.586	*٠.٠٠٢		*٠.٠٠٠
التأثيرات السلوكية	معامل ارتباط سبيرمان	٠.١٢١ -	٠.٠٦٩	٠.٣٩٠	١
	المعنوية	*٠.٠١٥	٠.١٦٨	*٠.٠٠٠	

\* تشير الى معنوية معامل الارتباط عند مستوى معنوية ٠.٠٥.

من خلال الجدول السابق نستطيع استنتاج ما يلي:

- وجود علاقة ارتباط بين اعتماد المبحوثين على صحافة التريند وبين التأثيرات المعرفية الناجمة حيث أن مستوى المعنوية أقل من ٥% وهي علاقة ارتباط طردية متوسطة (موجبة) حيث إشارة معامل الارتباط موجبة، وهذا يعنى وجود علاقة طردية بين اعتماد المبحوثين على صحافة التريند وبين التأثيرات المعرفية الناجمة عن هذا التعرض أى أنه كلما زاد اعتماد المبحوثين على صحافة التريند فى الحصول على المعلومات كلما زادت التأثيرات المعرفية التى تحدث نتيجة هذا الاعتماد. وتتفق هذه النتيجة ودراسة (محمد، ربحاب سامى لطيف. (٢٠٢٠)، والتي أوضحت أنه كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام الجديد فى الحصول على المعلومات والأخبار الصحية حول جائحة فيروس كورونا زادت التأثيرات المعرفية التى تحدث نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد.
- يوضح الجدول وجود علاقة ارتباط بين اعتماد المبحوثين على صحافة التريند وبين التأثيرات السلوكية الناجمة حيث أن مستوى المعنوية أقل من ٥% وهي علاقة ارتباط عكسية ضعيفة (سالبة) حيث إشارة معامل الارتباط سالبة.
- لا توجد علاقة ارتباط بين اعتماد المبحوثين على صحافة التريند وبين التأثيرات الوجدانية الناجمة حيث أن مستوى المعنوية أكبر من ٥%.
- ونستخلص من هذا ثبوت صحة الفرض الخامس جزئياً بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على صحافة التريند وبين كل من التأثيرات (المعرفية والسلوكية).

" توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على صحافة التريند وبين درجة الثقة بها".

وقد قامت الباحثة بالتحقق من هذا الفرض باستخدام معامل ارتباط سبيرمان لدراسة علاقة الارتباط بين مدى اعتماد المبحوثين على صحافة التريند وبين درجة الثقة بها.

جدول (١٨) معامل ارتباط سبيرمان بين مدى اعتماد المبحوثين على صحافة التريند وبين درجة الثقة بها

المتغيرات	معامل الارتباط	اعتماد المبحوثين على صحافة التريند	درجة الثقة بصحافة التريند
اعتماد المبحوثين على صحافة التريند	معامل ارتباط سبيرمان	١	٠.٤٧٤
	المعنوية		*٠.٠٠
درجة الثقة بصحافة التريند	معامل ارتباط سبيرمان	٠.٤٧٤	١
	المعنوية	*٠.٠٠	

\* تشير إلى معنوية معامل الارتباط عند مستوى معنوية ٠.٠٠٥.

من خلال الجدول السابق نستطيع استنتاج ما يلي:

- وجود علاقة ارتباط بين اعتماد المبحوثين على صحافة التريند وبين درجة الثقة بها حيث أن مستوى المعنوية أقل من ٥%، وهي علاقة ارتباط طردية متوسطة (موجبة) حيث إشارة معامل الارتباط موجبة، وهذا يعنى وجود علاقة طردية بين اعتماد المبحوثين على صحافة التريند وبين درجة الثقة بها.
- ويوضح ذلك ثبوت الفرض السادس فكلما زاد اعتماد المبحوثين على صحافة التريند كمصدر للأخبار كلما زادت ثقته بها مما يدفعه للاعتماد عليها، وتتفق هذه



النتيجة مع دراسة (محمد، سحر أحمد غريب ٢٠٢١) والتي توصلت لوجود علاقة طردية دالة إحصائيًا بين إدراك القارئ بالاتصال لمصادقية وسائل التواصل الاجتماعي واعتمادهم عليها كمصدر للأخبار.

### الفرض السابع

" توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على صحافة التريند وبين تقييمهم لمصداقيتها".

