

العوامل المؤثرة في تشارك الشباب المصري

للأخبار الإلكترونية

"دراسة ميدانية"

د. شيرين محمد أحمد أحمد عمر*

مقدمة:

أصبحت تطبيقات الإنترنت المختلفة ومواقع التواصل الاجتماعي جزءًا لا يتجزأ من عملية الاتصال في القرن الحادي والعشرين، وزادت أهميتها بعد انتشار الإنترنت بين أفراد المجتمع، وانتشار الأجهزة الذكية على اختلاف أنواعها بين الجمهور، وظهور القارئ الرقمي الذي يمتلك الثقافة التكنولوجية للتعرض للوسائل الجديدة واستخدامها.

ولأن الأخبار الإلكترونية تجمع بين كل سمات الوسائل التقليدية، فهي تحظى بالمزايا التي تتمتع بها الصحف والراديو والتلفزيون وشبكة الإنترنت، وكان ذلك سببًا مهمًا ضمن أسباب اعتماد عدد كبير من الجمهور على تلك الوسيلة الجديدة التي تجمع بين مزايا الوسائل التقليدية. وانتبهت المؤسسات الصحفية والقائمون بالاتصال بالمواقع الإخبارية المختلفة إلى أهمية تلك التطبيقات الإلكترونية ودورها في نشر الأخبار بين المستخدمين، وأصبحت تعتمد عليها المؤسسات الصحفية والقنوات الإخبارية في تقصي الأخبار منها لتحقيق السبق الصحفي في ظل المنافسة الشديدة بين الوسائل الإعلامية المختلفة؛ فتغير بذلك مفهوم حارس البوابة وأصبح القراء أنفسهم جزءًا من هذا المفهوم؛ حيث يقررون نوعية الأخبار التي تصل إلى الآخرين أو عدم وصولها من خلال تشاركتهم للأخبار عبر المواقع والتطبيقات الإلكترونية.

ويجدر بالذكر أن التفاعلية سمة مميزة للتعرض للأخبار الإلكترونية، فالقارئ هو الذي يضغط الأزرار، ويحدد ما يسمعه أو يشاهده أو يقرؤه، ويدخل في نقاش مع محرر الخبر وقراءه، ويبدى رأيه في مضمون الخبر، ويكتب التعليقات المختلفة، ويشارك في صنع المحتوى الإخباري بنفسه. ومن مظاهر التفاعلية أيضًا تشارك الأخبار مع الآخرين عبر تطبيقات الإنترنت المختلفة.

ومن هنا جاءت فكرة الدراسة الحالية التي تحاول رصد العوامل المؤثرة في تشارك الأخبار الإلكترونية لدى الشباب المصري في إطار نظريتي الاستخدامات والإشباع، والمجتمع الشبكي .

*مدرس بقسم علوم الاتصال والإعلام - كلية الآداب - جامعة عين شمس

أولاً: مراجعة التراث العلمي: تنقسم الدراسات السابقة إلى محورين:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت الصحافة الإلكترونية واستخدامات

الجمهور

تطرقت دراسة (Trilling, Tolochko & Burscher, 2017)⁽¹⁾ إلى رصد القيم الإخبارية المتوافرة في الأخبار التي يتم تشاركتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ للتعرف على اختيارات الجمهور للأخبار التي يتعرضون لها من ناحية، والتي يتشاركونها من ناحية أخرى؛ للكشف عن كيفية تدفق الأخبار إلى الجمهور في القرن الحادي والعشرين. واعتمدت هذه الدراسة على التحليل الكمي والكيفي للأخبار الهولندية التي تم تشاركتها. وقد تم اختيار الصحف الإلكترونية الخالصة وهي صحف parool.nl ، nu.nl ، ad.nl ، Volkskrant.nl ، Trouw.nl ، Nrc.nl

وكان أهم نتائج هذه الدراسة: أن المتغيرات التقليدية من القيم الإخبارية تلعب دوراً مهماً في التنبؤ بعدد المشاركات، ولكن تحولت عملية نشر الأخبار إلى القيم التشاركية بدلاً من القيم الإخبارية، ويوجد مجموعة من القيم الإخبارية تساعد على عملية تشارك الأخبار، منها البعد الجغرافي، والصراع، والاهتمامات الإنسانية، والبعد الثقافي، والقيم الإيجابية والسلبية في الأخبار، والأخبار الحصرية، وأن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في التشجيع على نشر وتشارك الأخبار؛ مثل تويتر وفيس بوك، وقد يتميز موقع عن الآخر في هذا الشأن، فموقع تويتر يسمح بعدد محدود من المداخلات، على عكس فيس بوك. وهناك عوامل أخرى تؤثر في تشارك الأخبار، مثل اهتمامات واحتياجات الفرد وإدراكه للأخبار، وأن الأخبار المتعلقة بالقضايا الداخلية والأخبار الخفيفة أكثر جاذبية في عملية التشارك من القضايا السياسية والاقتصادية أو تلك التي تسمى بالأخبار الجادة.

وتناولت دراسة (نجوى إبراهيم ، 2015)⁽²⁾ معدلات استخدام الشباب الجامعي لموقعي التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر) في متابعة محتوى الصحف الإلكترونية، ودوافع متابعتهم لمحتوى الصحف الإلكترونية والإشباع المتحققة من ذلك، والوقوف على الآليات والمعايير التي يستند إليها في نشر محتوى الصحف الإلكترونية. وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح، وكانت عينة الدراسة من الشباب الجامعي، وتتراوح أعمارهم بين 18 إلى 25 عامًا، والعينة قوامها 400 مفردة ما بين طلاب جامعة حلوان، وجامعة MTI، وكان المدى الزمني للتطبيق من أبريل حتى مايو 2015، واعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان واستمارة المقابلة المتعمقة مع القائمين بالاتصال بالصحف الإلكترونية.

