

## اتجاهات مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي نحو صفحات الصحف الإلكترونية عبر الفيس بوك

د. إيمان صابر صادق شاهين\*

### مقدمة:

غزت الشبكات الاجتماعية العالم بأثره، ونالت اهتماماً واضحاً، وتدفق الشباب لدخولها والانتماء لمجتمعها الفسيح، ونظراً لما تمثله هذه الشبكات من مجتمع افتراضى جديد، تلاشت فيه الحدود وأزيلت فيه القيود، وشكلت فى الوقت نفسه ظاهرة إعلامية فريدة، فقد استوعبت كل أشكال الإعلام التقليدى، وبنته فى صورة تقنية حديثة؛ والظاهرة الإعلامية الجديدة كان لها أبلغ الأثر فى جذب المستخدمين إليها (على كنعان، ٢٠١٥: ١٠٩ - ١١٠).

حيث تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع جذباً للشباب، خاصة موقع الفيس بوك الذى يُعد أكبر منصة شائعة للحصول على الأخبار، وفقاً لما أكدته مركز Pew Research للأبحاث بالتعاون مع Foundation James L. Knight، حيث أكد أن ما يقرب من نصف البالغين يستخدمون الفيس بوك فى الحصول على الأخبار ومتابعة مواقعها، وهم يشكلون (٣٠%) من سكان العالم، كما أن معظم البالغين بالولايات المتحدة الأمريكية يسعون إلى استخدام الفيس بوك من أجل الحصول على المعلومات. وقد كشفت دراسة أجريت على (٥١٧٣) بالغاً أن نحو (٧٨%) منهم يستخدمون الفيس بوك من أجل الحصول على المعلومات، فيما يستخدمه الباقيون لأسباب أخرى (Mitchell, 2013). وفى مصر قُدر عدد مستخدمي موقع الفيس بوك - طبقاً للإصدار السنوي الرابع لتقرير إحصاءات التسويق الإلكتروني لعام ٢٠١٣ - بأكثر من (١٦) مليون مستخدم واحتلت مصر المركز السابع عشر عالمياً من حيث عدد المستخدمين، فيما بلغ نحو (٢٢،٤) مليون مستخدم عام ٢٠١٤، و(٢٧) مليون مستخدم عام ٢٠١٥ (eMarketing Egypt, 2015) وطبقاً لموقع Alexa.com فقد جاء الموقع فى المرتبة الأولى من حيث تفضيلات المصريين، نـ <http://www.alexa.com/siteinfo/facebook.com>, 2016.

\*مدرس بقسم الإعلام بكلية البنات، جامعة عين شمس.

وكنتيجة طبيعية لهذه الإقبال المتزايد على الموقع لجأ كثير من المؤسسات الحكومية والخاصة على اختلاف رسائلها إلى إنشاء صفحات لها على فيس بوك؛ لتعريف الجماهير بها، وإمدادهم بالمعلومات الجديدة حول أنشطتها المختلفة، وتقديم صورة ذهنية جيدة عن المؤسسة وخدماتها(شريف اللبان، ٢٠١٢: ٥٣). كما لجأ كثير من المنظمات غير الحكومية لتحقيق بعض الأهداف الاجتماعية ذات العلاقة بالمساعي الخيرية وجهود الإغاثة من خلال استغلال الشبكات الاجتماعية (عبدالكريم العجمي، ٢٠١٠: ٢١). كما لم تُعد هناك قناة فضائية معينة تسعى للانتشار أو برنامج تليفزيوني يريد أن يحقق أعلى نسبة مشاهدة إلا ولها صفحات على الفيس بوك، كما لجأت كبريات الشركات الإعلانية لاستخدام الفيس بوك في إنشاء مجموعات باسم المنتج المحدد أياً كان، وعند دخول المستخدم إلى المجموعة يجد كل شيء عن المنتج ما بين صور وملفات فيديو، وكأنه في موقع خاص بالمنتج (وجدان التيجاني، ٢٠١١: ٢١٨-٢١٩).

كما لجأت الغالبية العظمى من الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية لإنشاء صفحات خاصة بها على مواقع التواصل الاجتماعي، وبصفة خاصة فيس بوك عام (٢٠١١)، وتخصيص هيكل تنظيمي أو فريق عمل مختص بالنشر على تلك المواقع يطلق عليه اسم (قسم Social Media) يعمل على مدار ٢٤ ساعة في نشر محتوى الصحيفة (نجوى إبراهيم، ٢٠١٥: ٢٢٧).

ويظهر توظيف الصحف الإلكترونية لمواقع التواصل الاجتماعي على ثلاثة مستويات، وهي (سماح الشهاوي، ٢٠١٥: ٣٠٢): المستوى الأول: استخدام الشبكات الاجتماعية كمصدر للحصول على الأخبار، فقد أصبحت الصفحات الشخصية الخاصة ببعض الشخصيات كالنشطاء والإعلاميين والفنانين وغيرهم مصدرًا لكثير من أخبار الصحف الإلكترونية المصرية، أما المستوى الثاني: فيتمثل في استخدام هذه الصفحات كوسيلة لنشر أخبار الصحف وزيادة التفاعل مع الجمهور، وزيادة المرور لأخبار الموقع من خلال هذه الصفحات، وأصبحت شبكات التواصل الاجتماعي تأتي في مقدمة الطرق المستخدمة للدخول للموقع؛ فمن خلال وجود صفحة خاصة بكل صحيفة على مواقع التواصل الاجتماعي أصبح هناك فرصة كبيرة لتعرض المستخدمين

للموضوعات، ومن ثم الدخول لموقع الصحيفة، وأيضاً سهولة نشر الأخبار ومشاركتها خاصة مع زيادة أعداد متابعة هذه الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، وبصفة خاصة فيس بوك، وهو ما يؤدي بالفعل إلى ارتفاع معدلات قراءة الصحف الإلكترونية وزيادة انتشار المحتوى؛ فيما يتمثل المستوى الثالث في استخدام الصحفيين والكتاب لصفحاتهم الشخصية على الفيس بوك وغيره من الشبكات الاجتماعية في نشر موضوعاتهم التي تم نشرها في الصحف الإلكترونية والتفاعل مع القراء حول هذه الموضوعات.

فقد أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي للمؤسسات الحكومية والخاصة الحضور والتواصل المكثف في الفضاء الإلكتروني، إضافة إلى تكاثر حجم المضامين التي يتم تبادلها خاصة الفيديوية منها، فأتت أحداث تسونامي (٢٠٠٤) سعت بعض الصحف إلى استثمار المدونات كالغرديان مثلاً؛ وذلك من خلال منح صحفييها فضاءً تعبيرياً بالتوازي مع توظيفها كأداة للبحث عن روايات لشهود محتملين، وقد كشف هذا الحدث المأساوي عن قوة المصادر الإخبارية البديلة ومصداقيتها، فالمواقع التعاونية أو التشاركية كويكيبيديا Wikipedia وفليكر Flickr ويوتيوب YouTube أظهرت أن الإنترنت قد دخلت مرحلة جديدة لم تعد الصحافة الإلكترونية تحنكر المشهد الحداثي كما كانت. وبذلك تحولت الصحافة في عصر الإعلام الجديد من كونها منتجاً للقصص الإخبارية إلى كونها أكثر من خدمة؛ حيث تجيب عن أسئلة الجمهور، وتوفر مواد للعرض، وأدوات تفاعلية، كما تحولت من كونها تسعى إلى تقديم ما ينبغي أن يعرفه الناس إلى كونها حواراً عاماً بين المتلقين، فضلاً عن سعيها إلى تسهيل المناقشات بين الجماهير (Peter, 2012: 7-8). كما أثرت التطورات التكنولوجية المتلاحقة والأعداد المتزايدة حولها تأثيراً جذرياً على طبيعة المضامين الصحفية وشكلها، وهو ما دفع الكثير من الصحف والمجلات إلى توزيع مضامين فيديوية على مواقعها على الإنترنت متجاوزة بذلك الإكراهات المتعلقة بالحجم والأسلوب، والتي ارتبطت تاريخياً بوسائل الإتصال التقليدية، كما ذكرت التقارير تأثير التغيرات التكنولوجية على الروتين الصحفي، حيث ذكرت (Witschge and Nygren, 2009) أن الإنترنت جعل العمل أكثر تركيزاً في غرف الأخبار وفي وقت أقل في الميدان، وقد فتحت التكنولوجيا أيضاً مجالاً جديداً للممارسة الصحفية (Namrata, 2015: 1-3) كما أتاحت للصحفيين معلومات إضافية يمكن الرجوع إليها حول الأخبار وتقديم

المعلومات، وتوفير خدمات جديدة غير متاحة في وسائل الإعلام التقليدية، وإعداد ملفات صحفية مميزة عن الأحداث المهمة، وتقديم خدمات تفاعلية (ثريا البدوي، ٢٠١٥: ٣٠).

كما أتاح الإعلام الجديد خدمات تفاعلية جعلت من المستقبل للمادة الإعلامية مشاركا فيها في بعض الأحيان، وصانعا لها في أحيان أخرى؛ حيث أصبح الجمهور يسعى للحصول على المعلومات، واختيار المناسب، وتبادل الرسائل مع المرسل بعد أن كان دور المستقبل هو مجرد تلقي المعلومات فقط، وأصبح التمييز بين المرسل والمستقبل في ظل استخدام وسائل الإعلام التفاعلية أمرا صعبا، فالمرسل أصبح مستقبلا والمستقبل أصبح مرسلأ (علاء عبدالعاطي، ٢٠١٥: ١٨١).

ومن خلال تنفيذ الدراسات السابقة التي اهتمت بالتطورات التكنولوجية وأثرها على الصحافة بدءا من ظهور الإنترنت والصحافة الإلكترونية وصولا إلى انتشار شبكات التواصل الاجتماعي ونشر محتوى المواقع الإلكترونية على الفيس بوك، يُلاحظ أن:

**أولاً: تنوع الدراسات السابقة؛** فمنها ما اهتم بالكشف عن اتجاهات القراء نحو الصحف الإلكترونية في دول العالم المختلفة، كما تنوعت الدراسات التي حاولت أن ترصد استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر إخباري من قبل المستخدمين والصحفيين والفئات المختلفة، ومن هنا يمكن عرض الدراسات السابقة في محورين رئيسيين هما:

**المحور الأول:** الدراسات التي حاولت رصد اتجاهات القراء نحو الصحف الإلكترونية خاصة.

**المحور الثاني:** الدراسات التي حاولت الكشف عن التغيرات التي أحدثتها شبكات التواصل الاجتماعي في الممارسة الصحفية والوصول للأخبار واتجاهات الجمهور نحوها.

**المحور الأول:** الدراسات التي حاولت رصد اتجاهات القراء نحو الصحف الإلكترونية خاصة

تنوعت الدراسات التي حاولت رصد اتجاهات القراء نحو الصحف الإلكترونية، ومن هذه الدراسات دراسة (عادل المهدي عبدالدايم، ٢٠٠٦)

التي سعت للتعرف على اتجاهات القارئ العربي نحو الصحافة الإلكترونية بدولة قطر. وخلصت نتائجها إلى: أن قراء الصحافة الإلكترونية أغلبهم من الشباب الذين يرون الإنترنت مصدر معلومات مهماً جداً، وهناك عدة مبررات تدعم متابعة الصحافة الإلكترونية، منها: أنها متوفرة طوال الوقت، لا تحتاج لدفع رسوم، تنقل الأخبار بسرعة، ولكنها لم تتمكن من توفير مصادر بديلة مستقلة للأخبار، وما زالت تدور في فلك وكالات الأنباء كمصدر للأخبار.

أما دراسة (Bradly, 2006) فقد سعت للكشف عن تكرار ميزات التفاعلية بالصحف الإلكترونية الأمريكية على الإنترنت، وتوصلت نتائجها إلى: تتميز كل صحيفة باستخدام أساليب مختلفة لتقديم المواد، حيث تم استخدام شريط أدوات يضم: الروابط، والوصلات، والانتقال السريع لمواقع أخرى؛ لا توفر صفحات التحليل فرص التفاعل مع القراء، ويندر استخدام العناصر المرئية كالصور الفوتوغرافية، والفيديو والأصوات المدمجة.

وتناولت دراسة (عبدالهادى أحمد التجار، ٢٠٠٧) اتجاهات النخبة من الأكاديميين الليبيين نحو الصحافة الإلكترونية. وكشفت نتائجها: عن إقبال الأكاديميين على الصحافة الإلكترونية لكونها سهلة التصفح، والتنقل بين صفحات الصفحة الواحدة، أو العديد من الصحف من آن لآخر، فضلاً عن السهولة في أسلوب نسخ المادة الصحفية، ومرونة الاسترجاع، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين: النوع، والفئة العمرية، ومستوى تفضيل الصحف الإلكترونية.

بينما سعت دراسة (Deborah, 2008) إلى دراسة أنماط التفاعلية على مواقع الصحف على شبكة الإنترنت، واستخدم الباحث الاستبيان الإلكتروني، وتوصلت الدراسة إلى تحديد ميزات التفاعلية التي تسهل على القارئ التواصل مع الآخرين، والتي تسمح للجماهير بالتعبير عن آرائهم، وبينت الدراسة أن مميزات التفاعلية تؤدي إلى زيادة المصداقية لدى قراء الصحف الإلكترونية.

وتشير دراسة (إلهام بوتلجي، ٢٠١١) إلى اختلاف جمهور جريدة الشروق أون لاين فيما يتعلق بالموضوعات المعالجة بموقع الشروق أون لاين بين العادية والمميزة، ويكتفون بتلقى الأخبار كما هي دون المشاركة فيها بإبداء

رأيهم أحياناً، ومنهم من يربط مشاركته بالتفاعلية بنوعية المضامين المعالجة بالموقع، ولا يوافق أفراد العينة على طريقة اهتمام الصحفيين بالأخبار الرياضية. وركزت دراسة (عماد غريب المطيري، ٢٠١١) على اتجاهات الشباب الجامعي الكويتي نحو الصحافة الإلكترونية. وكشفت نتائجها: أن المنزل هو المكان المفضل لقراءة الصحف، وبلغ متوسط وقت المتابعة نصف الساعة، وكان تقييم عينة الدراسة للصحف الإلكترونية متوسطاً من حيث فهم الأحداث الجارية، وكون الصحف الإلكترونية مفيدة، وتغني عن مشاهدة القنوات الفضائية، ومساعدتها في الهروب من مشاكل الحياة اليومية، وتقديمها كل ما هو جديد، ولكن يعيبها عدم إجراء استطلاعات الرأي للتعرف على رغبات الجماهير واحتياجاتهم، وافتقادها للجرأة والصرامة في مناقشة القضايا.

وخلصت دراسة (صونية قوراري، ٢٠١١) إلى أن أغلب الطلبة الجامعيين بجامعة محمد خضير كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - جامعة بسكرة بالجزائر- يقبلون بحجم كبير على مواقع الصحف الإلكترونية، وبحسب هذه النتائج يرجع سبب الإقبال عليها إلى كونها لا تكلف الكثير من المال والجهد، وتفيد في إنجاز البحوث العلمية، كما بينت هذه الدراسة أن أهم الموضوعات التي يفضل الطلبة مطالعتها هي الموضوعات السياسية، وأن الشكل الإخراجي والخدمات التفاعلية ومصادقية الصحف الإلكترونية كانت من أهم عوامل جذب الطلبة لمطالعتها.

وأشار (وليد عبدالفتاح، ٢٠١١) إلى أن أهم العوامل التي تؤثر على ثقة المواقع الصحفية الإلكترونية ومصادقيتها كانت الحرية المتاحة للموقع، ثم سرعة الوصول للمعلومة، يليها التنوع في المضامين، ثم استخدامها الأساليب الإقناعية، كما كشفت النتائج عن أن الجمهور نادراً ما يرسل الموقع، ونادراً ما يتلقى أي ردود على رسائله

وركزت دراسة (مبارك بن واصل الحازمي، ٢٠١٢) على واقع الصحافة الإلكترونية كما يراها القائمون بالاتصال في الصحف السعودية. وكشفت نتائجها عن: تعدد دوافع تعامل الصحفيين العاملين في الصحف السعودية المطبوعة مع الصحف الإلكترونية، وجاءت في مقدمتها متطلبات العمل، ودافع الاحتياج للمعلومات، ومعرفة الأحداث، والحصول على أفكار جديدة من

مصادر متعددة. ومن حيث الموضوعات جاءت الموضوعات السياسية في مقدمة موضوعات المتابعة، تليها الموضوعات الاقتصادية، فالعلمية؛ وحصرت الدراسة مميزات الصحافة الإلكترونية في: اتساع الانتشار، وتوافرها خلال ٢٤ ساعة، والتفاعل مع القراء، وتقديم النص والصورة معاً.

وحددت دراسة (أحمد عادل، ٢٠١٣) أسباب استخدام الشباب للمواقع الصحفية في: استخدامها عناصر تفاعلية وقنوات رد فعل، واهتمامها بإعطاء الفرصة لكتابة التعليقات وإبراز رأى تجاه الموضوعات، كما أن (٨٢،٥%) من المبحوثين يشاركون بالرد والتفاعل بإضافة تعليقات، وإبداء رأى حول موضوعات الأحداث الجارية، بينما (١٧،٥%) لا يشاركون بالرد ولا بالتفاعلية مع المحتوى المنشور.

وتشير نتائج (وسام محمد أحمد، ٢٠١٣) إلى أن توظيف الوسائط المتعددة بموقعي (اليوم السابع والوطن لم يكن جيداً، فما زال النشر الورقى مسيطراً على النشر الإلكتروني، وكان عنصر الصورة من أهم عناصر الوسائط المتعددة بالنسبة للجمهور، كما أدى العنصر البصرى دوراً كبيراً في تسهيل مهمة القارئ تجاه المادة المقدمة، ويعدّ العنصر الفائق أحد خواص الصحافة الإلكترونية التي تجذب انتباه المستخدمين، وغالباً ما ينتقى المستخدم من بينها ما يريد أن يشاهده، كما يفضل المستخدمون عرض الصور من خلال عرض الشرائح(ألبومات الصور)، كما يفضي الصوت على الحدث الإحساس بالواقعية.