وقد قامت الباحثة بالتحقق من هذا الفرض باستخدام معامل ارتباط سبيرمان لدراسة علاقة الارتباط بين مدى اعتماد المبحوثين على صحافة التريند وبين مدى تقييمهم لها.

#### جدول (١٩)

معامل ارتباط سبيرمان بين مدى اعتماد المبحوثين على صحافة التريند وبين مدى تقييمهم لمصداقيتها

المتغيرات	معامل الارتباط	اعتماد المبحوثين على صحافة التريند	مدى تقييمهم للصحافة التريند
اعتماد المبحوثين على صحافة التريند	معامل ارتباط سبيرمان	١	٠.٠٢٧
	المعنوية		٠.٥٨٤
مدى تقييمهم لمصداقية صحافة التريند	معامل ارتباط سبيرمان	٠.٠٢٧	١
	المعنوية	٠.٥٨٤	

\* تشير إلى معنوية معامل الارتباط عند مستوى معنوية ٠.٠٥ .

من خلال الجدول السابق نستطيع استنتاج ما يلي:

➤ لا توجد علاقة ارتباط بين اعتماد المبحوثين على صحافة التريند وبين تقييمهم لمصداقيتها حيث أن مستوى المعنوية أكبر من ٥%.



➤ ويوضح ذلك عدم ثبوت صحة الفرض السابع القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على صحافة التريند وبين مدى تقييمهم لمصداقيتها. وتختلف في ذلك مع نتائج دراسة (عرفات، سمية. ٢٠١٣) والتي توصلت لوجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المبحوثين كل من الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي، وبين والاتجاهات نحو مصداقية هذه الوسائل كمصادر للمعلومات عن أحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها.

### خلاصة نتائج الدراسة والفروض

أبرزت نتائج الدراسة الميدانية عدة نقاط يمكن عرض ملخصها فيما يلي:

#### أولاً: اتجاهات ودوافع المبحوثين نحو صحافة التريند

- تبين اهتمام أغلبية المبحوثين بمتابعة أخبار التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك "أحياناً" بوزن مئوى ٥٧.٣%، واعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات بدرجة "متوسطة" بوزن مئوى ٤٩.٨%، وبلغت درجة ثقهم في "أخبار التريند" بدرجة متوسطة" بوزن مئوى ٦٠.٣%.
- جاء في مقدمة الصفحات الإخبارية المصرية التي يتابعها المبحوثين على موقع الفيس بوك صفحة (اليوم السابع) يليها (المصرى اليوم) وجاء فى الترتيب الأخير (صدى البلد).
- جاء (التليفون المحمول) فى مقدمة الوسائل الاتصالية التى يستخدمها المبحوثين لمتابعة "أخبار التريند" على الصفحات الإخبارية بموقع الفيس بوك.

- يعتبر "سهولة الوصول للموقع فى أى وقت" و"سرعة نشر الأخبار" من أهم أسباب متابعة الباحثين لأخبار التريند المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية على موقع الفيس بوك.
- وأوضحت النتائج أن من أبرز دوافع الباحثين فى الاعتماد على أخبار التريند المنشورة بموقع الفيس بوك هى أنها (تساعدنى فى التعرف على آراء الآخرين من خلال التعليقات) و(تمدىنى بالمعلومات عن الموضوعات المختلفة).
- وجاء فى مقدمة التأثيرات المعرفية الناتجة عن متابعة الباحثين "أخبار التريند" المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية بالفيس بوك أنها (تجعلنى أكثر وعياً بالأحداث المطروحة على الساحة)، وأبرز التأثيرات السلوكية هو (أجبل من نشر موضوعات التريند التى توظف الإثارة)، وفى مقدمة التأثيرات الوجدانية (أشعر بالقلق نتيجة تبنى مستوى الوعى المجتمعي).

### ثانياً: مصداقية أخبار التريند لدى الباحثين

- سجلت "أخبار التريند" المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية على موقع الفيس بوك درجة مصداقية "متوسطة" لدى أغلبية الباحثين، وجاء فى مقدمة العناصر التى تدعم ثقة الباحثين هو (نشر فيديو حى عن الحدث) يليه (توفر التحديث الفورى للمعلومات والتفاصيل)، وجاء فى المرتبة الأولى لتقييم الباحثين لمستوى مصداقية "أخبار التريند"، أنها (تهدف لإثارة الجدل وجذب المشاهدات).
- أبرزت النتائج أن (الموضوعات الاجتماعية) تأتى فى مقدمة الموضوعات التى يفضل الباحثين عينة الدراسة متابعتها، بينما جاء (محاولة التأكد من المعلومة من مصادر أخرى) فى مقدمة طرق تفاعل الباحثين مع "أخبار التريند".