وكانت أهم نتائج هذه الدراسة: العدد الأكبر من المبحوثين مشتركون في مواقع الفيس بوك منذ ثلاثة أعوام فأكثر بنسبة 74%، أما تويتر فأقل في معدل استخدامه من الفيس بوك بين المبحوثين؛ فقد تمثل المدى الزمني في الاشتراك أقل من عام، وجاء الهاتف المحمول الذكي في الترتيب الأول كأكثر وسيلة مستخدمة في الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي، ثم الكمبيوتر المحمول، ثم الكمبيوتر المنزلي، ثم الحاسب

اللوحي. وأكثر الأسباب التي تدفع المبحوثين لمتابعة محتوى الصحف الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الحصول على المعلومات عن الأحداث الجارية، ثم اكتساب معلومات تتعلق بالاهتمامات الشخصية بسرعة وسهولة، ثم التعرف على وجهات النظر المختلفة وتعليقاتهم على الأحداث، وسهولة التفاعل مع المحتوى الإخباري للصحف الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

أما دراسة (أحمد فرغلي، 2012) (3) فهدفت إلى التعرف على اتجاهات المبحوثين بالجامعة في الكويت ومصر، ومدى تأثير التقنيات الحديثة في تحولهم إلى الصحافة الإلكترونية، ودور التقنيات في إتاحة الفرصة للشباب الجامعي للتعامل معها، وتقديم إضافة مهنية تساهم نتائجها في تصحيح بعض الممارسات الخاصة بالصحافة الإلكترونية. وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح والمقارن. وكانت أدوات الدراسة أداة الاستبيان، وتم التطبيق في جامعة الكويت، والهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب، وجامعة الأزهر، والجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات على 400 مفردة من الطلاب في جميع التخصصات العلمية والأدبية.

وأهم ما توصلت إليه هذه الدراسة: زيادة نسبة الطلاب الذين يتابعون وسائل الإعلام الإلكترونية زيادة كبيرة، وقد وصلت نسبتهم إلى 91.8%، وكانت دوافع الشباب لاستخدام الإنترنت هي البحث عن المعلومات بنسبة 88%، ثم البريد الإلكتروني 83%، والانضمام إلى مجموعات الفيس بوك بنسبة 80.7%، والتعرض للصحف الإلكترونية جاء في المرحلة الرابعة بنسبة 76,3%. ويفسر المبحوثون استخدامهم لمواقع الجريدة على الإنترنت بدلاً من قراءتها مطبوعة؛ لأنها تقدم أدوات تسهل للمستخدم الوصول إلى قواعد البيانات بسهولة.

وهدفت دراسة (سناء عبد الرحمن، 2009) (4) إلى وصف وتحليل العلاقة بين طبيعة الأحداث والقضايا المطروحة وبين إقدام القراء على المشاركة في ساحات النقاش حولها، والعلاقة بين مكان وقوع الحدث وإقدام القراء على المشاركة، وتحليل أنماط المشاركة. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي بشقيه لمسح المضمون الإلكتروني لمنتدى العربية نت. وتتمثل أدوات الدراسة في تحليل المضمون والاستبيان الإلكتروني. ووصل عدد الاستمارات الصالحة إلى 204.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: كانت النسبة الأكبر من المشاركين في المنتدى من الذكور بنسبة 90.6%، وكان نصف العينة يستخدمون المنتدى من منازلهم حتى تتوافر لهم فرص التفكير الهادئ والعميق في اتخاذ القرار والمشاركة في النقاش، والكتابة على المنتدى، وأن 32% من المبحوثين يقومون بمراسلة الصحف الإلكترونية، وإرسال الأسئلة، والتعليقات حول الموضوعات، وأن 20.5% منهم يستخدمون المجموعات الإلكترونية، مثل الفيس بوك و Netlog في نشر الآراء والتعليقات حول الأحداث والقضايا. وجاءت الأحداث والقضايا السياسية في

المرتبة الأولى لمتابعتها، ثم الرياضية، ثم الاجتماعية. واتضح صحة الفرض القائل بوجود علاقة بين طبيعة الأحداث والقضايا المطروحة بالمنتدى، وإقدام القراء على المشاركة في ساحات النقاش حوله.

المحور الثاني: الدراسات التي تتناول دوافع تشارك الجمهور للأخبار الصحفية

تناولت دراسة (Kuempel , Karnowski & Leonhard, 2016)⁽⁵⁾ دوافع التشارك للأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي باعتبار أنها جزء مكمل لانتشار الأخبار وإتاحة تدفقها، ونشاركتها بين الجمهور عبر تلك الوسائل الإعلامية الجديدة. وتحاول تلك الدراسة البحث في تأثيرات الدوافع والاتجاهات والنوايا وراء سلوك التشارك للأخبار لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في ألمانيا، ومعرفة علاقة ذلك باهتماماتهم السياسية. وتم تطبيق استبيان إلكتروني على 333 مبحوثاً، وكانت فترة التطبيق خلال شهر مارس 2015.