فيما أوضحت دراسة (ماجد فيصل حبيب، ٢٠١٤) أن مواقع الصحف الإلكترونية الفلسطينية اليومية لم تستغل الإمكانيات المتاحة على شبكة الإنترنت، ولم تسجل الدراسة أى استجابة تذكر من قبل مواقع الصحف اليومية الفلسطينية لتساؤلات المستخدمين التي يطرحونها، كما لم يشارك المستخدم في المحتوى المنشور، وتم استخدام بعض الأدوات التفاعلية بصورة غير مدروسة.

وتشير نتائج دراسة (أحمد على إبراهيم، ٢٠١٥) إلى أن الشباب السوري يعتمدون على الصحف الإلكترونية بشكل متوسط، وبعدد ساعات لا يتجاوز الساعة، ويتصفحونها عدة مرات أسبوعياً، وتعددت أسباب متابعتهم لها ما بين: معرفة كل ما هو جديد، والتسلية، والترفيه، والتخلص من الملل، وشغل وقت

الفراغ؛ وحددت الدراسة عوامل الجذب في العناوين والمضمون، بينما لم تحظ الصور والرسوم والوسائط المتعددة باهتمام الباحثين، وحددت الدراسة عوامل المصداقية في الفورية في نقل الحدث، تليها الدقة في نقل المعلومات، وعرضها للآراء المختلفة، ودقة المصدر، والتحديث المستمر للأخبار.

وأوضحت نتائج دراسة (منار منير محمود، ٢٠١٥) ارتفاع مستوى توظيف آليات التفاعلية في مواقع الصحف الأجنبية عنه في مواقع الصحف العربية. فقد حصلت مواقع الصحف الأجنبية على مستوى مرتفع في توظيف آليات التفاعلية بنسبة (٦٨،٩%) في مقياس التفاعلية الوظيفية للدراسة. بينما وقعت مواقع الصحف العربية في المستوى المتوسط بنسبة (٤٩%). أما عن تفضيلات الباحثين لمواقع الصحف الإلكترونية المصرية والعربية، فجاء في مقدمتها موقع صحيفة اليوم السابع بنسبة (٧٠) لفوريته في نشر الأخبار. ثم موقع "المصري اليوم" بنسبة (٥٧،٩%) وذلك يرجع لشهرة هذه المواقع، فهي من الصحف الخاصة الأكثر انتشاراً في مصر.

واهتمت دراسة (سماح عبدالرازق الشهاوى، ٢٠١٥) برصد أبعاد التفاعلية التي تتيحها المواقع للشباب على شبكة الإنترنت قامت. وكشفت نتائجها عن: توظيف استخدام الصور والألوان والرسوم والعناصر الأخرى كالنصوص والصور المتحركة بمواقع الدراسة، وتمثلت أسباب تصفح المواقع الشبابية في استخدام لغة شبابية، ومناقشة الموضوعات التي قد لا تكون في وسائل الإعلام الأخرى، وتنوع المحتوى ما بين صور وصوت ورسوم وأفلام، فضلاً عن التعبير عن الآراء، وقضاء وقت الفراغ. كما أن معظم الشباب يفضلون أن يجمع شكل المواد بين النص والصوت واللقطات وأفلام الفيديو الحية. كما توجد فروق بين الذكور والإناث فيما يتعلق بإرسال التعليقات، ويشارك نصف عينة الدراسة من الشباب في الاستطلاعات التي يجريها الموقع حول بعض الموضوعات والقضايا.

بينما سعت دراسة (رحيمة عيساني، ٢٠١٦) لرصد أشكال التفاعلية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من الشباب العربي، وتوصلت نتائجها إلى استفادة الشباب الجامعي من أشكال التفاعلية، أبرزها: البحث عن المحتوى، ورجع الصدى، والتفاعل مع الآخرين، والمشاركة بالنشر، واقتراح موضوعات



النقاش، وأكدت الدراسة صحة الافتراض الذي انطلقت منه، وهو: تتوافر التفاعلية في العملية الاتصالية التي تتم عبر الوسائط بشكل كبير في وجود وسيلة تتيح التفاعلية، ومستخدم فعال في آن واحد.

وحددت دراسة (سعود عيد محمد العجمي، وشريف درويش اللبان، ٢٠١٥) الإشبياعات المتحققة من الصحف الإلكترونية بالكويت في حرية الاطلاع في الوقت الذي يختاره المتابع، ومعرفة الأخبار لحظة وقوعها، وتوفير الوقت والجهد، ومتابعة التحديث المستمر للأخبار، كما توفر المنصة قراءة الخبر من خلال مقاطع الصوت والصورة والفيديو، وتسمح بمواكبة تطورات العصر، وهي متوفرة مادياً لكونها مجانية، فضلاً عن التعبير عن الرأي والتفاعل مع المحللين والكتاب. وأشارت نتائج دراسة (بتول عبدالعزيز رشيد، ٢٠١٥) إلى تفاوت المواقع الإخبارية بالعراق في التزامها بالمصداقية، ومراعاة حقوق القارئ والمتصفح، وأن عدد الزوار ليس من الضروري أن يكون معياراً للمصداقية، وتبين من الدراسة أن المواقع قد استفادت من وضعها الآمن؛ مثل: إضافة اسم المسئول عن الموقع، وبريده الإلكتروني، وهاتفه على الموقع، وسعت المواقع إلى إيجاد وصلات داخل الموقع، فضلاً عن توفير وصلات خارج الموقع في بعض مواقع الدراسة.

وكشفت دراسة (مالك محمد مرزى، ٢٠١٥) أن أهم أسباب متابعة الجمهور للصحف معالجتها للقضايا والمشاكل الداخلية بعمق وشمولية، وتصدرت صحيفة الرأي الصحف الأردنية من حيث درجة المصداقية، وكشفت الدراسة عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة المبحوثين للصحف اليومية ودرجة التزامها بسمات المصداقية. بينما وجدت دراسة (أنس ناصر محمود عطاالله، ٢٠١٦) أن المواقع الإخبارية بقطاع غزة تأتي في المرتبة الأولى بالنسبة لاهتمامات الطلبة المبحوثين، ولا يوجد لدى عينة الدراسة توقيت محدد للاطلاع على الصحف الإلكترونية الفلسطينية، فضلاً عن كونهم يعتمدون عليها في الحصول على المعلومة بدرجة متوسطة، ويسود اعتقاد لدى المبحوثين بأن تلك الصحف لا تلبي احتياجاتهم بالشكل المطلوب، فضلاً عن كونهم يتقنون في الأخبار بدرجة متوسطة.

ورصدت (إيمان بهجت، ٢٠١٦) اتجاهات الصفوة الإعلامية المدنية والأكاديمية نحو الصحافة الإلكترونية بمصر وعوامل تطورها، وكشفت

**نتائجها عن:** أن نحو (٣٤،٩%) من عينة الدراسة يداومون على تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، وجاءت دوافع تصفح الصحف الإلكترونية لكونها تمدهم بالمعلومات والأخبار بشكل فوري، والحصول على المعلومات، واستكشاف المعلومات، وضرورات العمل. كما أوضحت الدراسة أن (٢٤،١%) يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي للوصول للصحف الإلكترونية.

**المحور الثاني: الدراسات التي حاولت الكشف عن التغيرات التي أحدثتها شبكات التواصل الاجتماعي في الممارسة الصحفية والوصول للأخبار واتجاهات الجمهور نحوها؛** ومن هذه الدراسات ما يلي: دراسة (Wilma,2010) التي اهتمت باكتشاف الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام الاجتماعية في خدمة الأخبار على الإنترنت، والتفاعل مع الجمهور. وأوضحت **نتائجها:** استخدام العاملين في News 24 منصات الإعلام الاجتماعية الفيس بوك وتويتر من أجل التواصل مع الجمهور عندما يكونون يتصفحون الموقع، وقد أدى هذا إلى سهولة مشاركة المتابعين للمحتوى، كما أنه أتاح للصحفيين التواصل والرد على المستخدمين، وتوفير رجع صدّي في الوقت الملائم عن القصص الإخبارية، فضلاً عن إتاحة المعلومات الجديدة، وتقديم الأخبار والمعلومات، وإتاحة ردود فعل مستمرة من الجمهور.

وأشارت دراسة (سها صالح، ٢٠١٠) إلى ارتفاع نسبة مشاركة الشباب في المواقع الإلكترونية، وتمثلت المشاركات إبداء الرأي، وطرح الأسئلة وتقديم المعلومات، التعليق على الآراء، في حين تمثلت أسباب عدم المشاركة في: إفتقاد أخلاقيات الحوار، واستخدام ألفاظ بذيئة، وأظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية في إدراكهم لتفاعلية الموقع. فيما أظهرت دراسة (خالد صلاح الدين، ٢٠١١) وجود اتجاهات إيجابية لدى عينة الدراسة من حيث أبعاد الثراء الإعلامي لشبكات التواصل الاجتماعي التي تتمثل في تمكينهم – أي الشباب- من التوظيف الأمثل للوسائط المتعددة، واستخدام الرموز الاتصالية في إنتاج المحتوى من ملفات نصية وصوتية وتحميله إلكترونياً والتشارك فيه مع الأعضاء الآخرين على تلك الشبكات.

بينما حددت دراسة (Lee,2012) استخدام الصحفيين لوسائل الإعلام الاجتماعية من أجل ترويج القصص الإخبارية، وزيادة عدد قراء الصحف، وكسب مزيد من حركة المرور على الشبكة، وكسب مصادر أخرى، والتواصل

مع الجمهور وتعزيز العلاقات معه. وجاءت الأخبار العاجلة في مقدمة الأخبار المنشورة على الصفحة. وأشارت نتائج دراسة ( **Glynn, Huge, & Hoffman, 2012** ) إلى أن: الفيس بوك أتاح لطلاب وأعضاء هيئة التدريس في جامعة الغرب الأوسط الكبير إضافة وصلات إلى القصص الإخبارية، والتعرف على مواقع إخبارية جديدة، وقراءة عناوين القصص الإخبارية، والوصول إليها، وتتبعها، ونقلها في شكل آخر حسب رغبة المستخدم، ومعرفة المزيد حول الأخبار العاجلة، والتعليق على القصص الإخبارية ومشاركتها. وأوضحت النتائج أن المستجيبين الأصغر سناً كانوا أكثر اهتماماً باستخدام الفيس بوك في الأغراض الإخبارية كقراءة الأخبار، ونشر القصص الإخبارية، والتعليق على الأحداث المختلفة، فضلاً عن أن الإناث أكثر عرضة لاستخدام الفيس بوك في المجال الإخباري من الذكور.

وتوصلت دراسة ( **Sue Burzynski, 2013** ) إلى استخدام المحررين وسائل الإعلام الاجتماعية في ترويج القصص والأعمال، وكتابة التقارير الإخبارية في الوقت الحقيقي، والانخراط مع الجماهير والتفاعل معهم، وتنمية العلاقات، وبناء العلامة التجارية. وحددوا الأثر الإيجابي لوسائل الإعلام الاجتماعية في الوصول للقراء والمشاهدين وزيادة التواصل معهم، ووضع روابط للمقالات الصحفية والموضوعات على فيس بوك، وتويتر، والرد على التعليقات، ووضع أسئلة للمتابعين، والقراء، وتعزيز التغطية، والرد على التغريدات، والبحث عن مصادر للقصص الإخبارية، ووضع فيديوهات على يوتيوب، وهناك مخاوف من أن سرعة نشر الأخبار قد تهدد المصداقية.

وأشارت دراسة ( **مجدى الباعر، ٢٠١٣** ) إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي بالسعودية أحدثت تطوراً كبيراً في حياة الإعلاميين على كافة المستويات، وجاءت الموضوعات الاجتماعية في قائمة موضوعات المتابعة ثم المنوعات، فالموضوعات المهنية الإعلامية، فالموضوعات الإبداعية والثقافية، كما توصلت الدراسة إلى استفادة الصحفيين من الشبكات الاجتماعية في: سرعة الوصول لمصادر الأخبار، وزيادة هامش الحرية، وزيادة المصادر الإخبارية، وجاءت صفحات المسؤولين لتصدر قائمة الحصول على الموضوعات من خلال الشبكات، وذلك من خلال طرح الأسئلة وطلب المشاركة في الإجابة من الكل، ومن خلال الدردشة مع المختصين.

وكشفت دراسة (سمية عرفات، ٢٠١٣) أن الإنترنت جاء في مرتبة متقدمة بوصفه مصدرًا لأخبار عن الأحداث الأمر الذي يشير إلى أهميته في استقاء المعلومات، كما أن غالبية الباحثين يعتقدون في مصداقيته عن وسائل الاتصال الأخرى، وأوضحت الدراسة أنه لا توجد فروق بين عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو مصداقية المواقع باستثناء العمر الذي كان مؤثرًا؛ ويرجع ذلك إلى الطبيعة الخاصة لجمهور الإنترنت الذي أغلبه من الشباب في المقام الأول.

وأوضحت دراسة (نوره عبدالله، ٢٠١٤) ارتفاع نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين أفراد العينة نتيجة للخدمات والتطبيقات التي توفرها تلك المواقع، والتي تسمح للمستخدم بالتفاعل المستمر، وتعد الشبكات الاجتماعية مصدرًا مهمًا للمعلومات مع وجود مصادر أخرى أقل أهمية. فضلاً عن ارتفاع درجة مساهمة المضامين المطروحة على مواقع الشبكات الاجتماعية في زيادة معرفة الباحثين وإدراكهم للقضايا والأحداث الجارية، وكذلك ارتفاع معدلات مناقشة الباحثين للقضايا والأحداث الجارية عبر الشبكات الاجتماعية.

وأكدت دراسة (أحمد نبيه، ٢٠١٤) أن الشبكات الاجتماعية بالعراق تؤدي دورًا كبيرًا في اعتماد الصحفيين عليها بوصفها مصدرًا للأخبار، وقد تنوعت دوافع اعتمادهم عليها إلى كونها مصدرًا للأخبار بدرجة متوسطة، ويعزى ذلك إلى عدم إدراكهم أهمية الشبكات، وإغفالهم للخدمات التي تقدمها. وحددت عينة الدراسة الخصائص التي تتصف بها الشبكات في: تحقيق السبق الصحفي، والتنوع الإخباري، والسرعة والحرية في نشر الأخبار، وعلى الرغم من ذلك مازال الصحفيون العراقيون يغفلون الدور الذي تؤديه هذه الشبكات في تقديم الأخبار والمعلومات وتوفيرها.

وخلصت دراسة (أحمد رفاعي، ٢٠١٤) إلى أن الفيس بوك يأتي في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي بالإنترنت التي يعتمد عليها الشباب المصري في الحصول على المعلومات عن القضايا السياسية، وتمثلت دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في: توفيرها ما يحتاجون إليه من معلومات سياسية، والتعرف على آراء الآخرين وتعليقاتهم على الموضوعات السياسية، وتوفير مساحة للتعبير عن آرائهم بحرية تامة، وكشفت النتائج عن ارتفاع معدل اهتمام

أفراد العينة (الشباب المصري) بقراءة الأخبار السياسية التي تتضمن قيمًا سياسية، وارتفاع نسبة مساهمة المضامين المطروحة في زيادة معرفة الشباب المصري ببعض القضايا السياسية.

أما دراسة (نجوى إبراهيم سيد إبراهيم، ٢٠١٥) فقد سعت إلى التعرف على طبيعة استخدام الشباب الجامعي للمحتوى المنشور في الصحف الإلكترونية عبر موقعي التواصل الاجتماعي "فيس بوك"، وتويتر" والإشباع المتحققة منهما، واعتمدت الدراسة على تطبيق الاستبيان على (٤٠٠) مفردة من طلاب الجامعات، فضلاً عن المقابلة مع (٢٢) مبحوثاً من القائمين بالاتصال بمواقع الصحف الإلكترونية والإخبارية. وقد كشفت نتائج الدراسة عن: أن الغالبية العظمى من الصحف الإلكترونية والمواقع الإلكترونية بدأت في إنشاء صفحات رسمية خاصة بها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبصفة خاصة فيس بوك وتويتر منذ عام ٢٠١١، وذلك لزيادة نسبة المرور لمواقع الصحف الإلكترونية، وتقديم خدمة إخبارية تناسب طبيعة المحتوى العاجل. إلا أن هناك تأثيراً سلبياً تلحقه مواقع التواصل الاجتماعي بالصحف الإلكترونية ومحتواها من عدة جوانب، ومنها: زيادة نشر الموضوعات الخفيفة، واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للحصول على الأخبار، ومعالجة المحتوى، والالتزام بمعايير العمل الصحفي.

أما دراسة (Rosengard, Tucker & Brown, 2014) فقد سعت للتعرف على كيفية قيام الشباب من مستخدمي الفيس بوك وتويتر باستخدام الأخبار وتبادل المحتوى، وقد أجريت الدراسة على (٤١٧) طالباً لمدة (١٠) أيام من ثلاث جامعات مختلفة، تراوحت أعمارهم من (١٨ - ٢١) عاماً، وقد تبين من الدراسة أن: (٥٣%) من أفراد العينة يعرفون الأخبار عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي، يليها الأصدقاء، ثم الراديو، و(٩٣%) من المبحوثين لا يسعون للتأكد من صحة المعلومات التي يحصلون عليها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي من مصادر أخرى، وجاءت أخبار المجتمع والأحداث المحلية على قائمة اهتمام المبحوثين بواقع (٥٥%)، يليها أخبار الحوادث، ثم الأخبار الاقتصادية.

فيما جاءت اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار بمواقع التواصل الاجتماعي متوسطة في نتائج دراسة (هديل فايز، ٢٠١٤)، وجاء

الفييس بوك في الترتيب الأول من حيث استخدامه في متابعة الأخبار التي تنسم بالفورية وسرعة النقل، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الصحفيين نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير: النوع، والحالة الاجتماعية، والتخصص الدراسي؛ ووجود فروق بين الاتجاه نحو المصداقية ومتغير: العمر، والمستوى التعليمي، والخبرة.