### ثالثاً: نتائج فروض الدراسة

➤ أكدت نتائج التحليل الإحصائي ثبوت صحة الفرض الأول جزئياً القائل: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على صحافة التريند فى الصفحات الإخبارية المصرية على الفيس بوك وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع/ فئات العمر/المستوى التعليمي/المهنة/ المستوى الاقتصادى والاجتماعي)" فيما يلي:

- وجود فروق معنوية بين فئات العمر واعتماد المبحوثين على أخبار التريند فى الصفحات الإخبارية المصرية على الفيس بوك.

➤ ثبوت صحة الفرض الثانى جزئياً القائل: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات (المعرفية/ الوجدانية/ السلوكية) الناجمة عن اعتماد المبحوثين عينة الدراسة على صحافة التريند على الصفحات الإخبارية المصرية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (المستوى التعليمي/ النوع/ فئات العمر/ المهنة/ المستوى الاقتصادى والاجتماعي)" فيما يلي:

- وجود فروق معنوية بين فئتي الدراسة من حيث النوع والتأثيرات (المعرفية / السلوكية).

- وجود فروق معنوية بين فئات العمر والتأثيرات (المعرفية).

- وجود فروق معنوية بين فئات المستوى التعليمي والتأثيرات (السلوكية).

- وجود فروق معنوية بين المهن المختلفة والتأثيرات (المعرفية).

➤ ثبوت صحة الفرض الثالث جزئياً القائل: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى ثقة المبحوثين عينة الدراسة فى صحافة التريند على الصفحات

الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (المستوى التعليمي/ النوع/ فئات العمر/ المهنة/ المستوى الاقتصادي والاجتماعي) " فيما يلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئتي الدراسة من حيث النوع (ذكور- إناث) ومدى ثقة الباحثين في أخبار التريند.
- وجود فروق معنوية بين فئات العمر ومدى ثقة الباحثين في أخبار التريند.
- وجود فروق معنوية بين المهن المختلفة ومدى ثقة الباحثين في أخبار التريند.

➤ ثبوت صحة الفرض الرابع جزئياً القائل: " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم الباحثين عينة الدراسة لمصادقية صحافة التريند على الصفحات الإخبارية المصرية بموقع الفيس بوك وبين المتغيرات الديموغرافية (المستوى التعليمي/ النوع/ فئات العمر/ المهنة/ المستوى الاقتصادي والاجتماعي) " فيما يلي:

- وجود فروق معنوية بين كل من (فئات العمر/ فئات المستوى التعليمي) وتقييم الباحثين لمصادقية أخبار التريند.
- ثبوت صحة الفرض الخامس جزئياً القائل: " توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الباحثين على صحافة التريند وبين التأثيرات الناجمة (المعرفية/ الوجدانية/ السلوكية) " فيما يلي:



- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على صحافة التريند وبين كل من التأثيرات (المعرفية والسلوكية).
- ثبوت صحة الفرض السادس والقائل: " توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على صحافة التريند وبين درجة الثقة بها".
- عدم ثبوت صحة الفرض السابع القائل: " توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على صحافة التريند وبين تقييمهم لمصداقيتها".

## التوصيات:

توصى الباحثة بما يلي:

- إضافة مصطلح "صحافة التريند" إلى المصطلحات الإعلامية وإجراء المزيد من الدراسات المتعمقة على هذا النوع الجديد لرصد طرق التغطية المختلفة وتحليل المضمون وعناصر الجذب المستخدمة.
- دراسة الجمهور المستهدف للتعرف على اهتماماته واحتياجاته وتقديم المواد المناسبة لهذه الاهتمامات مع ضرورة إجراء الصحف المصرية الإلكترونية لاستفتاءات دورية للتعرف على مدى رضا الجمهور المستهدف عن المحتوى المقدم وتحليل التعليقات لتحسين نوعية وطريقة تغطية الموضوعات التي تهتم المواطن المصري.