وكانت أهم نتائج الدراسة: أن عملية التشارك للأخبار لها تأثير إيجابي في الاتجاهات والنوايا والسلوك، وكانت الدوافع المعرفية والاجتماعية للتشارك لها تأثير مباشر في الاتجاهات والنوايا والسلوكيات الخاصة بمشاركة الأخبار، وأن الاهتمامات السياسية تحدد نوعية الأخبار التي يتم تشاركتها، وهو ما أكدت عليه نظرية الأفعال العمدية، ولم يكن هناك أي تأثير لدوافع التسلية في الاتجاهات والنوايا والسلوك، والاهتمامات السياسية لها تأثير إيجابي في تشارك الأخبار، وكان المبحوثون ذوو التعليم العالي هم الأكثر حظاً من تشارك الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما كشفت هذه الدراسة عن وجود علاقة بين استخدام وسائل الإعلام الحديثة والاهتمامات السياسية.

ودراسة (M. Almgren & Olsson, 2016)⁽⁶⁾ التي تناولت تشارك الأخبار كوسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي عبر الفيس بوك أو تويتر، وتحاول هذه الدراسة الكشف عن كيفية اختلاف أساليب التشارك بين المستخدمين والمساحة المتاحة للتشارك بين المواقع الإخبارية وفقاً لنمط ملكيتها؛ محلية أو القطاع الإقليمي، أو صحيفة شعبية، وكيفية توافر الفرص المناسبة للمستخدمين للتشارك، مثل التعليق أو التشارك لهذه الأخبار عبر الفيس بوك والتويتر. وتم استخدام التحليل الكمي للمضمون ليشمل 3,444 موضوعاً إخبارياً من تسع صحف إلكترونية سويدية، والمدى الزمني للدراسة ما بين 15 فبراير إلى 9 مارس لعام 2014، وقد تم حصر أعداد المشاركات والتعليقات على الأخبار الإلكترونية بصحف الدراسة.

وأهم ما توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج: أن الصحف المحلية لها النصيب الأكبر من تعليقات المستخدمين على الأخبار مقارنة بتمثيلها الإقليمية، والتشارك للأخبار عبر تويتر كان أكثر في الصحف الشعبية والإقليمية، أما الفيس بوك فيتم التشارك خلاله أكثر من تويتر بمقدار 20 مرة، على الرغم من أن أغلب المضمون لم تكن جذابة لعملية التفاعل أو التشارك، وأغلب المستخدمين الذين يكتبون التعليقات على الأخبار كتبوها في المواقع الإخبارية المحلية مقارنة بالإقليمية والشعبية. وتتم

عملية التشارك بمجرد توافر العوامل التكنولوجية والاجتماعية التي تساعد على ذلك التشارك وتحدد طبيعته، ولا يمكن التغاضي عن أهمية الثقافة المدنية ومساحة الخصوصية التي تؤثر في تشارك المستخدمين للأخبار.

أما دراسة (Jeong, Austin, Borah & Pinkleton, 2015)⁽⁷⁾ فتهدف إلى الكشف عن اتجاه صغار الشباب إلى الأخبار السياسية الساخرة وسلوكيات تشاركها إلكترونياً، ومدى وصولها إلى طلاب الجامعة، وتأثيرها في المشاركة السياسية. واعتمدت هذه الدراسة على الاستبيان الإلكتروني، وتم التطبيق في الفترة ما بين 31 من أكتوبر 2012، وحتى 6 من نوفمبر 2012؛ وهي فترة انتخاب الرئيس وحتى يوم ما قبل غلق صناديق الاقتراع، وكان عدد المبحوثين 721 مبحوثاً من طلاب الجامعة في ولاية Pacific Northwest.

وكانت أهم نتائج الدراسة: أن استهلاك الشباب للأخبار الساخرة وتشاركها إلكترونياً يشجع الاستجابة لإعادة تشاركها مع الغير، والتعرض لمثل هذه الأخبار يشجع على كسب المعرفة في حالة احتوائها على القليل من المعلومات، والوصول بذلك لأكثر نسبة مشاركة سياسية، وتوجد علاقة طردية بين تشارك الأخبار السياسية الساخرة التي تصل إلى الشباب والوعي السياسي لديهم ومشاركتهم السياسية.

كما تناولت دراسة (Kilinc & Michelle Jordan., 2013)⁽⁸⁾ تشارك الأخبار اليومية بالصحف مع الأطفال؛ من خلال دراسة تجريبية في إطار نظرية النشاط الثقافي التاريخي CHAT؛ والتي استخدمت في التعرف على كيفية تشارك الأطفال للأخبار وأسبابها كأحد أنظمة المدرسة – عينة الدراسة – وتم الاستعانة بمدرس أمريكي من أصل أفريقي لديه خبرة عشرون عاماً في مجال التعليم، وأجريت الدراسة مع 20 طفلاً؛ (8 إناث، 12 ذكراً)، وتم جمع البيانات خلال ستة أشهر، وعمل مقابلتين مقننتين مع المدرس، وتم تدوينهما صوتاً وصورةً وكتابةً حتى يمكن للباحثين إجراء التحليل الكيفي.

وكانت أهم نتائج الدراسة: أن الأطفال لديهم معلومات جيدة عن الأخبار والموضوعات المطروحة عند مشاركة الآباء الأبناء قراءة الصحف، أما الأطفال الذين لم يتم مشاركة الأخبار معهم فلم يكن لديهم معلومات عن الأخبار، ولكنهم يشعرون بالألفة مع صور الرئيس والوزراء. ويؤكد المدرس أن الأخبار التي تحتوي على معلومات تفيد الأطفال في استيعاب المعلومات التي يتم شرحها بالمدرسة، وفي الحياة الاجتماعية والعملية؛ كحالات الطقس يمكن من خلالها التعرف على مواقع وأسماء البلاد بدلاً من شرحها خلال عام دراسي كامل.