وكشفت نتائج دراسة (Namrata,2015) عن استخدام وسائل الإعلام في تدوين المعلومات الخاصة بالروتين اليومي وتقاسمها، وغرف الأخبار مع المستخدمين الآخرين، ولجأوا إلى استخدام الارتباطات التشعبية كأداة ترويجية لأنفسهم من خلال نشر مقالاتهم وذلك بنسبة (٣٣%)، كما استخدم الصحفيون الموقع في نشر التحديثات الشخصية، وإيداء الرأي، وإعطاء معلومات إضافية، والتواصل مع الآخرين، وتبادل الخبرات، وإعطاء معلومات واقعية، ونشر أخبار عن غرف الأخبار. كما تباين الصحفيون في تقديم الآراء الرئيسية، ولم يكن هناك تمييز بين الحقائق والآراء؛ حيث تم نشر التفسير الشخصي في الأخبار وإدراجه، وظهر الرأي الشخصي في عبارات مثل: "احملوا عنى هذه القضية.....، وفي رأيي...."

وأوضحت دراسة (Liu,2015) أن الأخبار الخفيفة Soft News كانت أكثر انتشاراً على موقع Apple Daily التايوانى من الأخبار الجادة Hard News؛ حيث كان هناك (٤٠٤) مواد خفيفة منشورة من مجموع (٥٨٥) مادة خلال فترة التحليل، وقد شملت الأخبار الخفيفة كلاً من: أخبار عن الحياة، والفن، والجريمة، والرياضة. أما عن مصادر الأخبار فقد تمثلت في المقابلات على شبكة الفييس بوك وتويتر، فضلاً عن عناوين الأخبار المستخدمة، وإن كانت لا تقدم معلومات وفيرة. كما أثرت وسائل الإعلام الاجتماعية في منظومة العمل فلم يُعد من الضروري كتابة قصة إخبارية بعد إجراء المقابلات مع الناس مباشرة، فقد يُكتفى بنسخ ما قالوه على أى موقع خاصة فييس بوك. فضلاً عن عبء العمل المتواصل والضغط المستمر.

وتوصلت دراسة (أميمه أحمد رمضان، ٢٠١٥) إلى: أن أهم أشكال التفاعل بين الصحفيين والقراء هي: تلقي تعليقات القراء عبر صفحات الفييس بوك بنسبة (٧٧,٥٩%) وتلقي رسائل القراء عبر البريد الإلكتروني بنسبة

(٧١,٨٥%) وقراءة تعليقات القراء على الصفحات الشخصية، ثم استقبال مكالمات هاتفية، ثم استقبال رسائل قصيرة، ثم تعليقات القراء على المدونة الشخصية للصحفي وأخيراً التواصل عبر مكالمات الفيديو على skype.

### التعليق على الدراسات السابقة:

#### من خلال تحليل الدراسات السابقة يُلاحظ أن:

- كل الدراسات السابقة ركزت على الصحافة الإلكترونية أو شبكات التواصل الاجتماعي؛ أما الدراسة الراهنة فإنها جاءت لتلقى الضوء على نمط إعلامي جديد وهو صفحات الصحف الإلكترونية على الفيس بوك.
- لوحظ من الدراسات السابقة كلها اهتمامها بدراسة آثار الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي من حيث نشر محتوى الصحف بواسطتها، ودراسة آثاره على الصحفيين واستخدامهم له، وأثره على الممارسة الصحفية، وعلى بيئة عمل الصحفي، ولكن لم يسع أي من تلك الدراسات إلى قياس اتجاهات المستخدمين نحو مدى رضاهم عما يصل إليهم من محتوى من حيث تعدد خيارات عرضه، وسهولة الوصول إليه وسرعة ذلك، واتجاههم نحو القائم بالاتصال وتفاعله معهم، فضلاً عن ثقتهم في المحتوى المنشور.

ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة الراهنة في: الكشف عن اتجاهات القراء نحو المستوى الثاني وهو صفحات الصحف الإلكترونية عبر شبكات التواصل الاجتماعي "فيس بوك" من حيث مدى الاستفادة من مميزات وخدمات شبكات التواصل الاجتماعي في إتاحة المعلومات للمتابعين، وسهولة الوصول للصحف، وتعدد الخيارات المتاحة على الصفحة، والتفاعل مع المستخدمين، وثقتهم في المعلومات خاصة أن النشر المستمر والسعي لتحقيق سبق صحفي قد يؤثر على المضمون المنشور ودقته.

#### ثانياً- أهمية الدراسة:

#### تنبع أهمية هذه الدراسة من:

أ. أهمية الوسيلة الإعلامية التي تهتم الدراسة بها، وهي صفحات الصحف الإلكترونية على الفيس بوك التي اجتذبت أعداداً كبيرة من

المستخدمين لمتابعتها، وأضحت مصدرًا إخباريًا رئيسيًا يصعب الاستغناء عنه.

ب. الحاجة إلى مزيد من الدراسات التي تهتم بالمستخدم نفسه وقياس اتجاهاته نحو وسيلة إعلامية مهمة.

ج. الجمع بين الأدوات الكمية (الاستبيان)، والكيفية (تحليل المضمون الكيفي).

د. سعيها إلى التحقق من فرضيات نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية.

ثالثًا- أهداف الدراسة وتساؤلاتها:

يسعى الهدف الأول من الدراسة الراهنة إلى الكشف عن مدى تعرض المستخدمين لتلك الصفحات والمضامين التي يتابعونها على الموقع من خلال الإجابة عن التساؤلات التالية:

١. ما متوسط متابعة المستخدمين للصحف الإلكترونية على الفيس بوك؟

٢. ما أكثر الصحف الإلكترونية متابعة على الفيس بوك من قبل المستخدمين؟

٣. ما أكثر المضامين التي يهتم المستخدمون بمتابعتها بالصحف الإلكترونية على الفيس بوك؟

٤. ما أسباب متابعة القراء للصحف الإلكترونية على الفيس بوك؟

فيما يسعى الهدف الثاني إلى الكشف عن اتجاهات المستخدمين نحو سهولة الوصول للوسيلة وسرعتها، والثقة فيها، والتفاعل معها، وذلك من خلال الإجابة عن التساؤلات التالية:

١. ما اتجاهات المستخدمين نحو سهولة الوصول للصحف الإلكترونية على الفيس بوك؟

٢. ما اتجاهات المستخدمين نحو سرعة الوصول للصحف الإلكترونية على الفيس بوك؟

٣. ما اتجاهات المستخدمين نحو دقة البيانات على الصحف الإلكترونية على الفيس بوك؟

٤. ما اتجاهات المستخدمين نحو استخدام القائم على الصفحة لأدوات التفاعل مع المتابعين؟



### تساؤلات الدراسة التحليلية:

١. إلى أى مدى كان هناك سهولة / صعوبة فى الوصول للصحف الإلكترونية على الفيس بوك عن طريق خاصية البحث على الموقع؟
٢. إلى أى مدى توافرت خاصية الأمان والتوثيق للصحف الإلكترونية على الفيس بوك؟
٣. ما البيانات التي تتوافر عن الصحف الإلكترونية محل الدراسة على الفيس بوك؟
٤. إلى أى مدى عمل القائم على الصفحة على ربط الصحف الإلكترونية ببعضها بعضاً على موقع الفيس بوك؟
٥. هل هناك صفحات أخرى على موقع الفيس حملت اسم موقع الصحيفة؟
٦. إلى أى مدى سعى القائمون على الصفحة للاستفادة من الوسائط المتعددة بالموقع فى تغطية الأخبار؟
٧. إلى أى مدى يثق المستخدمون فى المضمون المنشور من خلال تعليقاتهم على الصفحة؟
٨. كيف يتفاعل القائم على الصفحة مع المستخدمين ؟ وكيف يستجيب لرغباتهم؟
٩. ما أشكال تفاعل المتابعون مع المحتوى المنشور بالصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك؟ وما طبيعة التفاعل سلبى/ أم إيجابى؟

### فروض الدراسة:

- **الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى اتجاهات عينة الدراسة نحو سهولة الوصول للصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك يُعزى لكثافة المتابعة.
- **الفرض الثانى:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى اتجاهات عينة الدراسة نحو سرعة الحصول على المعلومات عبر الصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك يُعزى لكثافة المتابعة.

➤ **الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى اتجاهات عينة الدراسة نحو تعدد خيارات المحتوى المنشور بالصحف الإلكترونية على الفيس بوك يُعزى لكثافة المتابعة.

➤ **الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى اتجاهات عينة الدراسة نحو مصداقية الصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك يُعزى لكثافة المتابعة.

➤ **الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى اتجاهات عينة الدراسة نحو التفاعل مع المحتوى المنشور بالصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك يُعزى لكثافة المتابعة.

➤ **الفرض السادس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى اتجاهات عينة الدراسة نحو القائم بالاتصال بالصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك يُعزى لكثافة المتابعة.

➤ **الفرض السابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى اتجاهات عينة الدراسة نحو الصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك يُعزى لكثافة المتابعة.

#### رابعاً- مفاهيم الدراسة:

**الاتجاهات:** هو أسلوب مُنظم متسق فى التفكير والشعور ورد الفعل تجاه الناس والقضايا والمواقف والأحداث والمفاهيم، وتجاه أي شيء فى البيئة بصورة عامة. والمكونات الرئيسية للاتجاهات هي: الأفكار، والمعتقدات، والمشاعر، أو الانفعالات، والنزعات إلى رد الفعل، ويمكننا القول إن الاتجاه يتشكل عند ترابط هذه المكونات معاً لتكون رد الفعل بصورة مستديمة نسبياً نحو موضوع الاتجاه. وهذه المكونات الثلاثة للاتجاهات: الجانب المعرفى (الأفكار والمعتقدات)، والجانب الوجدانى (المشاعر والانفعالات)، والجانب النزوعى (النزعات إلى رد فعل فى اتجاه محدد)، (رشدى فام، أحمد حسين، ٢٠٠٣: ٢٠٠). كما يُعرف على أنه حالة من الاستعداد والتأهب النفسى والعصبى تولد تأثيراً دينامياً على استجابة الفرد وتساعد على اتخاذ القرارات المناسبة سواء أكان بالرفض أم بالإيجاب فيما يتعرض له من مواقف ومشكلات

ويتأثر بالخبرات التي مر بها الفرد من ناحية وبالسّمات الداخلية من ناحية أخرى (محمد منير حجاب، ٢٠٠٤: ٨).

**الصحافة الإلكترونية:** تُعرف الصحافة الإلكترونية بأنها الصحافة التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الإنترنت العالمية أو غيرها من شبكات المعلومات سواء أكانت نسخة أو إصداره إلكترونية لصحيفة مطبوعة ورقية، أو صحيفة إلكترونية ليس لها إصدار مطبوعة ورقية، سواء كانت صحيفة عامة أو متخصصة، أم كانت تسجيلاً دقيقاً للنسخة الورقية أم كانت ملخصات للمنشور بها؛ ما دمت تصدر بشكل منتظم أي يتم تحديث مضمونها من يوم لآخر، ومن ساعة لأخرى، أو من حين لآخر حسب إمكانات جهة الصدور (سعيد الغريب، ٢٠٠١: ٢١٣). كما تُعرف بأنها: موقع على الإنترنت له معايير الصحف الورقية وسماتها وخصائصها من حيث التحديث الدوري للمواد والصور والرسوم وتقديم كافة قوالب العمل الصحفي، بالإضافة لقوالب أخرى تفرضها طبيعة الإنترنت، وتطبق منهجية العمل التفاعلي لمحتويات الموقع وتقدم خدمات صحفية، ويقوم بتنفيذها فريق عمل متمثل في رئيس التحرير ومحررين وصحفيين وخبراء في الوسائط المتعددة، ويمكن استدعائه ومعالجته إلكترونياً (محمد سيد، ٢٠٠٩: ٢١٠)، ويُعرفها (رضا عبدالواحد أمين، ٢٠٠٧: ٩٥) بأنها وسيلة من وسائل متعددة الوسائط تنشر فيها الأخبار والمقالات وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية بشكل دوري، وبرقم مسلسل باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة وبعض الميزات التفاعلية، وتصل بالقارئ من خلال شبكة الحاسب الآلي سواء أكان لها أصل مطبوع أو كانت إلكترونية خالصة.

**تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:** قام العديد من الباحثين بتعريف مواقع التواصل الاجتماعي ومن أشهرها تعريف كل من (Ellison & Boyd, 2008, 211)، حيث عرفها على أنها خدمات الإنترنت التي تتيح للأفراد بناء صفحة شخصية يعرضون فيها جوانب شخصية ويتحكمون بأن تكون رؤيتها متاحة للجميع أو أن تكون مقصورة على أفراد دون غيرهم وفقاً لنظام محدد، فضلاً عن إمكانية عمل قائمة بالمستخدمين الآخرين والذين يشترك معهم الفرد في نوع من العلاقة، وإمكانية رؤية قوائم بأسماء أصدقاء الأصدقاء والتنقل بينهم، كما يعرفها (عباس مصطفى صادق، ٢٠٠٨: ٢١٨) بأنها: مواقع

الكثرونية اجتماعية على الانترنت وتعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، التي تتيح للأفراد و الجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي.

**ويعرفها (جمال مختار، ٢٠٠٨ : ٦٨)** بأنها: خدمة تتركز في بناء وتعزيز الشبكات الاجتماعية لتبادل الاتصال بين الناس الذين تجمعهم نفس الاهتمامات والأنشطة، أو لمن يهتمون باكتشاف ميول وأنشطة الآخرين، وغاية هذه الخدمات في المقام الأول تعتمد على توفير مجموعة متنوعة من الطرق للتفاعل بين المستخدمين، مثل: المحادثة، والرسائل، والبريد، والمحادثة الصوتية، وتبادل الملفات، والمدونات. ويمكن تعريف صفحات الصحف الإلكترونية على الفيس بوك بأنها: تلك الصحف التي اتخذت من الفيس بوك منصة لنشر محتواها من خلاله، وسعت إلى توظيف ثراء الوسيلة من سرعة وصول المعلومة، ومن تعدد خيارات عرض المحتوى، ومن ميزات التفاعلية للوصول إلى قطاع كبير من المستخدمين، وتسعى الدراسة الحالية إلى الكشف عن اتجاهات المستخدمين(سلبى أو إيجابى) نحو مدى توظيفها لهذه الثراء.

#### **خامساً: الإطار المعرفى للدراسة:**

تنطلق الدراسة الراهنة من نظرية ثراء وسائل الإعلام، وتعود أصول هذه النظرية إلى نظرية معالجة المعلومات Information Processing Theory، وقد وضعت أصول هذه النظرية من قبل علماء التنظيمات Daft, Lengel and Trewno، وهى واحدة من النماذج القليلة التي تحاول أن تحدد كفاءة وسائل الإعلام فى ضوء المهام التي تؤديها، وتقدم فكرة ثراء الاتصالات كخاصية موضوعية لوسائل الإعلام. وترجع الجذور الأولى للنظرية إلى الأربعينات من القرن الماضى، وذلك عندما قام الباحثون بتفسير ظاهرة اختيار وسائل الإعلام طبقاً لمعيارى السرعة والجودة فى تقديم المعلومات، وفى أواخر السبعينيات وجد الباحثون أن سرعة الوسيلة أهم من جودة المعلومة التي تقدمها، ومن ثم طغت سيطرة عامل السرعة على الجودة، وقد أثبتت الدراسات أن السرعة كانت أكثر أهمية فى اختيار الوسيط الاتصالي، ومن ثم فإن هذه الدراسات تشير أن المستخدمين سيختارون المعلومات التي تحتاج إلى مجهود أقل رغم أنها أقل جودة من المعلومات الأكثر جودة التي تحتاج إلى مجهود

أكبر (Pei-Chen & Hsing,2007,P664, Yu-Feng & Yang-Siang, 2010:752)

**فرضيات ثراء الوسيلة:يقوم الفرض الأول للنظرية على أن الوسائل الإعلامية والتكنولوجية تمتلك قدرًا من البيانات والمعلومات بالإضافة إلى تنوع المحتوى المقدم من خلالها، وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذى ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها (وديع العزيزى، ٢٠١٥: ١٣٩).**

ويُعرف Lengel&Daft نظرية الثراء بأنها القدرة على تسهيل الفهم المشترك خلال فترة زمنية محددة؛ بمعنى أن وسائل الإعلام التى يمكنها التغلب على الأطر المرجعية المختلفة، أو التى يمكنها توضيح الأمور الغامضة لتغيير الفهم خلال مدة زمنية محددة تعدّ وسائل اتصال ثرية، بينما وسائل الإعلام التى تتطلب وقتًا طويلاً لتمكين أطراف العملية الاتصالية من الفهم، ولا تستطيع التغلب على وجهات النظر المختلفة تعدّ منخفضة الثراء. كما يكمن جوهر النظرية فى أنه كلما زادت درجة غموض والتباس المهمة الاتصالية كان استخدام وسيلة اتصالية ثرية لتقوم بهذه المهمة مناسبة لها، وتقتصر النظرية أن المرسل يجب عليه استخدام أكثر الوسائل المتاحة ثراءً لتوصيل رسالته، بحيث يتحدد ثراء الوسيلة فى كونها الوسيلة الإعلامية التى تستطيع أن تنقل صورة أقرب ما تكون للواقع.

وطبقًا لنظرية ثراء الوسيلة؛ فإن الوسائل الإعلامية التى توفر رجوع صدّي تكون أكثر ثراء، فكلما قلّ الغموض كان الاتصال الفعال أكثر حدوثًا، وتنظر النظرية لوسائل إعلامية مثل: الصحف والإذاعة والتلفزيون على أنها فقيرة لأنها لا تسمح برجوع صدّي فوري، كما تقتصر النظرية أن القدرة على حل الغموض الذى يواجهه الجمهور، وتقديم تفسيرات متنوعة، وتسهيل عملية الفهم على الجمهور المستقبل للرسالة، يعتمد على ثراء الوسيلة؛ فثراء المعلومات هو العملية التى يقوم فيها المرسل بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعانى المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة (طه نجم، أنور الرواس، ٢٠١١: ٥٠؛ حسنين شفيق، ٢٠١٤: ١١٢-١١٣).