- الاستعانة بخبراء فى مجال البحوث الإعلامية لتحليل المضمون المقدم فى مواقع الصحف المصرية ومنصاتها المختلفة والتعرف على سبل دعم مصداقية الموضوعات المنشورة.
- الأخذ فى الاعتبار تدعيم "أخبار التريند" خاصة أنها تحظى بشعبية ونسب مشاهدة عالية بعناصر تدعم مصداقيتها وضرورة تأكيد القائم بالاتصال من صحة المعلومات قبل نشرها للجمهور والاعتماد على المصادر ذات الصلة بالحدث.
- تفعيل ميثاق الشرف الإعلامى والإلتزام بالموضوعية فى تغطية الموضوعات مع ضرورة تدريب الصحفيين على طرق تغطية الأحداث وتوظيف العناصر المختلفة لتقديم محتوى جيد والاستعانة بالمصادر ذات الصلة بالموضوعات التى يتم تغطيتها والابتعاد عن نشر الموضوعات الضعيفة والعناوين المثيرة التى من شأنها التأثير على مصداقية الوسيلة لدى الجمهور.

## مراجع البحث العربية

- أبوسنة، مريهان منصور. (٢٠١٨). العوامل المؤثرة على إدراك الجمهور المصرى للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعى وتأثيرها على مستوى المصادقية لديهم. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان*. ٢٦٥-٢٠٧، (١٦).
- البراق، ناصر نافع. (٢٠٢١). اعتماد الجمهور السعودى على حسابات المؤسسات الإسلامية بوسائل التواصل الإجتماعى للحصول على المعلومات حول جائحة كورونا. *دراسة ميدانية. مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، ١٦(١٦)، (١-٨٩).
- الحاج، كمال (٢٠٢٠). نظريات الإعلام والاتصال. *الجامعة الافتراضية السورية*، ص ١٤٦-١٤٧.
- حسانين، سامح. (٢٠٢٢). اعتماد الشباب المصرى على صحافة المواطن كمصدر للأخبار وتأثيره على المعرفة السياسية المكتسبة لديهم. *المجلة المصرية لبحوث الأعلام*، ٤٢٢-٣٦٩، (٨٠).
- حيدر، خضر إبراهيم. (٢٠١٨). مواقع التواصل الاجتماعى " Social Media": عرض لمعانى المفاتيح الاصطلاحية. *مجلة الاستغراب*، س٤، ع١١، ص ٣٥٢.
- ديفلير، ل.ملفين وروكيرتش.ساندرا بول. (١٩٩٣). *نظريات وسائل الإعلام*، ترجمة كمال عبدالرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر. ص ٤١٣-٤٢٥.



- سليمان، على حمودة جمعة والعايدي، أحمد سامي. (٢٠١٨). اعتماد الجمهور المصرى على المواقع الإلكترونية الصحفية ومواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمات بالتطبيق على أزمة ارتفاع الأسعار: دراسة ميدانية. *المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال*. ١٨٦-١٦٢، (٢٢).
- سليمان، لجين (٢٠٢٢). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العمل الصحفى وقواعد مهنة الصحافة. *مجلة الدراسات الإعلامية*، ج٥ (٢٢)، ٦٨-٥٥.
- سभावه، مياسر وليد. (٢٠٢٢). تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمة على صناعة المحتوى الصحفى: دراسة ميدانية على القائم بالاتصال. *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، مج٦، ع٥، ١١٩-١.
- السيد شتله، ممدوح. (٢٠١٧). استخدامات الوظيفة الإعلامية الإخبارية لموقعى التواصل الاجتماعي (فيس بوك — تويتر) والإشباع المتحققة منهما من وجهة نظر طلبة الجامعات المصرية. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، (١١)، ٤٥٩-٣٤٥.
- الشريف، سالم بن ناصر. (٢٠٢٢). مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار لدى القائم بالاتصال فى الصحف السعودية الإلكترونية. *المجلة المصرية لبحوث الأعلام*، ١٢٩-١٩٦، (٧٩).
- عبد الرازق الشهاوي، سماح. (٢٠١٨). اتجاهات الصحفيين المصريين نحو توظيف مواقع التواصل الاجتماعي فى العمل الصحفى والتفاعل مع الجمهور. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، (١٣)، ١٦٧-٢٣٠.