تستند دراسة (Hawe, 2011)⁽⁹⁾ على فكرة أن انتشار المدونات ووسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير في طريقة تعرض المستخدمين للأخبار وكتابتها، وإذا كانوا يصدقونها، وإذا كانت الأخبار المتداولة عبر هذه الوسائل تجعلهم أكثر اطلاعاً على الأحداث الجارية، ومن هنا تحاول هذه الدراسة الكشف عن أسلوب تشاركها للأخبار الإلكترونية. واعتمدت الدراسة على استبيان إلكتروني عبر موقع Survey

Monkey وتم إرساله خلال حساب الفيس بوك إلى الأشخاص بشكل فردي Inbox، وكانت عينة الدراسة من المتطوعين من أصدقاء الباحثة، وطلاب الجامعة ممن يهتمون بالمشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويتعرضون للأخبار خلالها، وعدد المستجيبين لملء الاستمارة بشكل كامل 138 مبحوثاً، واعتمدت الدراسة على التحليل الكمي للحصول على نتائج الدراسة.

وكانت أهم نتائج هذه الدراسة: أن الأفراد الذين تحت سن 35 عاماً هم الأكثر استخداماً للتشارك من أجل الحصول على النصائح، وأغلب المبحوثين يتشاركون القصص الإخبارية عبر الفيس بوك وتويتر؛ لأنهم يريدون التواصل مع غيرهم للحفاظ على هذه العلاقات بنسبة 92%، ثم الاستمتاع بالمناقشة حول الأحداث الجارية والموضوعات الشائعة بين الجمهور عبر الشبكات الاجتماعية بنسبة 35%، أو لأنها مفيدة وتساعد الآخرين في بعض الأمور بنسبة 68%، وللتعبير عن إعجابهم بالآخرين، أو يتظاهرون بأنهم قرءوا مقالاتهم بنسبة 24%، والأخبار التي يتم تشاركتها تخاطب اهتماماتهم؛ لأنها تعتمد في الأساس على أصدقائهم، وكانت دوافع المبحوثين لإعادة تشارك الأخبار التي وصلت إليهم لمجرد التسلية بنسبة 33%، بالإضافة إلى أن 68% ليدخلوا في مناقشة القضايا المطروحة، و71% لأنهم يقدرّون الأشخاص الذين يتشاركونها. وكانت نسبة التشارك للأخبار عدة مرات في اليوم 4%، وكل يوم 12%، وعدة مرات في الأسبوع 27%، ونسبة من يتشاركتها عدة مرات شهرياً 38%، أما عن كيفية التشارك فكان 43% من الأفراد يتشاركونها مع كل الأعضاء، وعبر البريد الإلكتروني 30%، وعبر رسائل الموبايل 15%، وعبر الماسنجر 12%، وقد أكدت على أن تشارك الأخبار أصبح سلوكاً اجتماعياً، فأكثر من نصف المبحوثين يشعرون أنهم أكثر اطلاعاً على الأخبار كنتيجة لتشاركتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

التعليق على الدراسات السابقة:

اتجهت الدراسات الأجنبية في الفترة الأخيرة إلى إلقاء الضوء على تشارك الشباب للأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ولم تتطرق الدراسات العربية إلى ذلك المجال، وركزت فقط على تحليل المضمون للصحف الإلكترونية، أو مدى متابعة الأخبار الإلكترونية وأسلوب المتابعة لها، أو اتجاهات الجمهور نحوها، كما أن معظم الدراسات السابقة تناولت نظرية الاستخدامات والإشباع كمدخل نظري، وهو ما يتم الاعتماد عليه في الدراسة الحالية، بالإضافة إلى نظرية المجتمع الشبكي .

ثانياً: المشكلة البحثية:

إن توظيف مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات الحديثة جزء لا يتجزأ من الصحافة الإلكترونية، وأصبحت كل صحيفة إلكترونية تسعى لأن يكون لها مكان ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، فنجد كل صحيفة تقوم بعمل صفحة لها على مواقع الفيس بوك ويوتيوب والتويتر؛ حتى يتم إخطار الجمهور بالأحداث

الجارية ومجرباتها، ومعرفة تعليقات الجمهور على تلك الأحداث، ومشاركتهم لأراء كتابها كنوع من أنواع التفاعلية بين الصحيفة والجمهور.

ولقد أكدت معظم الدراسات السابقة أن أنماط استهلاك الأخبار تغير بشكل صارم، ففي العقدين الأخيرين زادت احتمالية قراءة أخبار متخصصة ليتكون قارئ دائم للأخبار الإلكترونية التي تظهر لديه عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أما الآن فقد أصبحت عملية المتابعة لمواقع الصحف الإلكترونية ضعيفة، ولم يصبح المحررون حراس بوابة يحددون الأخبار التي يتعرض لها القراء، بل توجد مرحلة أخرى للتنقية وهم المواطنون الذين يتشاركون الوصلات الإخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو يقررون عدم تشاركتها.