**الفرضية الثانية:** يستند ثراء وسائل الإعلام على المعايير الأربعة التالية: (Yu-Feng & Yang-Siang, 2010:726).

- القدرة على توفير التغذية الراجعة Capacity for immediate feedback: وهى قدرة وسائل الإعلام على تقديم تغطية واسعة وسريعة ومشاركة لردود الأفعال على الوسيلة الإعلامية.
- القدرة على نقل الإشارات المتعددة Capacity to transmit multiple cues: ويقصد بها تعدد طرق توصيل المعلومات بما فى ذلك: انعكاسات الصوت، إيماءات الجسم، الكلمات، الأرقام، الرموز، الرسم وهى ليست مجرد معلومات أو بيانات ولكنها تنقل المعنى وتفسره.
- قدرة الوسيط على التركيز الشخصي Capacity of the medium to have a personal Focus: وتتعلق بقدرة الوسيط على نقل العواطف والمشاعر، وقدرته على أن يكون مصممًا خصيصًا لتلبية الاحتياجات.
- اللغة المتنوعة Language varieties: وهى القدرة على استخدام اللغة الطبيعية، حيث توفر الأرقام دقة أكبر، وتكون قادرة على نقل مجموعة واسعة من المفاهيم والأفكار. ووفقًا للخصائص الأربع المذكورة أعلاه، فإن أغنى وسائل الاتصال هو الاتصال وجهًا لوجه؛ حيث يوفر رجوع صدئ فوري، فضلاً عن تعدد اللغات المستخدمة من خلال لغة الجسد، ونبرة الصوت.
- أبعاد ثراء الوسيلة: تحديد أبعاد ثراء الوسيلة فى الجوانب التالية (Kathleen, 1990: 930-935):
- التنوع: ويعنى التنوع فى الأدوات والوسائل الجديدة للإنتاج الإعلامى، الأمر الذى يحدث تنوعًا فى الاختيار.
- الجودة: إتاحة الأدوات والوسائل الجديدة إمكانيات ومميزات تتسم بجودة التكوين.
- الدقة: وتتمثل فى السرعة والسهولة والمرونة من وراء استخدام تقنية معينة.
- المتغيرات المؤثرة فى ثراء الوسيلة (أحمد عادل، ٢٠١٣: ١٥٧، ١٦٠) Stkins, B, 1997: 990, Fred D. Davis, 1989:586-598 أشار العديد من العلماء إلى عدد من العوامل المؤثرة فى ثراء الوسيلة، وقد وضع Kil Soo Suh عام (١٩٩٩) مجموعة من المتغيرات المستقلة المؤثرة فى

ثراء الوسيلة، وشملت: خصائص المهمة، وخصائص الوسيلة الإعلامية، بينما تمثلت المتغيرات التابعة في أداء المهمة والإشباع الناتجة عنها سواء على مستوى الاتصال أو على مستوى الناتج النهائي لأداء المهمة. وقد أضاف بعض الباحثين متغيرات أخرى، وهي:

- **سهولة الوصول للوسيلة:** سعى كل من Davis وآخرون عام (١٩٨٩) إلى اختبار فرضية أن سرعة الوصول للوسيلة له تأثير كبير في اختيار الأفراد لها.
  - **سرعة الوصول للوسيلة:** وجد دافت ولينجل Daft & Lengel أن عامل الوقت من العوامل المؤثرة في عملية صنع القرار؛ فالحاجة للمعرفة تزيد من أهمية عامل الوقت، فقد يختار الأفراد وسيلة ما تحت ضغط عامل الوقت، لأنه يمكنهم الوصول إليها بسرعة، وهناك سمتان ترتبطان بسرعة الوصول للوسيلة هما: أن تسمح الوسيلة للوصول إليها في أي وقت بسرعة، وأن يتم تحويل الوسيلة من نموذج تلقى إلى نموذج تلق متعدد.
  - **الثقة في الوسيلة الإعلامية:** وجد كل من جودهيو & وتوموسون Good hue and Thomson, 1995 أنه كلما زادت الثقة في الوسيلة زاد اعتماد الأفراد عليها، كما وجد أن الإنترنت وما به من مواقع وضع عبئاً كبيراً على المستخدم لكي يحدد مقدار الثقة التي يمنحها إلى المواقع التي يمكن الوصول إليها، والتي تحتاج إلى مزيد من الخبرة من جانب المستخدم.
  - **الخبرة السابقة في الوسيط:** أكد الباحثون أن المهارات والميزات التي يمتلكها الفرد فيما يتعلق بوسيط اتصالي معين تؤثر في اختيار هذا الفرد لذلك الوسيط واتجاهاته نحوه.
  - **التكلفة المادية:** يؤثر عامل التكلفة المادية على استخدام وتفضيل وسائل الإعلام، ويختلف هذا العامل باختلاف قوة الدافع، فكلما كان الدافع والحاجة للاتصال قوية قلت أهمية هذا العامل، كما تقل أهميته أيضاً كلما كانت المعلومات التي يقوم لأجلها الفرد بالسلوك الاجتماعي الاتصالي متعلقة باهتمامات الفرد أولاً، ولها علاقة مباشرة ببيئته.
- وتسعى هذه الدراسة إلى التحقق من مدى قدرة الصحف الإلكترونية على

الفييس بوك من الاستفادة من الإمكانيات التي أتاحتها موقع الفييس بوك ومن ثراء الوسيلة من حيث سرعتها فى نقل المعلومة، وسهولة الوصول إليها، وقدرتها على استخدام الأدوات والوسائل المتنوعة من نص وصورة ورابط وهاشتاج، فضلاً عن توفيرها لرجع الصدى، وقدرتها على إتاحة فرصة للتفاعل والتواصل مع المتابعين.

سادساً- **منهجية الدراسة:** تُعد هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير موقف معين، أو ظاهرة معينة وتحليلها ووصفها، وتصوير خصائصها، بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، ولا تقف عند حد جمع البيانات، وإنما يمتد مجالها إلى تصنيف البيانات والحقائق التي يتم جمعها وتفسيرها وتحليلها واستخلاص نتائج ودلالات منها.

#### ١. أدوات جمع البيانات:

- **استمارة الاستبيان:** اعتمدت الدراسة الراهنة على الاستبيان؛ وهو عبارة عن مجموعة من الأسئلة يمكن للمشاركين فى البحث أن يجيبوا عنها بطرق مختلفة، ومعظم الاستبيانات مصممة لجمع البيانات المقننة، ولهذا يحتوى الاستبيان على مجموعة من الإجابات التي يمكن للمبحوث أن يختار من بينها؛ حيث قامت الباحثة بتصميم استمارة الاستبيان لقياس اتجاهات المستخدمين نحو سرعة الوصول للصحف الإلكترونية على الفييس بوك، وسهولة الوصول للأخبار من خلالها، فضلاً عن مدى استفادتها من تنوع الوسائط المتعددة على الموقع، وثقتهم فيها، وسعيهم للتفاعل مع المحتوى، واتجاهاتهم نحو تفاعل القائم بالاتصال معهم.

- **تحليل المضمون الكيفي:** اعتمدت الدراسة الراهنة على تحليل المضمون ويقصد به؛ الدراسة البنائية للوسيلة الإعلامية، والجوانب الشكلية التي تقدم عوامل الجذب التي تقدم بها المادة، فضلاً عن الموضوع الذى تتناوله الوسيلة بهدف الكشف عما تريد الوسيلة توصيله للجمهور المتلقى؛ حيث



قامت الباحثة بتحديد أهم ثلاثة صحف تمت متابعتها على موقع الفيس بوك من قبل المستخدمين، وهم: اليوم السابع والمصرى اليوم والأهرام.

٢. مجتمع الدراسة وعينتها: تحدد مجتمع الدراسة الميدانية فى: متابعى

الصحف الإلكترونية على شبكات التواصل الاجتماعى؛ حيث استهدفت الباحثة تطبيق الاستبيان على (٢٠٠) مفردة وذلك استناداً إلى الدراسات السابقة التي اعتمدت على عينات مماثلة، فضلاً عن عدم وجود إطار محدد للمتابعين يمكن الباحثة من التحديد الدقيق للعينة. وسعيًا للوصول للعينة

قامت الباحثة بنشر الاستبيان على <https://drive.google.com/drive/>

[my-drive](https://drive.google.com/drive/)<sup>(١)</sup>، وكانت نسبة الاستجابة حوالي (٤٠) استمارة، ولاستكمال

عينة الدراسة قامت الباحثة بطبعتها وتوزيعها، وكانت الاستجابات المرتردة

حوالي (١٢٥) استمارة فقط، تم استبعاد حوالي (٢٥) استمارة لعدم

مطابقتها، وبذلك بلغ حجم العينة (١٤٠) مفردة وتم اختيارهم بطريقة

عمدية، وقد راعت الباحثة في اختيارهم عدة شروط، هي كالتالى: أن يكونوا

من متابعى الصحف الإلكترونية على موقع التواصل الاجتماعى "فيس

بوك"، وأن يكونوا متنوعين حسب الخصائص الديموغرافية التي حددتها

فى الاستبيان. وقد أجريت الدراسة الميدانية خلال الفترة من ٢٠١٧/٥/٤

حتى ٢٠١٧/٦/٢٠.

(١) رابط الاستبيان/

[https://docs.google.com/forms/d/1qzWBp2hGcKiUdWRf02vbO1oXFvqX8ZU0M\\_CbMe13Hhs/edit](https://docs.google.com/forms/d/1qzWBp2hGcKiUdWRf02vbO1oXFvqX8ZU0M_CbMe13Hhs/edit)

٣. خصائص عينة الدراسة الميدانية:

جدول (١)

يوضح خصائص عينة الدراسة تبعاً للنوع

خصائص العينة	النوع	ك	%
النوع	ذكر	٧٠	%٥٠
	أنثى	٧٠	%٥٠
السن	أقل من ٢٠ عاماً	١٩	١٣,٦
	من ٢٠ إلى أقل من ٣٥ عاماً	٩٨	٧٠
	من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ عاماً	٢٢	١٥,٧
	٥٠ عاماً فأكثر	١	,٧
المستوى التعليمي	متوسط	١٢	٨,٦
	فوق متوسط	١٦	١١,٤
	جامعي	٧٧	٥٥
	دراسات عليا	٣٥	٢٥
إجمالي دخل الأسرة	أقل من ١٥٠٠	٣٩	٢٧,٩
	من ١٥٠٠ إلى أقل من ٣٠٠٠	٦٢	٤٤,٣
	من ٣٠٠٠ إلى ٤٥٠٠	٢٣	١٦,٤
	أكثر من ٤٥٠٠	١٦	١١,٤
القطاع	ريف	٥٣	٧٣,٩
	حضر	٨٧	٩٢,١
المجموع		١٤٠	%١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق تطبيق الاستبيان على (٥٠%) من الذكور بواقع (٧٠) مفردة و(٥٠%) من الإناث بواقع (٧٠%)، وأغلب

مفردات العينة كانت فى الفئة العمرية من (٢٠ إلى أقل من ٣٥ عاماً) بواقع (٧٠%) من العينة، ويرجع ذلك إلى أن فئة الشباب هى من أكثر الفئات استخداماً للموقع، الذين يرون فى شبكات التواصل الاجتماعى مصدرًا للمعلومات، فضلاً عن أن لديهم من الوقت والقدرة على استخدام التكنولوجيا الجديدة ما يدعم وجودهم المستمر عليها وتفاعلهم معها، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (عادل عبدالدايم، ٢٠٠٦) التى توصلت إلى أن فئة الشباب هم الأكثر وجوداً على الموقع، كما أن (٥٥%) من العينة ممن حصلوا على تعليم جامعى، والذين يرون فى منصات الإعلام الجديد وسيلة للترفيه، والتعبير عن الآراء، والتواصل مع الأصدقاء، ويتراوح إجمالى دخلهم من (١٥٠٠ إلى أقل من ٣٠٠٠) بنسبة (٤٤,٣%)، وأغلب مفردات العينة من قاطنى المناطق الحضرية بنسبة (٩٢,١%).

**مجتمع الدراسة التحليلية وعينتها:** تحدد مجتمع الدراسة التحليلية فى كل الصحف الإلكترونية على موقع التواصل الاجتماعى فيس بوك، حيث اختارت الباحثة عينة منهم تمثلت فى أكثر من ثلاث صحف الكترونية تمت متابعتها من قبل المستخدمين طبقاً لما أسفرت عنه نتائج الدراسة الميدانية، وهم : اليوم السابع والمصرى اليوم والأهرام، وتم عمل التحليل الكيفى لهم من خلال تحديد مؤشرات أو أبعاد للتحليل تم إيضاحها فى تساؤلات الدراسة، وقد تمت متابعة صفحات الصحف الإلكترونية على الفيس بوك خلال ١٠ أيام امتدت خلال الفترة الزمنية من ٢٠/٦/٢٠١٧ حتى ٣٠/٦/٢٠١٧.

#### ٤. صدق استمارة الاستبيان وثباتها:

للتحقق من صدق الاستبيان تم استخدام الصدق الظاهري وهو "استطلاع آراء المحكمين"، حيث تم عرض الاستبانة في صورتها الأولية على مجموعة من أساتذة وخبراء الإعلام بعدد من الجامعات المصرية<sup>(٢)</sup>.

أما ثبات الاختبار فهو أسلوب لتقييم مدى ثبات الاختبار من خلال تطبيقه خلال فترتين مختلفتين مع مراعاة ثبات الظروف المصاحبة للتطبيق، وتكرار بنود المقياس ذاتها (شيماء ذو الفقار، ٢٠٠٩: ٧٩)، وقد استخدمت الباحثة طريقة إعادة التطبيق على (١٠%) من عينة الدراسة بواقع (١٤ مفردة)، وكانت نتيجة الثبات نحو (٨)، وهي تمثل نسبة ثبات مرتفعة. كما سعت الباحثة إلى تقدير الاتساق الداخلي لبنود الاستبيان من خلال جمع الاتساقات الفردية لكل البنود للخروج بدرجة كلية للمقياس، وكان الاختبار المنشطر – Split half أبسط مقاييس الاتساق الداخلي، كانت قيمته (٧)، وهي متوسطة، كما تم حساب متوسط معاملات الارتباط الناتجة عن تقسيم البنود إلى نصفين بكل أشكال التقسيم الممكنة، وبلغت قيمة معامل ألفا ٨، وهي نسبة متوسطة أيضًا.

		:		(٢)	
١	.	!	" # \$ %	/	.١
٢	.& ' .	( )*	" # + * * \$ %\$ , - /	.	.٢
٣	1	*	2 & , - ! " # 0) . -# *	/ / ..	.٣
٤	* # 8 4- * #	2 - 56 # - "	" # 7 -	* / .	.٤
٥	.& ' .	( )*	9 # :	" # * 45- / ..	.٥
٦	.	.	! " # . ;	/ ..	.٦
٧	.& ' .	( )*	& 6) " # ' / ..	.	.٧
٨	) ) -	* <	" # ) - * 2 / ..	.	.٨
٩	* - (	.	- ! " # 0 - / ..	.	.٩
١٠	.& ' .	( )*	& ) /	.	.١٠

سابعاً- نتائج الدراسة:

١. معدل # \* = ! # - ) ! 0 & \* ->:

### جدول (٢)

يوضح معدل متابعة عينة الدراسة للصحف الإلكترونية المصرية على الفيس بوك

المعدل	ك	%
دائماً	٤٢	%٣٠
أحياناً	٧٧	%٥٥
نادرًا	٢١	%١٥
المجموع	١٤٠	%١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر من نصف عينة الدراسة الميدانية تتابع مواقع الصحف الإلكترونية على الفيس بوك أحيانًا بنسبة (٥٥%) من عينة الدراسة الميدانية، في حين يتابعها بشكل دائم نحو (٣٠%) من العينة؛ ويرجع ذلك لتغطيتها للأحداث المختلفة لحظة بلحظة، وكونها مجانية، ونقلها للأخبار بسرعة وسهولة، ومواكبتها لتطورات العصر، واستخدامها لغة شبابية.

٢. \$ # \* ( ! 6 ) = ! # - ) 0 -?? & \* ->:

### جدول (٣)

يوضح متابعة عينة الدراسة لصفحات الصحف الإلكترونية المصرية على موقع الفيس بوك

المعدل	ك	%
	٩٣	٦٦،٤
	٣٠	٢١،٤
	١٧	٢١،١
المجموع	١٤٠	%١٠٠

تكشف نتائج الجدول السابق أن نحو (٦٦،٤%) من أفراد العينة يتابعون الصحف الإلكترونية عبر موقع الفيس بوك بمعدل أقل من ساعة يوميًا وذلك بنسبة (٦٦،٤%)، يليها من ساعة إلى ثلاث ساعات يوميًا بنسبة (٢١،٤%) من

عينة الدراسة الميدانية، ويمكن تفسير ذلك في ضوء التغطية المستمرة للأحداث لحظة بلحظة، ومتابعتها من قبل الشباب في الفئة العمرية من (٢٠ إلى أقل من ٣٥ عاماً)، وهي فئة لديها من وقت الفراغ ما يتيح لها المتابعة، فضلاً عن تطور الأجهزة والتطبيقات المختلفة التي أتاحت لهذه الفئة المتابعة في أى وقت وفي أى مكان، ويؤدى تصميم المواقع دوراً في ذلك من خلال تعدد خيارات المتابعة من كونها تأتي في أول الأخبار أو في آخرها، وتختلف نتائج هذه الدراسة عن نتائج دراسة (عماد المطيرى، ٢٠١١) التي حددت وقت المتابعة في نصف ساعة يومياً، ودراسة (أحمد على إبراهيم، ٢٠١٥) في سوريا التي أوضحت عدم تجاوز ساعات المتابعة لساعة واحدة، ويمكن تفسير ذلك في ضوء اختلاف بيئة الدراسة الحالية عن الدراستين السابقتين.

٣. @6# ( \* # ) ( 6! ) = ! # - 0 - 2? & 6 \* >:-

#### جدول (٤)

يوضح تفضيلات متابعة عينة الدراسة لصفحات الصحف الإلكترونية المصرية على الفيس بوك

المعدل	ك	%
أفضل متابعة أخبارها أولاً	٣٥	٢٥
أتابعها في آخر الأخبار	٤١	٢٩,٣
أتابعها بالمصادفة عندما يشاركها الأصدقاء	٤٦	٤٥,٧
المجموع	١٤٠	%١٠٠

يوضح الجدول السابق أن أكثر من نصف العينة يتابعون الصحف الإلكترونية على الفيس بوك في أول الأخبار وفي آخرها، وذلك لما تتمتع به صفحات الصحف الإلكترونية من سرعة في نشر الأخبار العاجلة، وتعدد طرق عرض المحتوى المنشور بها، فضلاً عن كونها مسلية ومجانية، أما نسبة (٤٥,٧%) من العينة فيتابعونها بالمصادفة من خلال قراءة ما يشاركه الأصدقاء من أخبارها.