- عبدالحميد، محمد (٢٠٠٤). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. (ط.٣) القاهرة: عالم الكتب.ص.٣٠٢.
- عرفات، سمية (٢٠١٣). اتجاهات الجمهور المصري نحو مصداقية وسائل الإعلام التقليدية والجديدة عقب أحداث الثلاثين من يونيو. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، ١٢(٤)، ١٩٩-٢٦٥.
- عرفات، سمية. ( ٢٠١١). العلاقة بين استخدام الجمهور المصري للقنوات الفضائية والانترنت خلال ثورة ٢٥ يناير، والتاثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية - " دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري ، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* ، مركز بحوث الرأي العام، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ،المجلد ١٠ ،العدد ٣ ، يناير/ يونيو ٢٠٠٠.
- العلكاوي، على عبدالحسين علوان. (٢٠٢٠). حدود مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي؛ التحديات والممكنات (الفييس بوك أنموذجًا). *مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع*. ع. ٧٦-٥٥، (٥١).
- علوان، محمد حسين. (٢٠١٩). العلاقة بين اعتماد الجمهور العراقي على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو قضايا الإصلاح الاقتصادي والاجتماعي-دراسة ميدانية- لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، ٣٨٣-٣٤٤، ٣(٣٢).
- علوان، محمد حسين. (٢٠١٩). العلاقة بين اعتماد الجمهور العراقي على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو قضايا الإصلاح الاقتصادي والاجتماعي-دراسة ميدانية- لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الإنسانية. ٣٨٣-٣٤٤، (٣٢)٣.

- القاضي، أميرة فتحى إبراهيم. (٢٠٢٢). اعتماد الشباب الجامعى على الأخبار الحكومية المتعلقة بقضايا الإصلاح عبر الإعلام الرقمة وعلاقته بمدركاتهم لهذه القضايا. *المجلة المصرية لبحوث الأعلام*. (٨٠)، ٤٠٣-٤٤٠.
- كرد، أحسن وعياش، رقية (٢٠١٩). استخدام شبكات التواصل الاجتماعى فى تحسين الممارسة الاعلامية، رسالة دكتوراة، مقدمة لجامعة محمد الصديق بن يحيى. ص ١٢٤.
- محمد نافذ صبحى، فوزية بنت حسين. (٢٠٢٢). استخدام الصحفيين الفلسطينيين لخاصية ستورى عبر الفيسبوك للحصول على الأخبار والمعلومات، *مجلة الدراسات الإعلامية*، المجلد الخامس، العدد العشرون.
- محمد، ربحاب سامى لطيف. (٢٠٢٠). اعتماد الجمهور المصرى على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-١٩) ودوره فى تعزيز الوعى الصحى لديه. *مجلة البحوث الإعلامية*، ٥٥ (٥٥-ج)، ٣٠٨٩-٣١٧٢.
- محمد، سحر أحمد غريب. (٢٠٢١). مصداقية وسائل التواصل الاجتماعى كمصدر للأخبار لدى القائم بالاتصال فى الصحافة المصرية. *المجلة المصرية لبحوث الرأى العام*، مج ٢٠، ٣ع، ١٩١، ٢٣٨.
- محمد، فاطمة شعبان. (٢٠١٦). مصداقية المضمون الإخبارى المقدم فى مواقع التواصل الاجتماعى لدى الشباب دراسة تطبيقية على شباب الجامعات المصرية. *المجلة المصرية لبحوث الرأى العام*، (٣)١٥، ٢٨١-٣٣٥.



- مكاوي، حسن عماد والعبد، عاطف عدلي.(٢٠٠٧)، مركز بحوث الرأى العام، ص ٤٠٧-٤٠٨.
- الموسوى، حسين على نور، و حميد، شريف سعيد. (٢٠١٩) اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعى كمصدر للمعلومات وحدود الاغتراب المترتبة عليه: الفيس بوك أنموذجا، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ع ٦٩، ٦٠١، - ٦٥١.
- نبيل الأزرق، نيرمين. (٢٠٢٠). تغطية الموضوعات الصحية فى الصحافة المصرية بين الالتزام بالمسئولية الاجتماعية وظروف الواقع الصحفى: دراسة لإشكاليات وضوابط اتخاذ القرار كما يراها القائم بالاتصال. *مجلة البحوث الإعلامية*، ٥٥(٥٥-ج٣)، ١٣٩٧-١٤٤٦.
- وافي، أمين منصور واللوح، محمود يوسف.(٢٠٢١). اعتماد النخب الإعلامية الفلسطينية على صحافة المواطن كمصدر للمعلومات وانعكاساتها على المهنية: دراسة ميدانية فى محافظات قطاع غزة، *مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية*، ع ٢٤، ص ٩٤ - ١٥٣.