وانطلاقاً من أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في عملية نشر وتشارك الأخبار وتواصلها بين مستخدمي الإنترنت، كان من الضروري إلقاء الضوء على دوافع تشارك الجمهور لتلك الأخبار ومعرفة الدوافع المعرفية والاجتماعية وتحقيق الذات ودوافع التسلية من وراء عملية التشارك للأخبار الإلكترونية، ورصد العناصر المؤثرة على تشاركتها في إطار نظرية البناء الشبكي. ومن هنا يمكن بلورة مشكلة الدراسة الحالية في العوامل المؤثرة في تشارك الشباب للأخبار الإلكترونية عبر التطبيقات والمواقع المختلفة. وقد حددت الباحثة مجموعة من العوامل لاختبار علاقتها بتشارك الأخبار الإلكترونية؛ وتمثل في: "العوامل الديموجرافية، ودوافع التشارك، ونوع الأخبار، وعناصر بناء المجتمع الشبكي، ونوع التطبيقات المستخدمة في التشارك، ومصدر الأخبار الإلكترونية، ومدى متابعة الأخبار الإلكترونية".

أهمية الدراسة:

الأهمية العلمية:

1- لم تكن هناك دراسات عربية على حد علم الباحثة تركز على العوامل المؤثرة في تشارك الشباب للأخبار الإلكترونية، بل تناولت معظمها مضمون الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي؛ ومن هنا تبرز أهمية الدراسة الحالية.

2- تعتبر هذه الدراسة ضمن الدراسات التي تلقي الضوء على دوافع تشارك الشباب للأخبار الإلكترونية في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية المجتمع الشبكي؛ ولذا تعتبر إضافة إلى الدراسات السابقة.

الأهمية العملية:

1- الخروج بمجموعة من المؤشرات والمقترحات المهنية التي تبين الدوافع وراء التشارك للأخبار الإلكترونية، وهو ما يفيد الصحف الإلكترونية، وأخذها في الاعتبار أثناء نشرها لتلك الأخبار، ومراعاة نوعيتها.

2- الوصول إلى مجموعة من النتائج قد تفيد الصحف الإلكترونية، والمواقع الإخبارية، والقائمين على صفحات التواصل الاجتماعي؛ للارتقاء بمضمون وشكل الأخبار الإلكترونية، والوصول لأعلى معدلات تشاركتها، وتفاعل الجمهور معها.

أهداف الدراسة:

- 1- التعرف على مدى متابعة الشباب - عينة الدراسة - للأخبار الإلكترونية.
- 2- رصد دوافع تشارك الشباب للأخبار الإلكترونية عبر التطبيقات والمواقع الإلكترونية المختلفة.
- 3- الوقوف على أساليب التشارك للأخبار الإلكترونية لدى الشباب عينة الدراسة .
- 4- التعرف على نوع الأخبار التي يفضل الشباب تشاركتها عبر التطبيقات والمواقع الإلكترونية المختلفة.
- 5- إلقاء الضوء على العوامل المؤثرة في تشارك الشباب - عينة الدراسة - للأخبار الإلكترونية عبر التطبيقات والمواقع الإلكترونية المختلفة.
- 6- معرفة الفروق بين الشباب - عينة الدراسة - وفقاً للعوامل الديموجرافية في التشارك للأخبار الإلكترونية.
- 7- إلقاء الضوء على تشارك الأخبار الإلكترونية عبر المجتمع الافتراضي من خلال نظرية المجتمع الشبكي Network Society.
- 8- الخروج بمجموعة من المقترحات التي تفيد القائمين بالاتصال في الصحف والمواقع الإخبارية لتحقيق نسبة عالية من متابعة وتشارك الأخبار الإلكترونية.

التساؤلات والفروض:

أولاً التساؤلات:

- 1- ما أكثر التطبيقات والمواقع الإلكترونية التي يستخدمها الشباب عينة الدراسة؟
- 2- ما الوسائل التي يفضلها الشباب - عينة الدراسة - في التشارك للأخبار الإلكترونية؟
- 3- ما أكثر الصحف والمواقع الإخبارية التي يتشارك الشباب - عينة الدراسة - أخبارها الإلكترونية؟
- 4- ما طبيعة الأخبار التي يفضل الشباب تشاركتها عبر تطبيقات ومواقع الإنترنت؟
- 5- ما أساليب التشارك للأخبار الإلكترونية مع الأصدقاء عبر التطبيقات والمواقع الإلكترونية؟
- 6- ما نوع الأخبار التي يتشاركها الشباب عبر تطبيقات ومواقع الإنترنت؟

7- ما دوافع تشارك الشباب عينة الدراسة - للأخبار الإلكترونية عبر التطبيقات والمواقع الإلكترونية؟

8- ما العوامل التي تزيد من تشارك المبحوثين للأخبار الإلكترونية عبر التطبيقات والمواقع الإلكترونية؟

ثانيًا الفروض:

1- توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للعوامل الديموجرافية للمبحوثين (النوع والسن والتعليم والمستوى الاقتصادي والاجتماعي) في متوسطات درجات كل من:

- مدى متابعة الأخبار الإلكترونية.
- كثافة تشاركتهم للأخبار الإلكترونية.
- التنوع في عناصر الخبر.
- الاتجاه نحو تشارك الأخبار الإلكترونية.
- دوافع التشارك للأخبار الإلكترونية (الدوافع المعرفية، والدوافع الاجتماعية، ودوافع تحقيق الذات، ودوافع التسلية).

2- توجد علاقة دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للعوامل الديموجرافية للمبحوثين (النوع والسن والتعليم والمستوى الاقتصادي والاجتماعي) والتحقق من مصداقية وصحة الأخبار الإلكترونية قبل تشاركتها.