٤. طريقة متابعة عينة الدراسة لصفحات الصحف الإلكترونية على موقع  
6 & بوك:

جدول (٥)

يوضح كيفية متابعة عينة الدراسة لصفحات الصحف الإلكترونية على موقع  
الفييس بوك

كيفية المتابعة	دائماً		أحياناً		نادراً		لا		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
قراءة العناوين فقط	٦٦	٤٧,١	٥٤	٣٨,٦	١٢	١٨,٦	٨	٥,٧	١٤٠	١٠٠
قراءة المضمون الموجز بالمادة المنشورة	٤٩	٣٥	٦٧	٤٧,٩	١٨	١٢,٩	٦	٤,٣	١٤٠	١٠٠
قراءة النصوص كاملة من خلال تتبع الروابط	٢٥	١٧,٩	٤٣	٣٠,٧	٥٥	٣٩,٣	١٧	١٢,١	١٤٠	١٠٠
مشاهدة بعض الفيديوهات الإخبارية المهمة	٣٦	٢٥,٧	٥٨	٤١,٤	٣٥	٢٥	١١	٧,٩	١٤٠	١٠٠
مشاهدة كل الفيديوهات الإخبارية المهمة	٢٧	١٩,٣	٤٥	٣٢,١	٤٢	٣٠	٢٦	١٨,٦	١٤٠	١٠٠
أشاهد بعض الصور الكاريكاتورية بالموقع	٣٣	٢٣,٦	٦٠	٤٢,٩	٣٢	٢٢,٩	١٥	١٠,٧	١٤٠	١٠٠

تختلف الطريقة والكيفية التي تقوم بها عينة الدراسة بمتابعة صفحات الصحف الإلكترونية على الفييس بوك كما يتضح من الجدول السابق؛ حيث إن نحوالي (٤٧,١%) من أفراد العينة يقرأون العناوين فقط، حيث تتم صياغة العناوين في كلمات بسيطة لتعطي دلالة ومعنى للمتلقى، ولا تتطلب منه أي وقت أو مجهود بدني، بينما يسعى (٤٧,٩%) منهم أحياناً إلى قراءة المضمون الموجز بالمادة المنشورة، والذي لا يتعدى سطرين أو ثلاثة يتم فيهم إيجاز القصة الإخبارية دون أي تفاصيل، بينما تقبل نسبة منخفضة من عينة الدراسة

على قراءة النصوص كاملة من خلال تتبع الروابط وذلك بنسبة (١٧،٩%)، وهو ما يتطلب مجهودًا ووقتًا من المتلقي، حيث يقوم بتتبع الروابط سواء أكان رابطًا ينقل إلى موقع الصحيفة أو إحدى الصفحات الرسمية الحكومية، أو صفحات المسؤولين الحكوميين، بينما يسعى (٤١،٤%) من أفراد العينة إلى مشاهدة بعض الفيديوهات الإخبارية المهمة والتي لا تتطلب مجهودًا من المتابع، ولكنها تتطلب منه قدرة على انتظار التحميل، بينما تنخفض نسبة من يشاهدون كل الفيديوهات الإخبارية المهمة.

٥. ترتيب صفحات الصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك .  
: ) 4 A# @

### جدول (٦)

ترتيب صفحات الصحف الإلكترونية تبعًا لدرجة أفضليتها لدى عينة الدراسة

صفحات الصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك	ك	%
اليوم السابع	١٢٩	٩٢،١
المصرى اليوم	٩٢	٦٥،٧
الأهرام	٥٨	٤١،٤
الوطن	٤٣	٣٠،٧
الأخبار	٣٥	٢٥
الشروق	٢٣	١٦،٤
الجمهورية	٢١	١٥
الوفد	٨	٥،٧
المجموع	٤٠٩	٣٢٩٢

أوضحت نتائج الدراسة الراهنة أن موقع اليوم السابع جاء فى صدارة الصحف الإلكترونية متابعه على موقع الفيس بوك، حيث حازت على اعجاب (13583776)، وتتم متابعتها من قبل (١٣٢٩٩٩٦٨) مليون متابعًا كما هو موضح على الصفحة الرسمية، ويتمتع الموقع بقدرة على النشر السريع والفورى لمختلف الأحداث لحظة بلحظة، كما يتيح للمتابعين معرفة الأحداث العاجلة، فضلاً عن استخدامه لغة شبابية تتيح له الأفضلية لدى متابعي شبكات

<sup>3</sup>يسمح في السؤال باختيار أكثر من بديل لذلك جاءت النسبة أكثر من ١٠٠%.



التواصل الاجتماعي، كما يسعى الموقع إلى تقديم الأخبار الخفيفة التي تهم الشباب؛ مثل: أخبار الرياضة والفن والجريمة، وجاء المصري اليوم في المرتبة الثانية بعد اليوم السابع حيث بلغ عدد الإعجاب بالصفحة (10364102) معجبًا، فيما بلغ عدد المتابعين نحو (10178571) مليون، ويتمتع الموقع بالقدرة على النشر السريع وإن جاء بصورة أقل من اليوم السابع، كما يهتم بتقديم الأخبار الجادة والتحليلات والرؤى المختلفة وجودها ويتيح مساحة واسعة لمقالات الرأي والرسوم الكاريكاتورية المعبرة عن الواقع الحالي، وتتفق بذلك نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (منار منير محمود، 2015) التي خلصت نتائجها إلى أن اليوم السابع والمصري اليوم كانا في أول قائمة الصحف الإلكترونية متابعًا.

وتأتى صحيفة الأهرام في المرتبة الثالثة بين الصحف المصرية، وفي المرتبة الأولى بين الصحف القومية التي حازت على نسبة متابعة بلغت (3347478) مليون متابع، حيث تتميز الصحيفة بعراقتها وسعيها لمواكبة كل جديد من خلال وجودها على شبكات التواصل الاجتماعي، أما صحيفة الوفد ولكونها معبرة عن الصحف الحزبية في مصر فقد جاء ترتيبها في نهاية قائمة صحف المتابعة بنسبة (5,7%) بين عينة الدراسة، وتتفق هذه النتيجة مع ما أظهره موقع اليكسا Alex حول ترتيب هذه الصفحات بالموقع؛ حيث جاءت اليوم السابع في مقدمة صفحات المتابعة، تلاها المصري اليوم، ثم الأهرام، فالوطن. (<http://www.alexa.com/siteinfo/facebook.com>, 2017)

٦. مزايا متابعة صفحات الصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك لدى  
عينة الدراسة:

جدول (٧)

مزايا متابعة صفحات الصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك لدى  
عينة الدراسة

مزايا الصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك	ك	%
سرعة معرفة الأحداث الجارية	٩٢	٦٥,٧
سهولة الوصول لمواقعها	٧٠	٥٠
التغطية الفورية للأحداث	٦٤	٤٥,٧
سهولة التفاعل مع المحتوى	٤٤	٣١,٤
سرعة الوصول لمواقعها	٣٨	٢٧
توافر الوسائط المتعددة بالموقع	٣٠	٢١,٤
دقة المعلومات المقدمة من خلالها.	١٤	١٠
سهولة الوصول لمواقعها	٣٥٢	٢٥١,٢ <sup>٤</sup>

كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن تعدد وتنوع المزايا التي أتاحتها الصحف الإلكترونية على موقع فيس بوك - كما يتضح من الجدول السابق - وكان في مقدمتها سرعة معرفة الأحداث الجارية عبر مواقعها (٦٥,٧%)؛ حيث تتميز الصحف الإلكترونية بسعيها المستمر لتغطية الأحداث لحظة بلحظة، فضلاً عن السرعة في الوصول لمواقعها، ودقتها في تناول الأحداث المختلفة، وتوفيرها لأدوات التفاعلية المختلفة من إتاحة مساحات للتعليق وإبداء الآراء حول الموضوعات المختلفة، واستخدامها للصور والرسوم والفيديو والتصوير الحي للأحداث المختلفة، فضلاً عن توافر استخدام الوسائط المتعددة من نص وصور ورابط وهاشتاج ووصلات للانتقال لمواقع أخرى، وتتفق بذلك نتائج الدراسة مع نتائج دراسات كل من (صونية قوراري، وعماد المطيري، ٢٠١١، ودراسة مبارك بن واصل، ٢٠١٢، ودراستي أحمد على إبراهيم، وسعود عيد وشريف اللبان، ٢٠١٥، ودراسات كل من إيمان بهجت، وأنس ناصر، وعادل عبدالدايم، ٢٠١٦). وسهولة الوصول لمواقعها بنسبة (٥٠%).

<sup>4</sup> يُسمح في السؤال باختيار أكثر من بديل لذلك جاءت النسبة أكثر من ١٠٠%.

٧. نوعية المضامين التي تحرص على متابعتها عينة الدراسة عبر الفيس بوك:

يتجلى من متابعة الجدول التالي تعدد المضامين التي تحظى بمتابعة عينة الدراسة، فقد جاء في مقدمة هذه المضامين الموضوعات السياسية بنسبة (٥٧,٨%) من عينة الدراسة الميدانية، ويرجع ذلك إلى طبيعة المرحلة التي تعيشها أغلب دول الشرق الأوسط من توترات داخلية واستهداف من جهات إرهابية داخلية وخارجية، جعلت المضامين السياسية على قائمة الاهتمام وفي صدارة أي تغطية، وتتفق بذلك نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسات كل من (صونية قورارى ٢٠١١، ومبارك بن واصل، ٢٠١٢، وأحمد رفاعى، ٢٠١٤)، ولكنه يختلف عن دراسة (Rosengard, Tucker & Brown, 2014) التي حددت المضامين في أخبار المجتمع والأحداث المحلية والأخبار الاقتصادية.

#### جدول (٨)

المضامين التي تتابعها عينة الدراسة عبر صفحات الصحف الإلكترونية بموقع الفيس بوك

المضامين التي يتم متابعتها من قبل عينة الدراسة	ك	%
الموضوعات السياسية	٨١	٥٧,٨
الموضوعات الإجتماعية	٧٢	٥١,٤
الموضوعات الدينية	٦٣	٤٥
الموضوعات الرياضية	٥٩	٤٢
الموضوعات الترفيهية	٥٩	٤٢
الموضوعات الفنية	٥٠	٣٥
الموضوعات الصحية	٤٦	٣٢,٨
الموضوعات الثقافية	٤٤	٣١
الموضوعات العلمية	٤٣	٣٠,٧
الموضوعات الاقتصادية	٣٩	٢٧,٨
الموضوعات الأكاديمية	٣٢	٢٢,٨
المجموع	٥٨٨	٤١٨,٣°

<sup>5</sup>السؤال يسمح بالاختيار المتعدد لذلك جاءت النسبة أكثر من ١٠٠%.

بينما جاءت الأخبار الاجتماعية فى المرتبة الثانية بنسبة (٥١،٤%)، وبذلك اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (مجدى الباجر، ٢٠١٣) التى جاء فى نتائجها الأخبار الاجتماعية، جاءت فى قائمة المضامين التى تم متابعتها من قبل عينة الدراسة، بينما انخفضت نسبة متابعة الأخبار الأكاديمية لتصل إلى (٢٢،٨%) من عينة الدراسة التحليلية.

#### ٨. اتجاهات عينة الدراسة نحو سهولة الوصول للصحف الصحف الإلكترونية على مواقع فيس بوك.

يتضح من الجدول التالي: أن هناك اتجاهًا متوسطًا بين أفراد العينة حول سهولة الوصول للصحف الإلكترونية على الفيس بوك، حيث يوافق بشدة (٤٣،٦%) فيما يوافق (٤٠%) على سرعة وصول الأخبار لهم دون أي مجهود على صفحة الفيس بوك؛ ويمكن تفسير ذلك فى ضوء ما يتيح تطبيق الفيس بوك من خاصية المتابعة لرواد الصحف التى تقدم لهم ثلاثة اختيارات تتدرج من متابعة الصحيفة فى أول الأخبار وصولاً إلى متابعتها بالمصادفة، فيما تنخفض نسبة من يرون صعوبة الوصول لها، وتطلبها مجهودًا لتصل لنسبة (٢٩%) و(٤٣%) على الترتيب؛ حيث كشفت نتائج الدراسة الكيفية أنه من السهل الوصول إلى الصحف الإلكترونية على الفيس بوك، فقد استفادت الصحف الإلكترونية من وضعها الآمن من خلال إضافة بيانات تعريفية بالصحيفة وخريطة للوصول إليها، ومعلومات للاتصال؛ وبذلك تتفق هذه النتيجة مع دراسة (بتول عبدالعزيز، ٢٠١٥) التى أوضحت استفادت الصحف على الفيس بوك بالعراق من الوضع الآمن على الموقع، كما أتاح وجود خاصية التوثيق على موقعى صحيفة اليوم السابع والمصرى اليوم سهولة الوصول للصحيفة على عكس صحيفة الأهرام التى لم تتوافر بها تلك الخاصية، فضلاً عن ربط الصحيفة بصفحاتها الأخرى على مواقع التواصل الاجتماعى، كما تتفق بذلك تلك النتائج مع فرضيات النظرية حيث أوضح كل من دافت ولينجل Daft & Lengel أن عامل الوقت من العوامل المؤثرة فى عملية صنع القرار، وفى اختيار الوسيلة التى يتم متابعتها، فالأفراد يسعون إلى اختيار الوسيلة التى تمكنهم من الوصول إليها بسرعة وبسهولة.

## جدول (٩)

### اتجاهات عينة الدراسة نحو سهولة الوصول لصفحات الصحف الإلكترونية على الفيس بوك

سهولة الوصول للمواقع		موافق جداً		موافق		إلى حد ما		غير موافق		غير موافق على الإطلاق	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
٦١	٤٣،٦	٥٦	٤٠	١٨	١٢،٩	٤	٢،٩	١	٠،٧		
٤	٢،٩	١٥	١٠،٧	٢٦	١٨،٦	٦٢	٤٤،٣	٣٣	٢٣،٦		
٦	٤،٣	٢٠	١٤،٣	٢٠	١٤،٣	٥٨	٤١،٤	٣٦	٢٥،٧		
١٣	٩،٣	٤١	٢٩،٣	٢٥	١٧،٩	٣٧	٢٦،٤	٢٤	١٧،١		
٤٢	٣٠	٥٤	٣٨،٦	٢١	١٥	١٤	١٠	٩	٦،٤		
٤٧	٣٣،٦	٦٠	٤٢،٩	٢١	١٥	١٠	٧،١	٢	١،٤		
٩	٦،٤	٣٥	٢٥	٥٢	٣٧،١	٢٨	٢٠	٩	٦،٤		
٤٣	٣٠،٧	٦١	٤٣،٦	٢٧	١٩،٣	٥	٣،٦	٤	٢،٩		

كما تنخفض نسبة من يرون أن تشابه العديد من الصفحات التي تحمل اسم الصحيفة نفسه الأمر الذي صعب الوصول إليها لنسبة (٩،٣%)؛ حيث إن وجود خاصية التوثيق جعل من السهل تمييز الصفحة الرسمية للصحف الإلكترونية على الفيس بوك، ولكن يستثنى من ذلك صحيفة الأهرام حيث كشفت نتائج الدراسة الكيفية عن عدم توافر خاصية التوثيق بها، فضلاً عن وجود صفحات تحمل اسمها نفسه مثل صفحة "صحيفة الأهرام العربية" على الفيس بوك، ولكن يمكن للمتابع معرفة الصفحة الرسمية من خلال البيانات التعريفية بها فضلاً عن ربط صفحاتها على الفيس بوك بكل إصداراتها على الإنترنت التي أعطت الموقع مصداقية وثقة.

كما كشفت النتائج عن اتجاه إيجابي متوسط نحو توافر روابط للصفحات المرتبطة بها سهل الوصول إليها؛ حيث تعمل كل صحيفة على استخدام الروابط، فصحيفة الأهرام مثلاً تستخدم روابط للوصول لكل إصداراتها على الإنترنت، فيكون من السهل الوصول إلى الأهرام الرياضى، وبوابة الأهرام "الخبر الآن"، وموقع الأهرام، و"مجلة لغة العصر"، ومجلة الأهرام للكمبيوتر والإنترنت والاتصالات، وبوابة الأهرام الرياضى، كما تربط صحيفة اليوم السابع صفحتها بموقعها على الإنترنت وبكل صفحات المنظمات الحكومية والمسؤولين الحكوميين، وصفحات الفنانين والرياضيين، وغيرها الكثير، أما صحيفة المصرى اليوم فترتبط بموقع المصرى اليوم، فضلاً عن تليفزيون المصرى اليوم على الإنترنت Al.masry AIYoum T.V. وبذلك تصبح الصفحات الرسمية للصحف على الفيس بوك روابط مرورية للوصول إلى مواقع الصحف على الإنترنت، كما سهل استخدام الهاشتاج الوصول للمضامين المرتبطة بها، ويتنوع الهاشتاج المستخدم ما بين استخدام هاشتاج يحمل اسم الصحيفة فى كل خبر، واستخدام هاشتاج بأسماء الدول أو الرؤساء والوزراء والمسؤولين والفنانين، أو هاشتاج لأحداث معينة حسب ما يتوافر لدى القائمين على الموقع. فضلاً عن وجود اتجاه إيجابي متوسط نحو ظهور الصحيفة بمجرد البحث عنها.

٩. اتجاهات عينة الدراسة نحو سرعة الحصول على المعلومة بالصحف الإلكترونية على فيس بوك.