**\*\* السادة المحكمون بترتيب الدرجة العلمية:**

- أ.د/ سلوى سليمان، الأستاذة بكلية الإعلام، جامعة عين شمس.
- أ.م.د/ سهى عبدالرحمن، الأستاذ المساعد بكلية الإعلام، جامعة عين شمس.
- أ.م.د/ شيرين سلامة السعيد، أستاذ مساعد بقسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- د. مريم عادل، المدرس بكلية الإعلام جامعة عين شمس.
- د. سحر غريب، المدرس بكلية الإعلام جامعة عين شمس.
- د. أسامة فتحي، الخبير الإحصائي.



## المراجع الإنجليزية

- Choi, W. (2015). New Framework of Web Credibility Assessment and an Exploratory Study of Older Adults' Information Behavior on the Web, Doctoral dissertation, The Florida State University, United States.
- David, C. C., San Pascual, M. R. S., & Torres, M. E. S. (2019). Reliance on Facebook for news and its influence on political engagement. *PloS one*, 14(3), e0212263. Available at <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0212263>
- Digital 2023: Egypt — DataReportal – Global Digital Insights.
- El Gody, A. (2012). The Role of ICTs Inside Egyptian Newsrooms. In The official research journal of the International Symposium on Online Journalism (Vol. 2, No. 1, pp. 88-117).P.91.
- El Khodary, M. (2018). News Media Credibility comparative between Internet and Television in Jordan. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، (٦٤)، ١١٣-١٤٣
- Granik, M., & Mesyura, V. (2017). Fake news detection using naive Bayes classifier. In 2017 IEEE 1st Ukraine Conference on Electrical and Computer Engineering, UKRCON 2017 (pp. 900–903).
- Ha, L., Xu, Y., Yang, C., Wang, F., Yang, L., Abuljadail, M., ... & Gabay, I. (2018) . Decline in news content engagement or news medium engagement? A longitudinal analysis of news engagement since the rise of social and mobile media 2009–2012. *Journalism*, 19 (5), 718-739.
- Kim, C. M., & Brown, W. J. (2015). Conceptualizing credibility in social media spaces of public relations. *Public Relations Journal*, 9(4), 1-17.
- Kim, D., & Johnson, T. J. (2009). A shift in media credibility: Comparing Internet and traditional news sources in South Korea. **International Communication Gazette**, 71(4), 283-302.
- Meese, J., & Hurcombe, E. (2021) . Facebook, news media and platform dependency: The institutional impacts of news distribution on social platforms. *New Media & Society*, 23(8), 2367-2384.



- Melki, J., & Kozman, C. (2021) . Media dependency, selective exposure and trust during war: Media sources and information needs of displaced and non-displaced Syrians. *Media, War & Conflict*, 14(1), 93-113.
- Mesch, G. S., da Silva Neto, W. L. B., & Storopoli, J. E. (2022). Media exposure and adoption of COVID-19 preventive behaviors in Brazil. *New Media & Society*.p. 3-4
- Messner, M., Linke, M., & Eford, A. (2012, April). Shoveling tweets: An analysis of the microblogging engagement of traditional news organizations. In *The official research journal of the International Symposium on Online Journalism* (Vol. 2, No. 1, pp. 74-87).p.75. Available at ISOJ\_Journal\_V2\_N1\_2012\_Spring.pdf.
- Mohsin, Maryam. (2022). Social Media Statistics You Need to Know in 2020, oberlo. Available at <https://bit.ly/3d5W2AI>
- Müller, P., Schneiders, P., & Schäfer, S. (2016). Appetizer or main dish? Explaining the use of Facebook news posts as a substitute for other news sources. *Computers in human behavior*, vol. 65, p.431-441. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563216306252>
- Nawi, et al. (2020). New media use among youth in Malaysia: A media dependency theory perspective. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(9), 3097-3112.p.843.
- Roese, V. (2018). *You won't believe how co-dependent they are: Or: Media hype and the interaction of news media, social media, and the user*, Amsterdam University Press, p.313.
- Statista (2023a, 14 February ). 'Global social networks ranked by number of users'. Available at [Biggest social media platforms 2022 | Statista](#).
- Welbers, K., & Opgenhaffen, M. (2018). Social media gatekeeping: An analysis of the gatekeeping influence of newspapers' public Facebook pages. *New Media & Society*, 20(12), 4728-