3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة تشارك المبحوثين - عينة الدراسة - للأخبار الإلكترونية ودوافع تشاركتهم للأخبار الإلكترونية - الدوافع المعرفية والاجتماعية وتحقيق الذات والتسلية -.

4- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى متابعة المبحوثين - عينة الدراسة - الأخبار الإلكترونية وكثافة تشاركتها عبر تطبيقات ومواقع الإنترنت.

5- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع الأخبار الإلكترونية وكثافة تشارك المبحوثين - عينة الدراسة - للأخبار الإلكترونية.

الإجراءات المنهجية:

1- نوع الدراسة: تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهتم بوصف العوامل المؤثرة في تشارك الشباب للأخبار الإلكترونية.

2- منهج الدراسة: استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي لرصد دوافع تشارك الشباب للأخبار الإلكترونية عبر تطبيقات ومواقع الإنترنت وعناصر بناء المجتمع الشبكي .

3- أدوات الدراسة: تعتمد هذه الدراسة على أداة الاستبيان بالمقابلة على عينة من الشباب الجامعي ممن يتصفحون الصحف الإلكترونية عبر تطبيقات ومواقع الإنترنت لضمان فهم المصطلحات التي تحتويها الاستمارة.

4- مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي باعتبار أن الشباب أكثر فئة استخدامًا للإنترنت عبر تطبيقات ومواقع الإنترنت.

5- عينة الدراسة: تعتمد الدراسة الحالية على عينة عمدية تتمثل في الشباب الجامعي من مستخدمي الإنترنت، وممن لديهم حساب عبر تطبيقات مواقع الإنترنت، وعلى استعداد للتعاون مع الباحثة لملء الاستمارة؛ حتى يسهل تحقيق أهداف الدراسة، وكانت العينة قوامها 400 مفردة ممن يسكنون القاهرة الكبرى، أما عن العينة الزمنية لتطبيق هذه الدراسة فكانت في الفترة ما بين 2017/5/14 وحتى 2017/6/4.

6- التعريفات الإجرائية:

• **تشارك الأخبار الإلكترونية:** هو نوع من أنواع تفاعل المستخدم مع الأخبار الإلكترونية عندما يقوم بالضغط على زر أو علامة التشارك التي يتيحها التطبيق أو الموقع الإلكتروني.

• **الأخبار الإلكترونية:** هي الأخبار التي يقرأها المستخدم إلكترونياً عن طريق وسائل حديثة متصلة بالإنترنت.

السمات الديموجرافية للمبحوثين:

جدول (1)

الخصائص الديموجرافية للمبحوثين — عينة الدراسة —

النوع	السمات الديموجرافية	ك	%
النوع	ذكور	179	44.8%
	إناث	221	55.3%
	الإجمالي	400	100%
السن	من 18 إلى 24	236	59%
	من 25 إلى 34	97	24.3%
	من 35 إلى 40	67	16.8%
	الإجمالي	400	100%
المستوى التعليمي	متوسط	21	5.3%
	فوق المتوسط	24	6%
	جامعي	316	79%
	دراسات عليا	39	9.8%
	الإجمالي	400	100%
المستوى الاجتماعي الاقتصادي	مرتفع	44	11%
	متوسط	180	45%
	منخفض	176	44%
	الإجمالي	400	100%

إجراءات الصدق والثبات:

تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين* للاستفادة من آرائهم وتوجيهاتهم الخاصة بأسئلة الاستمارة، كما تم عمل Pre Test على مجموعة من الشباب لضمان سهولة فهم أسئلة الاستمارة وتعديلها للوصول لأهداف الدراسة.

بالنسبة للثبات: قامت الباحثة بإعادة التطبيق على نسبة 5% من العينة بعد أسبوعين من التطبيق للتأكد من ثبات الاستمارة وصلاحتها، وبالفعل ثبت ذلك؛ لأن معامل الارتباط بين التطبيق الأول والثاني قيمته (80%) ، وبذلك تحقق الثبات .

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم ترميز البيانات وإدخالها الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها، واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS " Statistical Package for the Social Science

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل البيانات:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- اختبار كا² (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2. واعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30 ومتوسطة إذا تراوحت بين 0.30 – 0.70 وقوية إذا زادت عن 0.70
- معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من نوع الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)، وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30، ومتوسطة إذا تراوحت بين 0.30 – 0.70 وقوية إذا زادت عن 0.70.
- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصارًا باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).

▪ الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف اختصارًا باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.

الإطار النظري:

أولاً: نظرية الاستخدامات والإشباع: Uses and Gratifications Theory

تعتبر نظرية الاستخدامات والإشباع واحدة من أهم نظريات التأثير في بحوث الإعلام، وتقوم هذه النظرية على استخدامات الفرد، واختياره للتعرض للوسيلة، فمن الممكن أن يستخدم أفراد آخرون نفس الوسيلة وإنما لأغراض أخرى. ويجدر بالذكر أن الاستخدامات والإشباع هي الدوافع وراء سبب اختيار الفرد لوسيلة الإعلام والإشباع المتحققة من وراء ذلك الاختيار، وتعد الدوافع جزءاً أساسياً وراء أنشطة الجمهور وميولهم، والتي عرفها واضعو النظرية على أنها الاستخدامات والإشباع التي تؤثر في سلوك الفرد.