### جدول (١٠)

اتجاهات عينة الدراسة نحو سرعة الوصول للمعلومات عبر الصحف الإلكترونية على الفيس بوك

سرعة الوصول للمعلومة		موافق جداً		موافق		إلى حد ما		غير موافق		غير موافق على الإطلاق	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
٦	٤،٣	٢٩	٢٠،٧	١٧	١٢،١	٥٥	٣٩،٣	٣٣	٢٣،٦		
٣٩	٢٧،٩	٦١	٤٣،٦	٢٥	١٧،٩	١٠	٧،١	٥	٣،٦		
٤٠	٢٨،٦	٥٥	٣٩،٣	٢٩	٢٠،٧	١١	٧،٩	٥	٣،٦		
٢	١،٤	١٥	١٠،٧	٢٨	٢٠	٥٩	٤٢،١	٣٦	٢٥،٧		
٢٤	١٧،١	٤٨	٣٤،٣	٢٧	١٩،٣	٣٨	٢٧،١	٣	٢،١		
١٥	١٠،٧	٢٩	٢٠،٧	٣١	٢٢،١	٥١	٣٦،٤	١٤	١٠		
١٣	٩،٣	٣١	٢٢،١	٤٢	٣٠	٤٧	٣٣،٦	٧	٥		
٤٧	٣٣،٦	٧٣	٥٢،١	١٠	٧،١	٧	٥	٣	٢،١		
٨	٣٧،١	٢٤	١٧،١	٣٥	٢٥	٥٣	٣٧،٩	٢٠	١٤،٣		
٢٠	٣٧،١	٦٤	٤٥،٧	١٥	١٠،٧	٣	٢،١	٦	٤،٣		

تكشف لنا بيانات الجدول السابق عن توافر اتجاه إيجابي متوسط نحو سرعة الوصول للمعلومات بالصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك، حيث تنخفض نسبة من يرون أن الصحيفة تفتقر للسرعة في نشر الأخبار، وتتأخر في نشرها بنسبة (٤،٣%) و(١،٤%) من عينة الدراسة الميدانية، وذلك لأن الصحف الإلكترونية عموماً تعتمد على سرعة النشر، وتكون المادة الثرية لها الأخبار العاجلة والخفيفة، وتأتي صحيفة اليوم السابع كأولى الصحف في سرعة

النشر يدعمها في ذلك فريق من المراسلين منتشر بكل المحافظات المصرية، فضلاً عن سعيها المستمر للتواصل مع الشباب بإتاحتها خدمة واتس آب اليوم السابع رقم ٠١٢٨٠٠٠٣٧٩٩ "صور وابعت"، الذى انطلق فى عام ٢٠١٥، والذى يتيح لقراء الصحيفة المشاركة فى المضمون بإرسال أهم الأخبار، فضلاً عن توافر خدمة سرعة الاستجابة لرسائل القراء عبر الصفحات الرسمية بمواقع الشبكات الاجتماعية، وعبر تطبيق Messenger، فضلاً عن خدمة "صحافة المواطن"، وإن كانت مشاركة الأخبار من قبل القارئ العادى التى عُرفت بصحافة المواطنه تحتاج إلى ضوابط كثيرة حتى لا تضيع المصداقية فى ظل السعى لتحقيق سبق مستمر.

كما كشفت النتائج عن اتجاه إيجابى إيجابى متوسط نحو الصحف على موقع الفيس بوك، التى تُعد أول وسائل الاطلاع على الأخبار من قبل عينة الدراسة حيث يوافق بشدة (٢٨،٦%)، فيما يوافق (٣٩،٣%)؛ ويمكن تفسير ذلك فى ضوء سعى الصحف الإلكترونية على الفيس بوك لنشر الأخبار العاجلة، وجذب القراء، وتحقيق سبق؛ فأضحت أولى مصادر المتابعة على عكس الصحف الورقية والإلكترونية والقنوات الفضائية والإذاعات، وتتفق بذلك مع نتائج دراسات (إلهام بوتلجى، ٢٠١١، و Lee,2012، ونجوى إبراهيم، ٢٠١٥) التى أكدوا فيها أن الأخبار العاجلة كانت فى مقدمة الأخبار التى حظيت بتغطية الصحف على الفيس بوك، ويمكن تفسيره أيضاً فى ضوء سهولة الوصول للصحف من خلال التطبيقات التى أتاحت المتابعة فى أى وقت وفى أى مكان، عكس القنوات الفضائية والإذاعات التى تتطلب تفرغاً ومكاناً محدداً للمتابعة.

كما كشفت نتائج الدراسة عن اتجاه إيجابى متوسط من قبل عينة الدراسة نحو مساهمة الصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك فى الدراية بالأحداث الجارية وفهمها وذلك بنسبة (٤٥،٧%)، و(٥٢،١%)، حيث يسهم موقع اليوم السابع بنشره الفورى والمستمر فى معرفة الأحداث لحظة بلحظة، وتتفق بذلك نتيجة الدراسة الحالية مع دراسات (عماد المطيرى، ٢٠١١، وأحمد إبراهيم، ٢٠١٥، وسعود عيد، ودرويش اللبان، ٢٠١٥) حيث أوضحت دراساتهم أن من أهم مميزات الصحف الإلكترونية وسماتها على موقع الفيس بوك إتاحت



الأخبار لحظة بلحظة، كما يسهم موقع المصرى اليوم على الفيس بوك بتحليلات للأحداث المختلفة من فهمها؛ مثل هذا الخبر بتاريخ ٢٩ يونيو ٢٠١٧ "٦ أسباب دفعت قنديل البحر لمهاجمة الشواطئ المصرية، الأكياس تمهد لها الطريق". وخبر آخر بعنوان "تعرف على سبب رفع أسعار الوقود".

١٠. اتجاهات عينة الدراسة نحو تعدد خيارات المحتوى المنشور بصفحات الصحف الإلكترونية على الفيس بوك.

توضح بيانات الجدول التالي توافر اتجاه إيجابي نحو تعدد خيارات المحتوى بصفحات الصحف الإلكترونية على الفيس بوك من تنوع الأخبار المنشورة على الموقع بين السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والدينية والترفيهية، الذى جاء بنسبة (٤٢،١%) موافقون بشدة، و(٤٩،٣%) موافقون، فيما يوافق (٥٠%) من أفراد العينة على كون أخبارها المختصرة تتلاءم مع روح العصر؛ حيث يتم تقديم الأخبار على الموقع فى صورة عنوان بارز يعقبه من ثلاثة إلى أربعة أسطر تلخص محتوى القصة الخبرية، فتعطى القارئ ما يريد بسرعة تتلاءم مع روح العصر؛ فإن أراد التفاصيل يمكنه متابعة الروابط.

## جدول ( ١١ )

اتجاهات عينة الدراسة نحو تعدد خيارات المحتوى المنشور بصفحات الصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك

غير موافق على الإطلاق		غير موافق		إلى حد ما		موافق		موافق جداً		تعدد خيارات المحتوى
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٧	١	٤٠٣	٦	٣٠٦	٥	٤٩٠٣	٦٩	٤٢٠١	٥٩	أتابع أخبارها لتنوعها
٢٠١	٣	١٠٠٧	١٥	١٩٠٣	٢٧	٥٠	٧٠	١٧٠٩	٢٥	أشعر بالرضا تجاه المحتوى المقدم .
٢٠٩	٤	٦٠٤	٩	١٧٠١	٢٤	٤٤٠٣	٦٢	٢٩٠٣	٤١	أخبارها المختصرة تتلاءم مع روح العصر
٤٠٣	٦	١٨٠٦	٢٦	١٥٠٧	٢٢	٣٤٠٣	٤٨	٢٧٠١	٣٨	أعترض على عناوين أخبارها المثيرة
٢٠١	٣	١٥	٢١	٤٠٠٧	٥٧	٢٣٠٦	٣٣	١٨٠٦	٢٦	تهتم بتسويق منتجها الورقى على حساب محتوى ما تقدم
١٠٤	٢	٦٠٤	٩	١٨٠٦	٢٦	٤٦٠٤	٦٥	٢٧٠١	٣٨	أشعر بالراحة لتنوع محتواها
٨٠٦	١٢	٣٥٠٧	٥٠	٢٦٠٤	٣٧	٢٠٠٧	٢٩	٨٠٦	١٢	محتواها غير مدعم بالوسائط المتعددة
٠	٠	١٠٠٧	١٥	١٢٠١	١٧	٥٢٠٩	٧٤	٢٤٠٣	٣٤	أحب متابعة محتواها الجاد.
٥٠٧	٨	٢٢٠١	٣١	٢٥٠٧	٣٦	٢٧٠١	٣٨	١٩٠٣	٢٧	أشعر بالسخط بسبب اعتمادها على فيديوهات رديئة المستوى.
٧	١	٥٠٧	٨	١١٠٤	١٦	٤٠٠٧	٥٧	٤١٠٤	٥٨	يعجبني محتواها المدعم بنص وصورة و رابط و هاشتاج.
٠	٠	٧٠٩	١١	٧٠١	١٠	٤٦٠٤	٦٥	٣٨٠٦	٥٤	أفضلها لأنها تتيج لى نمطا إعلاميا جديدا.
١٠٤	٢	٤٠٣	٦	٩٠٣	١٣	٤٨٠٦	٦٨	٣٦٠٤	٥١	أحب لغتها لقربها منى.

كما يسود اتجاه إيجابي نحو سعى الصحيفة لدعم محتواها بالوسائط المتعددة بنسبة (٤١،٤%) يوافقون بشدة على ذلك، نحو (٤٠،٧%) يوافقون؛ حيث لجأت الصحف الإلكترونية إلى استغلال ثراء الوسيلة الإعلامية من خلال توظيفها الوسائط المتعددة من: الصورة، والعنصر الفائق، وعرض الصور من خلال عرض شرائح ألبومات الصور، كما أضفى الصوت على الحدث الإحساس بالواقعية، فضلاً عن استخدام الرسوم المتحركة، وتنوع شكل تقديم المحتوى فى المادة الواحدة ما بين: نص وصور ورسوم و صوت والهاشتاج والفيديو، كما لجأت الصحف إلى البث المباشر من صالات التحرير مع الفنانين وإبرازها على الصفحة؛ مثل: إجراء ندوة مع الفنان هانى سلامة فى المصرى

اليوم حول مسلسل "طاقة نور"، وحوار مع الفنانة يسرا وكان تحت عنوان: شاهد | # يسرا | إعلان ٥٠٠ ٥٠٠ ألقى إعلان .. وضربت أول فاس فى ٥٧٣٥٧؛ وتحت العنوان فيديو قصير المدة من الحوار، ثم رابط ينقل إلى Al.masry AlYoum T.V. كما وظفت الوسائل المتعددة فى صحيفة اليوم السابع حتى فى الصورة العادية، ففى خبر منشور عن قطر بعنوان: #اليوم\_السابع | #قطر | النظام القطرى يطرد مواطنيه.. ١٨ ألف قطرى شردوا وسحبت جنسياتهم منذ انقلاب والد " #تميم " على " خليفة"؛ تم وضع صورة تميم بن حمد خليفة آل ثانى مقلوبة لأسفل تحت الخبر لتلائم الخبر المنشور عن الانقلاب، وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراستى كل من (خالد صلاح الدين، ٢٠١١) و (وسام محمد أحمد، ٢٠١٣) اللتين توصلت نتائجهما إلى توظيف الوسائط المتعددة المختلفة فى صحيفتى اليوم السابع والمصري اليوم، كما تتفق مع دراسات (ماجد فيصل، ٢٠١٤، وأحمد إبراهيم، ٢٠١٥) بفلسطين، و(سماح الشهاوى، ٢٠١٥) بمصر.

كما ساد اتجاه إيجابى نحو المحتوى الجاد المنشور بصفحات الصحف الإلكترونية على الفيس بوك بنسبة (٣،٢٤،٠%)، (٩،٥٢،٠%) ما بين الموافقة والموافقة بشدة، وإن اختلف ذلك عن نتائج الدراسات السابقة كدراسة (نجوى إبراهيم، ٢٠١٥) التى توصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعى قد ألحقت تأثيرات سلبية بمحتوى الصحف الإلكترونية من حيث زيادة نشر الموضوعات الخفيفة، ودراسة (Liu, 2015) التى أوضحت أن الأخبار الخفيفة Soft News كانت الأكثر انتشاراً على المواقع التايوانية، كما تختلف عن نتائج الدراسة الكيفية التى أوضحت اعتماد الصحف الإلكترونية على أخبار خفيفة وغير جادة ومنها صفحات الرياضيين والفنانين على سبيل المثال بتاريخ ٢٩/٦/٢٠١٧ "#اليوم\_السابع | بالصور.. حفلة ساخرة من رواد فيس بوك لقنديل البحر: "مش عارفين نشكرك أزاى"، وخبر آخر #اليوم\_السابع | بالفيديو .. مفاجأة .. صاحب أقدم محل أسماك فى #إنجلترا مصرى واسمه محمد من #بولاق أبو العلا #مصر وخبر ثالث "#اليوم\_السابع | تفاصيل مسابقة "زينة Zeina .." الفائزة تحصل على فستان من دولابها ومستمرة حتى ٩ يوليو، وخبر رابع "#اليوم\_السابع | سما المصرى ترتدى الحجاب فى أولى

تغريداتها على تويتر معلقة: انتظروا مفاجأة ٢٠١٧. أما المصري اليوم؛ فإن الموضوعات الجادة تغلب على الصفحة بينما يكثر استخدامها للرسوم الكاريكاتورية لتضفي سخرية تتلاءم مع تعليقات المتابعين ومع الأحداث، منها كاريكاتور لموظف مصري يقابله مسئول يحمل مطرقة مكتوب عليها زيادة أسعار الكهرباء معنون بعبارة "العيد خلص نكد عليه" أما الأهرام فتقل فيها الأخبار الخفيفة وكان منها "#الأهرام |وسط دهشة وسائل التواصل.. كليب "عوافي" يحصد 2,4 مليون مشاهدة في ٣ أيام| بالفيديو، وخبر آخر بعنوان "#الأهرام|رجال لا يمكن الارتباط بهم"، وثالث بعنوان "#الأهرام |سيدة مصرية تقوم بطهي قناديل البحر وتنتشر وصفتها على الفيسبوك"

فيما ساد اتجاه إيجابي نحو اللغة المستخدمة في صفحات الصحف الإلكترونية على الفيس بوك؛ حيث يرى (٤٠،٤%، ٤٨،٦%) بنسب تتراوح ما بين الموافقة بشدة والموافقة على قرب اللغة المستخدمة منهم؛ حيث تلجأ الصحف إلى استخدام لغة شبابية على اعتبار أن أكثر رواد الموقع من الشباب، وكان من الأخبار ما يأتي " "#اليوم\_السابع | هند حسين بنت مصرية وصلت للعالمية.. شنطتها اتقطعت فصنعت حقائب تصدر للخارج" و"#الأهرام |تفوق كاسح للبنات في الدبلومات الفنية". وتعد اللغة من المؤشرات المهمة التي أكدت عليها فرضيات النظرية؛ حيث أوضحت النظرية أن من خصائص ثراء الوسيلة استخدام لغة قريبة من المتابعين، تتضمن كلمات بسيطة قريبة من لغة الشباب، واستخدام الأرقام التي تعطي دلالة أكبر ودقة في نقل مجموعة واسعة من المفاهيم والأفكار، ولا تتوقف اللغة عند الكلمات والأرقام فقط، ولكنها تتعدد وتتنوع ما بين لغة الجسد ونبرة الصوت التي تتجلى في فيديوهات المستخدمين، أو روابط من اليوتيوب ومواقع الشخصيات الحكومية الرسمية فضلاً عن استخدام الرسوم البيانية التوضيحية، وقد تميزت صفحات الصحف الإلكترونية على الفيس بوك بالثراء في استخدام كل من الوسائط المتعددة المتنوعة واللغة السهلة البسيطة.

١١. اتجاهات عينة الدراسة نحو الثقة في صفحات الصحف الإلكترونية على الفيس بوك.

جدول (١٢)

اتجاهات عينة الدراسة نحو مصداقية صفحات الصحف الإلكترونية على الفيس بوك.

B - / B 3 0		/ B -		D 0%		B -		B - C		)- # = ! 2 ! >-* & 6 ?2- 0
E	>	E	>	E	>	E	>	E	>	
٤,٣	٦	١٢,١	١٧	٢٣,٦	٣٣	٣٧,٩	٥٣	٢٢,١	٣١	تتيح لى معلومات دقيقة
٥	٧	١٨,٦	٢٦	٢٠,٧	٢٩	٤١,٤	٥٨	١٤,٣	٢٠	يساورنى الشك فى دقة البيانات على الموقع
٢,١	٣	١٠	١٤	٢٢,١	٣١	٤٦,٤	٦٥	١٩,٣	٢٧	سعيها لتحقيق سبق أثر على دقة بياناتها
٥,٧	٨	٢٤,٣	٣٤	١٦,١	٢٣	٣٥	٤٩	١٨,٦	٢٦	أخاف مشاركة الأخبار لعدم ثقتى فيها
٣,٦	٥	١٥,٧	٢٢	٧,١	١٠	٥٥	٧٧	١٨,٦	٢٦	ألجأ لمواقع أخرى للتأكد من المعلومة
٧	١	١٧,٩	٢٥	٧,١	١٠	٥٠,٧	٧١	٢٣,٦	٣٣	لا أصدق كل ما يُنشر عليها
٩,٣	١٣	٣٣,٦	٤٧	١٣,٦	١٩	٣٢,٩	٤٦	١٠,٧	١٥	يأتى الموقع فى أولوياتى متابعتى لثقتى فيه
٥,٧	٨	١٩,٣	٢٧	٣٤,٣	٤٨	٣٠	٤٢	١٠,٧	١٥	تنشر أخبار مغلوبة وشائعات
٦,٤	٩	٣٠,٧	٤٣	٢٢,٩	٣٢	٢٩,٣	٤١	١٠,٧	١٥	أشارك الأخبار على صفحتى لثقتى فيها
٧,١	١٠	٢٠,٧	٢٩	٢٠,٧	٢٩	٣٨,٦	٥٤	١٢,٨	١٨	المصدر الوحيد للحصول على المعلومات.
١,٤	٢	٧,٩	١١	٢٦,٤	٣٧	٣٦,٤	٥١	٢٧,٨	٣٩	تتأثر الصحيفة باتجاهات وميول أصحابها.
٤,٣	٦	٢٠,٧	٢٩	٣٦,٤	٥١	٢٢,٩	٣٢	١٥,٧	٢٢	لا يوجد شعور بالمسئولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال
١,٤	٢	٧,٩	١١	٢٢,١	٣١	٤٤,٣	٦٢	٢٤,٣	٣٤	تلجأ مواقع الصحف للتهويل من الأحداث
٤,٣	٦	٢٠,٧	٢٩	٣٥	٤٩	٣٢,١	٤٥	٧,٩	١١	تتجه مواقع الصحف نحو الموضوعية فى نقل الخبر

يتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك اتجاهًا متوسطًا نحو مصداقية الصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك، حيث يوافق (٤١،٤%) من أفراد العينة على مساوراتهم الشك في دقة البيانات المتاحة على الموقع.