هذه النظرية من الممكن أن تطبق على مختلف وسائل الإعلام ومحتواها الذي تقدمه، سواء كانت وسائل الإعلام التقليدية أو الناشئة أو ما يسمى وسائل الإعلام الجديد؛ مثل الإنترنت والتليفونات المحمولة، وتظهر قوة الإنترنت عندما تكون هناك استخدامات وإشباع للأفراد، وعندما يتفاعل الجمهور مع تلك الوسيلة، ولذا تتحقق صحة النظرية عندما تتحقق فاعلية الوسيلة الإعلامية، فعلى سبيل المثال مستخدمو الإنترنت هم أفراد فعالون، وهو ما توصل إليه أحد الباحثين عند إجراء دراسة على الطلاب للكشف عن دوافع استخدام الفيس بوك، وتوصل إلى أن بناء الصداقات ودعم العلاقات مع الأصدقاء تأتي في المرتبة الأولى لاستخدام هذا الموقع (10).

ووفقاً لنظرية الاستخدامات والإشباع يختار الأفراد قنوات الاتصال حسب احتياجاتهم للمعلومات أو التوجيه الذاتي، والعلاقات الشخصية، والتسلية، والإشباع المرتبطة بالخبرات. وكل هذه الدوافع ترتبط بالتعرض لوسائل الإعلام والآثار المترتبة عليها. وعلى سبيل المثال الأفراد الذين يطلبون الأخبار يميلون لتلك التي جذبت انتباه الآخرين، والأخبار التي يتعلمون منها مقارنة بغيرها من الأخبار (11).

يستخدم هذا المدخل ك محاولة للتعرف على التحليل النفسي ودوافع الجمهور واحتياجاتهم الاجتماعية لاختيار وسائل معينة، ولا تعتمد هذه النظرية على سؤال: ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ ولكن: ماذا يفعل الجمهور مع وسائل الإعلام؟ وتحاول هذه النظرية أيضاً الوقوف على الاحتياجات أو ما يناله الجمهور من الوسائل التكنولوجية المختلفة (12). ويجدر بالذكر أن الدراسات السابقة التي استخدمت نظرية الاستخدامات والإشباع ركزت على دوافع طلب المعلومات والتفاعل الاجتماعي والتسلية، ولم يتطرق الكثير منها إلى تشارك الأخبار، وهو ما يؤكد أهمية الدراسة الحالية.

ثانياً: نظرية المجتمع الشبكي : **Network Society**

المجتمع الشبكي هو نوع من الأنظمة المعقدة للأفكار والمعتقدات يتم من خلاله تبادل المعلومات المتاحة لخلق معرفة جديدة، وبناءً على ذلك من الضروري أن يندمج الفرد في هذا النظام الشبكي⁽¹³⁾. ويُعرّف المجتمع الشبكي، أو ما يُطلق عليه شبكة الترابط الاجتماعي: بأنه واحدة أو أكثر من الجهات الفعالة التي ترتبط بعلاقة ما فيما بينها، وقد تكون الجهات الفعالة أفراداً أو جماعة أو منظماتٍ، ويجمعها علاقة أو أكثر، مثل طلب النصيحة، أو إنجاز الأعمال معاً، أو التعاون مع بعضها البعض. ويعتمد نموذج المجتمع الشبكي على بناء علاقات بين الجهات المتفاعلة، وضرورة وجود سلوك تفاعلي من تلك الجهات، وإدراك هذا السلوك وعواقبه المختلفة بين الأفراد أو الوحدات المتفاعلة في النظام الشبكي.

والجدير بالذكر أن مفهوم المجتمع الشبكي ليس بجديد، وقد تم تحديثه في اتجاهات مختلفة، وأكد الباحثون على ضرورة تطويره، والأخذ في الاعتبار الإدراك الحسي، وفهم المعلومات المتداولة بينهم وتكنولوجيا الاتصال المستخدمة. وبذلك ناقش الباحثون ثلاثة عوامل لا بد أن تشملها نظرية المجتمع الشبكي، وهي :

1- **مستوى الاتصال الشبكي / Network Level** : فقد أكد (Bavelas) عام 1950 على أهمية البناء الشبكي للاتصال الجماعي، وتأثير تدفق الاتصال وفاعليته.

2- **مستوى الفاعلية / Actor Level** : يُقصد بها موقع الجهات المتفاعلة مع بعضها البعض خلال المجتمع الشبكي، والتي تعتمد على فكرة المركزية وعدد العلاقات التي تربط بين الجهات المتفاعلة، ومدى قرب الجهات المتفاعلة من بعضها وقدرتها على التحكم في عملية الاتصال.

3- **مستوى الارتباط / Tie Level** : يقصد بها قوة أو ضعف العلاقة، خاصة أن انسياب المعلومات في شبكة مترابطة ينتج عنه معرفة كل الأطراف المترابطة لهذه المعلومات، وهو ما يتسبب في ضعف العلاقة، ولا بد من وجود ابتكار وأفكار جديدة لتحويل تلك العلاقات الضعيفة إلى علاقات قوية، وهو ما يتطلب فهماً أساسياً للمعلومات المنقولة، وابتكار وحل المشكلات المعقدة⁽¹⁴⁾.

ويجدر بالذكر أن النظام الشبكي وثيق الصلة بالتعليم؛ لأنه من الضروري استخدام تكنولوجيا المعلومات، وأن تتوافر لدى الأطراف المتفاعلة في النظام الشبكي الثقافة الإعلامية؛ من أجل الإنتاج التكنولوجي. وقد أفرزت النهضة التكنولوجية مفاهيم جديدة للشبكات، ومنها: التكنولوجيا المحمولة، والاتصال التفاعلي، والتعاون الاجتماعي.