ويخاف نحو (٤٩%) من أفراد العينة من مشاركة الأخبار من صفحات الصحف الإلكترونية بالفيس بوك لعدم ثقتهم فيها، ولا يصدق (٥٠،٧%) من أفراد العينة ما ينشر على الموقع، ويؤكد (٤٤،٣%) من أفراد العينة لجوء الصحف للتهويل عند تغطية الأحداث، كما يرى (٣٦،٤%) تأثير الصحيفة باتجاهات وميول أصحابها، فضلاً عن أن سعيها لتحقيق سبق أثر على دقة بياناتها في وجهة نظر (٤٦،٤%) من عينة الدراسة، ولذلك يلجأ (٥٠%) من أفراد العينة لمواقع أخرى للتأكد من الأخبار المنشورة، وتتفق بذلك نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (هديل فايز، ٢٠١٤) بالأردن التي أكدت أن مصداقية الصحف متوسطة، ولكن النتائج تختلف عن دراسة (Rosengard, Tucker & Brown, 2014) التي أوضحت أن المبحوثين لا يسعون إلى التأكد من صحة المعلومات التي يحصلون عليها من شبكات التواصل الاجتماعي من مصادر أخرى؛ ويمكن تفسير ذلك في ضوء اختلاف المجتمعين؛ فالمجتمع الأوربي تتمتع فيه الصحف بمصداقية ومسئولية اجتماعية لا تقارن بما يسود هنا في مصر.

وتتجلى تلك الاتجاهات في تعليقات المتابعين؛ حيث كشفت نتائج الدراسة الميدانية على صفحة الأهرام بالفيس بوك بتاريخ ٢٩ / ٦ / ٢٠١٧ .. تعليق أحد المتابعين على هذا الخبر : "#الأهرام إسماعيل: أسعار تذاكر القطارات والمترو والنقل العام لن تتأثر، وزيادة الكهرباء في فاتورة أغسطس" بقوله : "بس طالما قولتوا كده يبقى هتبقى من الفاتورة اللي جاية، علشان امبارح بالليل قولتوا لا غلاء في أسعار البنزين والنهاردة الصبح لاقيناها تم تطبيقها، انتوا مالكوش كلمة ولا وعد ولا مصداقية في كلامكم". وفي جريدة المصري اليوم ورداً على مقال لمي عزام بعنوان : إنجازات الرئيس" كان تعليق أحد المتابعين بقوله "انتوا جريده كذابة وكاتبة كذابه، ولا بلاش شتيمه بلاش نبني بلدنا والفلوس نشترى بيه زيت وسكر و بنزين"، أما في صحيفة اليوم السابع فقد تنوعت التعليقات على خبر حمل عنوان "#اليوم السابع | البنزين | قيمة

الدعم الحكومي للوقود بعد قرارات تحريك الأسعار الأخيرة" وكان منها "ازاي ٩٢ تكلفته ٧ جنيه ولسه المتحدث باسم رياسه مجلس الوزرا علي قناه العاصمة مع حساسين بيقول أن ٩٥ مش عليه دعم وزيه زى السعر العالمى وبنزين ٩٥ بـ ٦،٦٢ انتوا ليه بتكذبوا وكذابين". وتعليق آخر "طب ازاي سعر ٩٢ سبعة جنيه اذا كان السعر العالمى لـ ٩٥ سته ونصب يا شوية كذابين".

ومن الملاحظ هنا أن صفحات الصحف الإلكترونية على الفيس بوك تحتاج إلى مزيد من الاهتمام بموضوع المصداقية؛ حيث أوضح كل من جودهيو & وتوموسون Good hue and Thomson, (1995) أن اعتماد الأفراد على المواقع يتوقف على ثقتهم فيها، وأن الإنترنت وما وفره من سرعة فى نقل الأخبار وضع القائم بالاتصال فى صراع ما بين سعيه للمصداقية وسعيه لتحقيق سبق فى النشر، كما فرض عبئاً على المتلقى الذى يحدد مقدار الثقة التى يمنحها للموقع، والتي تحتاج إلى مزيد من الخبرة.

١٢. اتجاهات عينة الدراسة نحو التفاعل مع المحتوى المنشور على صفحات الصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك.

جدول (١٣)

اتجاهات عينة الدراسة نحو التفاعل مع المحتوى المنشور على صفحات الصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك.

التفاعل مع المحتوى		موافق جداً		موافق		إلى حد ما		غير موافق		غير موافق على الإطلاق	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
٢٢	١٥,٧	٤٧	٣٣,٦	١٦	١١,٦	٤٦	٣٢,٩	٩	٦,٤		
٣١	٢٢,١	٨١	٥٧,٩	١٣	٩,٣	١٢	٨,٦	٣	٢,١		
١٥	١٠,٧	٣٧	٢٦,٤	٢٠	١٤,٣	٥٥	٣٩,٣	١٣	٩,٣		
١٨	١٢,٩	٦٦	٤٧,١	١٦	١١,٤	٣٣	٢٣,٣	٧	٥		
١٦	١١,٤	٤١	٢٩,٣	١٩	١٣,٦	٥٨	٤١,٤	٦	٤,٣		
٣٣	٢٣,٦	٧٨	٥٥,٧	١٣	٩,٣	١٤	١٠	٢	١,٤		
٢٠	١٤,٣	٥٦	٤٠	٢١	١٥	٣٣	٢٣,٦	١٠	٧,١		
٢٩	٢٠,٧	٤٥	٣٢,١	٢٣	١٦,٤	٣٣	٢٣,٦	١٠	٧,١		
٢٦	١٨,٦	٥٨	٤١,٤	١٥	١٠,٧	٣٢	٢٢,٦	٩	٦,٤		
١٦	١١,٤	٢٣	١٦,٤	٢٤	١٧,١	٥٣	٣٧,٩	٢٤	١٧,١		

يتضح من بيانات الجدول السابق الاتجاه الإيجابي نحو تفاعل المتابعين مع المواد المنشورة بالصحف الإلكترونية على الفيس بوك فأكثر من (٥٧,٩%) من أفراد العينة يقومون بالإعجاب بالمواد المنشورة على صفحات الصحف،



فيما يقوم بالتعليق ومشاركة المحتوى المنشور نحو (٤٧،١%) من أفراد العينة، وقد كشفت نتائج الدراسة الكيفية أن صحف الدراسة الثلاث تقوم بإظهار عدد الإعجاب، والتعليقات والمشاركة، كما تتيح خاصية تحديد أفضل التعليقات التي تعطى خيارات ثلاثة بمجرد الضغط عليها، وهي: ظهور التعليقات الأكثر صلة بالموضوع، أو ظهور التعليقات التي تحتوي على ردود جديدة في الأعلى، أو ظهور جميع التعليقات بما في ذلك المحتوى غير المهم أو التعليقات المكتوبة بلغات أخرى مع التعليقات الأكثر صلة بالموضوع، بينما تختلف سياسة كل صحيفة في التعامل مع التعليقات، ففي صحيفة اليوم السابع والأهرام يتم ترك جميع التعليقات متاحة، أما صحيفة المصري اليوم فقد تم وضع تنويه بأن الصحيفة تقوم بفلتره بعض التعليقات، وعلى الرغم من تلك الفترة فقد تم ترك التعليقات المسيئة، ففي مقال: سوزان حرفى بعنوان: "احنا ورامز تحت الأرض" وكان من التعليقات المسيئة المتروكة بالصفحة: "متخفيش مش هيجيبك في مقلب من بتوعه أنت ما تستهليش". وتعليق آخر "وانت بتتفرجى ليه ما تغيرى القناة مش لازم تألفى مقال وتقرفينا يا أستاذة". فيما يقوم نحو (٤٠%) من أفراد العينة بالمشاركة في قياسات الرأى التي يجريها الموقع، والتي تحظى باهتمامهم؛ وكان من تلك القياسات ما يأتى: المصري اليوم: هل توافق على الزيادات الجديدة لأسعار الوقود؟ (نعم، لا، غير مهم). وتتفق بذلك نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (سماح الشهاوى، ٢٠١٥) التي أوضحت مشاركة نصف أفراد العينة في الاستجابة للاستطلاعات، ولكنها تختلف عن نتائج دراسة (عماد المطيرى، ٢٠١١) التي أكدت عدم الاهتمام بقياسات الرأى. وعلى الرغم من تنوع صور تفاعل المتابعين مع الصحف الإلكترونية على الفيس بوك ما بين: كتابة التعليقات وإرسال الرسائل، والتواصل من خلال المكالمات الهاتفية إلا أنها تقتصر على الإعجاب والمشاركة والتعليق دون غيرها من الأشكال، فلا يقبل أحد من عينة الدراسة على التواصل مع المحررين أو الكتاب، ويكتفون بقراءة مقالاتهم فقط وذلك بنسبة (٥٥،٧%)، وتقل نسبة من يتواصل مع المحررين عبر الفيس بوك لتصل إلى (١١،٤%) من أفراد العينة فقط.

١٣. اتجاهات عينة الدراسة نحو القائم على الاتصال بصفحات الصحف الإلكترونية على الفيس بوك.

جدول (١٤)

اتجاهات عينة الدراسة نحو القائم على الاتصال بصفحات الصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك

الاتجاه نحو القائم على الاتصال		موافق جداً		موافق		إلى حد ما		غير موافق		غير موافق على الإطلاق	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
٣٥	٢٥	٤٤	٣١،٤	٥٠	٣٥،٧	١٠	٧،١	١	٠،٧		
١٦	١١،٦	٣٧	٢٦،٤	٤٦	٣٢،٩	٣٥	٢٥	٦	٤،٣		
١٨	١٢،٩	٣٠	٢١،٤	٤٢	٣٠	٤٣	٣٠،٧	٧	٥		
٢٢	١٥،٧	٤٢	٢٩،٣	٣٦	٢٥،٧	٣١	٢٢،١	١٠	٧،١		
٢٢	١٥،٧	٥٤	٣٨،٦	٣٤	٢٤،٣	٢٥	١٧،٩	٥	٣،٦		
٢١	١٥	٣٨	٢٧،١	٤٨	٣٤،٣	٢٥	١٧،٩	٨	٥،٧		
٢٣	١٦،٤	٣٤	٢٤،٣	٥١	٣٦،٤	٣٠	٢١،٤	٢	١،٤		
٢	١،٤	٢٣	١٦،٤	٣٩	٢٧،٩	٤٧	٣٣،٦	٢٩	٢٠،٧		

كشفت نتائج الدراسة الراهنة عن توافر اتجاه سلبي نحو القائم على الاتصال بالصحف الإلكترونية على الفيس بوك، كما يتضح من الجدول السابق؛ حيث تنخفض نسبة من يشعرون بالرضا تجاه تفاعل القائم على الصفحة معهم لتصل النسبة إلى (٣١،٤%)، كما تنخفض نسبة من يرون اهتمام القائم على الصفحة باستطلاع احتياجاتهم، ومعرفة آرائهم بما ينشر لتصل إلى (٢٦،٤%) و (٢٩،٣%) على الترتيب، كما يرى (٢١،٤%) أن استفساراتهم لا جدوى منها لأنها لا تهتم القائم على الصفحة، وتتفق بذلك نتائج

الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (وليد عبدالفتاح، ٢٠١١) ودراسة (ماجد فيصل حبيب، ٢٠١٤)، ودراسة (أميمة أحمد، ٢٠١٥) التي أوضحت نتائجهم أن الجمهور لا يتلقى أية ردود على رسائله، ولا تتم الاستجابة لاستفسارات المستخدمين التي يطرحونها، ولا يهتم القائم على الصفحة بتعليقات القراء.

وهذا ما تؤكدته نتائج الدراسة الكيفية حيث يسود على صفحات الصحف الإلكترونية بالفييس بوك اتصال من جانب واحد وهو المتابع الذي يتفاعل بالإعجاب، والتعليق، والمشاركة، والاستفسار والمشاركة في الخدمات مثل خدمة المواطن الصحفي، إلا أنه وعلى الرغم من سعى كل الصحف عام (٢٠١١) إلى تخصيص هيكل تنظيمي أو فريق عمل مختص بالنشر على تلك الصفحات يطلق عليه اسم (قسم Social Media) يعمل على مدار ٢٤ ساعة في نشر محتوى الصحيفة، إلا أن دوره يقتصر فقط على النشر دون التواصل مع المتابعين أو الرد على استفساراتهم وتساؤلاتهم.

#### ثامناً- اختبار فروض الدراسة:

➤ **الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات عينة الدراسة نحو سهولة الوصول للصحف الإلكترونية على موقع الفييس بوك يُعزى لكثافة المتابعة.

#### جدول (١٥)

نتائج اختبار التباين في اتجاه واحد ANOVA لمعرفة دلالة الفروق في سهولة الوصول لصفحات الصحف الإلكترونية على موقع الفييس بوك تبعاً لكثافة المتابعة

الدالة الإحصائية	قيمة (ف) المسحوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
٠,٣٤٩	١,١٢٢	١٥,٥٦٧	٤	٢٧٠,٦٢	بين المجموعات
		١٣,٨٦٩	١٣٥	١٨٧٢,٣٠١	داخل المجموعات
			١٣٩	١٩٣٤,٥٧١	الكلية

يتضح من الجدول السابق أن قيمة (F) تساوى (١,١٢٢) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥)، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في سهولة الوصول لصفحات الصحف الإلكترونية عبر موقع الفييس بوك تبعاً لكثافة المتابعة، ويمكن تفسير ذلك في ضوء اتجاه كل صحيفة

إلى استخدام نظام الأمان والتوثيق الذى يتيح لأى مستخدم الوصول لمواقعها على الفيس بوك، حتى الصفحات التى لم يتم توثيقها يكون من السهل معرفتها خاصة مع سعى كل صفحة لربط كل صفحاتها بشبكات التواصل الاجتماعى معاً لاسيما موقعها الإلكتروني، فصفحات الصحف الإلكترونية على الفيس بوك أضحت ممرات للوصول للمواقع. ولا يوجد هنا أية مقارنات نظرية أو تطبيقية خاصة أن الدراسات السابقة لم تهتم بقياس أثر المتابعة على سهولة الوصول للمواقع.

➤ **الفرض الثانى:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى اتجاهات عينة الدراسة نحو سرعة الحصول على المعلومات عبر صفحات الصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك يُعزى لكثافة المتابعة.

#### جدول (١٦)

نتائج اختبار التباين فى اتجاه واحد ANOVA لمعرفة دلالة الفروق فى سرعة الحصول عبر صفحات الصحف الإلكترونية على الفيس بوك تبعاً لكثافة المتابعة.

الدلالة الإحصائية	قيمة (ف) المسحوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
٠,١٠٥	١,٩٥٧	٤٤,٠٥٩	٤	١٧٦,٢٣٦	بين المجموعات
		٢٢,٥١٦	١٣٥	٣٠٣٩,٦١٤	داخل المجموعات
			١٣٩	٣٢١٥,٨٥٠	الكلى

يتضح من الجدول السابق أن قيمة (F) تساوى (١,٩٥٧) وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥)، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى سرعة الحصول على المعلومات عبر صفحات الصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك تبعاً لكثافة المتابعة، وهو الأمر الذى يختلف مع أكدت عليه المقاربات النظرية والتطبيقية، فعامل الوقت من العوامل المهمة التى تدفع الأفراد لاختيار وسيلة معينة ومتابعتها، ولكن يمكن تفسير ذلك فى ضوء تنوع وتعدد خيارات الوصول للمعلومات من مواقع مختلفة، فضلاً عن انتشار صحافة المواطن التى أتاحت لأى مواطن مهتم بالنشر والإعلام بتغطية الأحداث، فضلاً عن سهولة مشاركة المواد من المواقع الذى أتاحت معرفة الخبر دون اشتراط المتابعة.

➤ **الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات عينة الدراسة نحو تعدد خيارات المحتوى المنشور بصفحات الصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك يُعزى لكثافة المتابعة.

### جدول (١٧)

نتائج اختبار التباين في اتجاه واحد ANOVA لمعرفة دلالة الفروق نحو تعدد خيارات المحتوى بصفحات الصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك تبعاً لكثافة المتابعة

الدالة الإحصائية	قيمة (ف) المسحوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
٤٣٢،	٩٥٩،	٢٥،٨٧٤	٤	١٠٣،٤٩٤	بين المجموعات
		٢٦،٩٧٤	١٣٥	٣٦٤١،٤٤٢	داخل المجموعات
			١٣٩	٣٧٤٤،٩٣٦	الكلية

يتضح من الجدول السابق أن قيمة (F) تساوى (٩٥٩،) وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠٠٥)، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية نحو تعدد خيارات المحتوى بصفحات الصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك تبعاً لكثافة المتابعة، ويمكن تفسير ذلك فى ضوء الخبرة بالوسيط ، فلدى المستخدمين خبرة بما يتيح لهم موقع الفيس بوك من ميزات ووسائط متعددة مختلفة كنص وصورة ورابط وهاشتاج وغيرها بغض النظر عن كثافة المتابعة.

➤ **الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات عينة الدراسة نحو مصداقية صفحات الصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك يُعزى لكثافة المتابعة.

### جدول (١٨)

نتائج اختبار التباين في اتجاه واحد ANOVA لمعرفة دلالة الفروق نحو مصداقية صفحات الصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك تبعاً لكثافة المتابعة.

الدالة الإحصائية	قيمة (ف) المسحوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
١٥٦،	١،٦٩٠	٩٦،١٨٦	٤	٣٨٤،٧٤٣	بين المجموعات
		٥٦،٩١٩	١٣٥	٧٦٨٤،٠٠٠	داخل المجموعات
			١٣٩	٨٠،٦٨،٧٤٣	الكلية

يتضح من الجدول السابق أن قيمة (F) تساوى (١,٦٩٠) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥)، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية نحو مصداقية صفحات الصحف الإلكترونية على الفيس بوك تبعاً لكثافة المتابعة، وتختلف نتائج الدراسة الحالية عن نتائج دراسة (مالك مرزى، ٢٠١٥) التي أكدت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الباحثين للصحف اليومية ودرجة التزامها بسمات المصداقية، ولكن يمكن تفهم هذه النتيجة - المتعلقة بدراستنا - في ضوء الخبرة بالوسيط الأصلي، وهو مواقع الصحف الإلكترونية على الإنترنت، فضلاً عن أن أغلب المواد المنشورة موثقة بنص أو رابط أو فيديو وغيرها.

➤ **الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات عينة الدراسة نحو التفاعل مع المحتوى المنشور بصفحات الصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك يُعزى لكثافة المتابعة.

#### جدول (١٩)

نتائج اختبار التباين في اتجاه واحد ANOVA لمعرفة دلالة الفروق نحو التفاعل مع المحتوى المنشور بصفحات الصحف الإلكترونية على موقع الفيس بوك تبعاً لكثافة المتابعة

الدلالة الإحصائية	قيمة (ف) المسحوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
٣٥١	١,١١٧	٣٣,٤٢٣	٤	١٣٣,٦٩١	بين المجموعات
		٢٩,٩٢١	١٣٥	٤٠٣٩,٣٠١	داخل المجموعات
			١٣٩	٤١٧٢,٩٩٣	الكلية

يتضح من الجدول السابق أن قيمة قيمة (F) تساوى (١,١١٧) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥)، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات نحو التفاعل مع المحتوى المنشور بصفحات الصحف الإلكترونية على الفيس بوك تبعاً لكثافة المتابعة، ويمكن تفسير ذلك في ضوء اتجاه جُل عينة الدراسة للتفاعل عبر الإعجاب والمشاركة والتعليق فقط، وهذه الأشكال لا ترتبط بكثافة المتابعة بقدر ارتباطها بأهمية الخبر ومدى اهتمام المتابع به، أما أشكال التفاعل الأخرى من استطلاعات الرأي والتواصل مع المحررين وغيرها فهي لم تحظ باهتمام أى من عينة الدراسة.

➤ **الفرض السادس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات عينة الدراسة نحو القائم بالاتصال بصفحات الصحف الإلكترونية على الفيس بوك يُعزى لكثافة المتابعة.

### جدول (٢٠)

نتائج اختبار التباين في اتجاه واحد ANOVA لمعرفة دلالة الفروق نحو القائم بالاتصال على صفحات الصحف الإلكترونية على الفيس بوك تبعاً لكثافة المتابعة.

الدالة الإحصائية	قيمة (ف) المسحوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
١٣٢	١٠٨٠١	٣٠٠٢٢٣	٤	١٢٠٠٨٩١	بين المجموعات
		١٦٠٧٧٧	١٣٥	٢٢٦٤٠٣٠١	داخل المجموعات
			١٣٩	٢٣٨٥٠٧٩٣	الكلية

يتضح من الجدول السابق أن قيمة (F) تساوى (١٠٨٠١) وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠٠٥)، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات عينة الدراسة نحو القائم بالاتصال بصفحات الصحف الإلكترونية على الفيس بوك تبعاً لكثافة المتابعة.

➤ **الفرض السابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات عينة الدراسة نحو الصحف الإلكترونية عبر موقع الفيس بوك يُعزى لكثافة المتابعة.

### جدول (٢١)

نتائج اختبار التباين في اتجاه واحد ANOVA لمعرفة دلالة الفروق نحو صفحات الصحف الإلكترونية على الفيس بوك تبعاً لكثافة المتابعة.

الدالة الإحصائية	قيمة (ف) المسحوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
٩٣	٢٠٠٣٦	٧٨٠٠٥٨٩	٤	٣١٢٢٠٣٥٤	بين المجموعات
		٣٨٣٠٣٤٦	١٣٥	٥١٧٥١٠٦٤٦	داخل المجموعات
			١٣٩	٥٤٨٧٤٠٠٠٠	الكلية

يتضح من الجدول السابق أن قيمة (F) تساوى (٢٠٠٣٦) وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠٠٥)، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات عينة الدراسة نحو صفحات الصحف الإلكترونية على الفيس بوك تبعاً لكثافة المتابعة.

## المراجع العربية :

١. أحمد عادل عبدالفتاح محمد (٢٠١٣). التفاعلية بالمواقع الإلكترونية الصحفية والاجتماعية وعلاقتها بمستوى التفاعل الاجتماعي والسياسي لدى الشباب المصري في إطار نظريتي تراء الوسيلة والحضور الاجتماعي "دراسة تطبيقية مقارنة"، رسالة دكتوراه، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، جامعة المنصورة.
٢. أحمد على إبراهيم (٢٠١٥). اعتماد الشباب على مواقع الصحف الإلكترونية أثناء الأزمة السورية وعلاقتها بإدراكهم لمصداقيتها، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
٣. أحمد محمد رفاعي (٢٠١٤). العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية. رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس، قسم الإعلام وثقافة الأطفال
٤. أحمد نبيه الخفاجي (٢٠١٤). الوظيفة الإخبارية لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين العراقيين: دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام.
٥. إلهام بوتلجي (٢٠١١). الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء - دراسة مسحية لجمهور جريدة الشرق الأوسط أون لاين-، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال.
٦. أميمة أحمد رمضان (٢٠١٥). استخدام الصحف المصرية لأدوات الإعلام الجديد وانعكاسها على العمل الصحفي "دراسة على القائم بالاتصال"، رسالة ماجستير، جامعة المنيا، كلية التربية النوعية- قسم الإعلام التربوي.
٧. أنس ناصر محمود عطا الله (٢٠١٦). اتجاهات طلبة كليات الإعلام في غزة نحو متابعة الصحف الإلكترونية، رسالة ماجستير، جامعة فلسطين، كلية الإعلام والاتصال، قسم الإذاعة والتلفزيون.
٨. إيمان بهجت أحمد شامية (٢٠١٦). اتجاهات الصفوة الإعلامية نحو الصحافة الإلكترونية وعوامل تطورها "دراسة تطبيقية"، رسالة ماجستير، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام،
٩. بتول عبدالعزيز رشيد (٢٠١٥). معايير مصداقية منتجي المواقع الإخبارية العراقية، "دراسة مقارنة للمواقع الإلكترونية" شبكة أخبار النجف الأشرف، شبكة العراق الجديد الإعلامية في ديترويت، والوكالة الوطنية العراقية للأنباء نينا، مجلة آداب البصرة (٥٩)، كلية الآداب: العراق، ص ص ٣٨٣-٤٤٧ .
١٠. ثريا أحمد البدوي (٢٠١٥)، مستخدم الإنترنت قراءة في نظريات الإعلام الجديد ومناهجه، القاهرة: عالم الكتب.
١١. جمال مختار. (٢٠٠٨). حقيقة الفيس بوك: عدو أو صديق، القاهرة: متروبول للطباعة والنشر.
١٢. حسنين شفيق (٢٠١٤). نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر.
١٣. حمادغريب المطيري (٢٠١١). اتجاهات الشباب الجامعي الكويتي نحو الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية: دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام.



١٤. خالد صلاح الدين حسن على (٢٠١١). اتجاهات الشباب المصري نحو شبكات التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية في إطار نظرية ثراء الوسيلة، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام (٤)**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يوليو - ديسمبر.
١٥. رحيمة الطيب عيساني (٢٠١٦). أشكال التفاعلية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من الشباب العربي، **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال (١٥) مايو، ص ص ٩٠-١١.
١٦. رشدي فام منصور، أحمد حسين الشافعي (٢٠٠٣). علم النفس الاجتماعي موضوعات مختارة، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
١٧. رضا عبدالواحد أمين (٢٠٠٧) الصحافة الإلكترونية، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
١٨. سعود عيد محمد العجمي، وشريف درويش اللبان (٢٠١٥). اتجاهات الشباب الجامعي نحو الصحافة الإلكترونية في الكويت، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام (٣)**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام: يولية - سبتمبر، ص ص ٢٨٣ - ٣٢٩.
١٩. سعيد الغريب (٢٠٠١). الصحافة الإلكترونية والورقية.. دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أكتوبر- ديسمبر.
٢٠. سماح عبدالرازق الشهawy (٢٠١٥). العوامل المؤثرة على استخدام الصحافة الإلكترونية في مصر في الفترة من ٢٠١٥ حتى ٢٠٣٠، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
٢١. سمية عرفات (٢٠١٣). اتجاهات الجمهور المصري نحو مصداقية وسائل الإعلام التقليدية والجديدة عقب أحداث ٣٠ من يونيو دراسة ميدانية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (٣)**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أكتوبر- ديسمبر، ص ص ١٩٩ - ٢٦٥.
٢٢. سها صالح (٢٠١٠). استخدام مواقع الإنترنت التفاعلية وعلاقته بدعم ثقافة الحوار، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (٢)**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يونيو - ديسمبر، ص ص ٢٨٩-٣٥٤.
٢٣. شريف درويش اللبان (٢٠١٢). "إعلام ثورة ٢٥ يناير" سلسلة اتجاهات حديثة في الإعلام. القاهرة: دار العالم العربي.
٢٤. شيماء ذو الفقار ذو غيب (٢٠٠٩). مناهج البحث والإستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
٢٥. صونية قوراري (٢٠١١). اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية " دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين المستخدمين للإنترنت في جامعة بسكرة، رسالة ماجستير، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة محمد خيضر - بسكرة - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم العلوم الإنسانية.
٢٦. طه عبدالعاطي نجم، أنور بن محمد الرواس (٢٠١١). العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديد ومستوى المعرفة السياسية "دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الإنترنت"، **مجلة دفاقر السياسة والقانون (٤)**. ومتاح على <https://revues.univ-ouargla.dz/index.php/numero-04-2010-dafatir/359-2013-04-29-16-52-05>

٢٧. عادل المهدي عبدالدايم (٢٠٠٦). اتجاهات القارئ العربي نحو الصحافة الإلكترونية - دراسة تطبيقية على عينة من القراء العرب بدولة قطر في الفترة من ٢٠٠١-٢٠٠٢، رسالة ماجستير، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام.
٢٨. عباس مصطفى صادق (٢٠٠٨). الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، القاهرة: دار الشروق للنشر و الطباعة.
٢٩. عبدالكريم العجمي الزيانى (٢٠١٠)، استعمالات وتمثيلات الشباب الليبي لوسائل الإعلام الجديد: الفيس بوك نموذجًا. **ملتقى الصحافة الإلكترونية حول مستقبل وسائل الإعلام فى العصر الرقمى، القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ص ص ١-٣٦**
٣٠. عبدالهادى أحمد التجار (٢٠٠٧) اتجاهات النخبة الأكاديمية الليبية نحو الصحافة الإلكترونية وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة في ليبيا : دراسة ميدانية، **مجلة كلية الآداب (٤)**، جامعة المنصورة أغسطس، ص ص ٤٨١-٥٤٣.
٣١. علاء محمد عبدالعاطى (٢٠١٥). التفاعلية بين أطراف العملية الاتصالية عبر المنتديات الإلكترونية في مملكة البحرين- دراسة تحليلية مقارنة للمنتديات الليبرالية المستقلة والدينية، **المجلة المصرية لبحوث الإذاعة والتلفزيون (٢)**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أبريل - يونية، ص ص ١٨١-٢٤٥.
٣٢. على كنعان (٢٠١٥). الإعلام الإلكتروني، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان.
٣٣. ماجد فضل صقر حبيب (٢٠١٤). التفاعلية فى مواقع الصحف اليومية الفلسطينية دراسة تحليلية، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية فى غزة، قسم الصحافة والإعلام.
٣٤. مالك محمد مرزى (٢٠١٥). مصداقية الصحف لدى الجمهور الأردنى دراسة ميدانية، رسالة ماجستير- جامعة اليرموك، كلية الإعلام ، الأردن.
٣٥. مبارك بن واصل الحازمى (٢٠١٢). رؤية القائمين بالاتصال فى الصحف السعودية المطبوعة لواقع الصحافة الإلكترونية ومستقبلها، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام (٤٠)**. أبريل - يونية، ص ص ٢٩٩-٣٦٩.
٣٦. مجدى محمد عبدالجواد الداغر (٢٠١٣). استخدامات الإعلاميين لشبكات التواصل الإجتماعى والإشباع المتحققة: دراسة تطبيقية على القائم بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية السعودية، **مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق، مصر، ص ص ٤-٦٤**.
٣٧. محمد حجاب (٢٠٠٤). المعجم الإعلامى، القاهرة: مركز دراسات الوحدة العربية.
٣٨. محمد سيد محمد (٢٠٠٩). وسائل الإعلام من المنادى إلى الإنترنت، القاهرة: دار الفكر العربى.
٣٩. منار منير محمود محمد (٢٠١٥): "التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية العربية والأجنبية، ومدى إدراك الجمهور المصري لها "دراسة تطبيقية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، قسم الصحافة والنشر.
٤٠. نجوى إبراهيم سيد إبراهيم (٢٠١٥). نشر محتوى الصحف الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعى فيس بوك وتويتر وعلاقته بنمط المتابعة الإخبارية لدى الشباب الجامعى، رسالة ماجستير، جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام.
٤١. نوره عبدالله (٢٠١٤). أثر التعرض للشبكات الاجتماعية على الإنترنت فى إدراك القضايا والأحداث الجارية لدى عينة من الشباب الجامعى، رسالة ماجستير، جامعة جنوب الوادى، كلية الآداب، قسم الإعلام.

- ٤٢ . هديل فايز (٢٠١٤). اتجاهات الصحفيين نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، كلية الإعلام، الأردن.
- ٤٣ . وجدان التيجاني صديق (٢٠١١) فيس بوك أداة للتعبير أم التغيير. **مجلة التنوير بالسودان** (١١)، يوليو، ص ص ٢١٣ - ٢٢٥.
- ٤٤ . وديع العزیزی (٢٠١٥). الإعلام الجديد المفاهيم والنظريات، القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع.
- ٤٥ . وسام محمد أحمد حسن (٢٠١٣). تصميم الوسائط المتعددة وتوظيفها في الصحافة الإلكترونية وعلاقتها بجذب المستخدمين – دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه، جامعة حلوان، كلية الآداب.
- ٤٦ . وليد عبدالفتاح النجار(٢٠١١). مصداقية المواقع الصحفية الإلكترونية وعلاقتها بدرجة الاعتماد عليها كما يراها جمهور الصفوة الإعلامية المصرية، دراسة ميدانية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** (٣٧)، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يناير – يونيو ص ص ٣٧٧ - ٤٩٨.

### المراجع الأجنبية:

1. Alexa.com (2016) Facebook users. Retrieved from <http://www.alexacom/siteinfo/facebook.com,2016>
2. Bradly, T. (2006).A study Of The Concept Of Interactivity as Applies to Online News Paper, **M.A Of Science In Journalism** un Published, Morgant Town, West Virginia University . Available On: <http://gradworks.umi-com/14/36/14366655.htm>
3. Danah, m. B., &Nicole, B. E. (2008) Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, **Journal of Computer-Mediated Communication** (13), Pp. 210–230.
4. Doborah, S.C.(2008).Interactive Features Of Online Newspaper: Identifying Patterns and Predicting Use Of Engaged Readers, **Journal Of Computer-Mediated Communication**(13)3April,Pp6548-679.
5. EMarketing Egypt.(2013, March 13). Facebook users. Retrieved from: <http://emarketingegypt.com>
6. Fred, D .D. (1989).Users Acceptance Of Computer Technology: A Comparison Of TWO Theoretical Models: **Management Science** , Vol(35)8, August, Pp982- 1003.
7. Glynn, C., Huge, M., & Hoffman, L.(2012) All the news that's fit to post: A profile of news use on social networking sites. **Computers in**

**Human Behavior**, (28), Pp113–119.

8. Kathleen, A. H. (1990).information Richness And News Paper Pulitzer Prizes, **Journalism Quarterly**. Vol. (67)4, Pp 930-935
9. Lee, W. E. (2012). New Media in the Newsroom: A Survey of Local Journalists and Their Managers on the use of Social Media as Reporting Tools, A thesis submitted to the faculty of the University of North Carolina at Chapel Hill, **M.A Of Arts** in the School of Journalism and Mass Communication.
10. Liu, C. (2015). Facebook Journalism: The Influences of Social Media on Journalistic Work in Taiwan, e-Proceedings **The 1st International Conference on Innovative Communication and Sustainable Development in ASEAN**, Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration 9-10 August, Pp. 107- 118.
11. Mitchell, A. (2013) The Role of News on Facebook Common yet Incidental for further information contact, **Journalism Research Dana Page, Communications Manager**, October, (24), Pp. 202-419.
12. Namrata, S. (2015), Facebook Journalism: An exploratory study into the news values and role of Journalists on face book, the faculty of the University Graduate School in partial fulfillment of the requirements for the **M.A Of Arts** in the Department of Telecommunications Indiana University July
13. Rosengard, P., Tucker – McLaughlin, M., & Brown, T. (2014). Students and social News: How college students share News Though social media, **Electronic News**, (8)2, Pp120, 137
14. Pei-Chen, S. & Hsing, K. C. (2007), The design of instructional multimedia in e-Learning: A Media Richness Theory-based approach, **Science Direct , Computers & Education** 49 , Pp. 662–676.
15. Peter, J. (2012) Journalism in the Age of Social Media: The Case of the “In Memorial: Virginia Tech” Facebook Group, A Dissertation Submitted to the faculty of the graduate school of the university of Minnesota by in partial fulfillment of the requirements of the degree

of **PH.D of Philosophy**, May 2012.

16. Stkins, B. (1997) Advil Capacity Model Of Communication Choice in Organization, **Human Communication, Research** , Vol (18), Pp596-598
17. Sue Burzynski, B (2013), Social media and Journalism: What works best and why it matters, A paper prepared for presentation at the national convention of the Association for Education in **Journalism and Mass Communication, Washington, D.C.**, Aug. (10).
18. Wilma, S.(2010). Your news in 140 characters: exploring the role of social media in journalism, **Global Media Journal African** Edition 2010 Vol. 4 (1).
19. Yu-Feng, L & Yang-Siang, S (2010). Using RSS to support mobile learning based on media richness theory. Contents lists available at **Science Direct, Computers & Education** (55), Pp. 723,732. doi:10.1016/j.compedu.2010.03.005.