ومن المعلوم أن المعلومات وتداولها جزء لا يتجزأ من النشاط البشري، وتوافر المعرفة والمعلومات ضروري لخلق المجتمع الشبكي. والمفتاح الأساسي لقدرة الجمهور على إدارة تلك المعلومات وتوصيلها لتحقيق الاستفادة الاجتماعية

والاقتصادية القسوى هو التعليم، واستبدال الحفظ بالقدرة على تحديد وتحليل وتطبيق المعرفة المتاحة، والتي تؤدي إلى تطوير الكفاءات(15).

وقد تم تعديل نموذج المجتمع الشبكي لوجود متغيرات وعناصر تشكل طبيعة هذا المجتمع؛ كعملية الإنتاج والثقافة والخبرة وقوة العلاقات بين الأطراف المتفاعلة، فقد أدى انتشار تكنولوجيا المعلومات إلى دعم التوسع الشبكي، فقد أصبح الحضور أو الغياب في البناء الشبكي، وديناميكية الأطراف في الشبكة كلها عناصر مؤثرة في التوسع الشبكي، وتغيير مجتمعنا؛ وقد تغير شكل مجتمعنا بشكل قوي نتيجة هذا التواصل الشبكي(16).

المجتمع الشبكي : البناء الاجتماعي في عصر المعلومات :

نشهد اليوم ظهور علامات تحول في مجالات عديدة في المجتمع، ومن الصعب الوقوف على التغيرات والتحولات المجتمعية، ولكن يمكن إلقاء الضوء على تأثيراتها والإنجازات المتحققة في المجتمع. وقد تناول Webster عام 1995 هذا التحول من خلال نظريات متعددة في مجال المجتمع المعلوماتي، وركز على دور المعلومات في الثقافة والمجتمع والاقتصاد، وكانت بداية تحليل الدور الإعلامي في المجتمع الشبكي من خلال مفهوم المعلومات ترجع لدانيال بيل Daniel Bell عام 2000، ولكن كان لمانويل كاستيلز Manuel Castells رؤية مختلفة لعصر المعلومات في الفترة ما بين 1996 إلى 2004، فقد قام كاستيلز بإعادة استخدام هذا المفهوم بالمعنى الأشمل للكلمة – مجتمع المعلومات – عام 2003 ، فقد لخص كاستيلز هذا المفهوم في عبارة: "المحتوى هو أساس الاتصال بكافة أشكاله"، وعلى الرغم من ضعف صلة هذا المفهوم بوسائل الإعلام كإحدى العناصر المؤثرة في اقتصاد المجتمع، إلا أن مصطلح المعلومات يشير إلى حقائق مثبتة في العالم الحقيقي، وتفسيره لذلك بالتطبيق على شبكة الإنترنت والدور الذي تقوم به المعلومات المتداولة في تيسير عملية الاتصال لاقى قبولاً في الواقع؛ لأن المعلومات تحدُّ من شك المتلقي في عملية الاتصال(17).

وأكد كاستيلز أن المجتمع الحديث يتكون من مجموعة من الشبكات؛ فعلى سبيل المثال: أسواق المال العالمية تقوم على شبكات إلكترونية يتم من خلالها عقد بروتوكولات مالية في التوقيت المحدد، وشبكة الإنترنت هي شبكة حاسبات آلية، ومن خلال الاتصال بها يقوم النص التشعبي Hypertext بالربط بين وسائل الإعلام المختلفة على المستوى المحلي أو الدولي، وهو ما نتج عنه شبكات عديدة من الاتصال وإستديوهات إنتاج، وغرف للأخبار، وأنظمة ترميز للمعلومات، ووحدات إرسال واستقبال للهاتف المحمول، وزيادة التفاعل بين المرسلين والمستقبلين، فمشروع الشبكة كواحدة من أشكال منظمات الأعمال يتكون من شبكات تضم الشركات أو فروعها أو منظمات معينة، وللتحكم في الاتصال بين هذه الوحدات لا بد أن يكون الاتصال منظمًا لتحقيق أغراض محددة، ويتم ذلك عن طريق شبكات المعلومات

وتحقيق مزيد من الحركة الديناميكية الاجتماعية، والتي تتحقق من خلال الاتصال بالإنترنت على المستوى المحلي والدولي.

وللشبكات مزايا وعيوب في آن واحد، وتتلخص مزاياها في المرونة، والتكيف، وتوافر الخصائص الأساسية لإدارة المهام في هذا العالم المتغير، وهي مهمة في التفاعل الشخصي، والتضامن والدعم المتبادل بين الأطراف المتفاعلة. أما عن عيوبها فتتحدد في عجزها عن إدارة الأمور المعقدة، وإن كان يمكن التغلب على ذلك من خلال تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، والتي أتاحت تنسيق الأهداف بغرض تحقيقها، وصنع القرار لتنفيذ المهام المطلوبة. (18) وقد أشار مانويل كاستيلز أيضاً في نظرية المجتمع الشبكي إلى مفهوم الاتصال الذاتي الجماهيري كأحد المفاهيم الإعلامية الجديدة التي تصف عمليات الاتصال بين الجهات المتفاعلة.

الاتصال الذاتي الجماهيري :

لقد أصبح الاتصال اللاسلكي صيغة مهيمنة للاتصال في العصر الحالي، فقد توسعت القدرة على نقل المعلومات في شبكات من خلال تكنولوجيا الاتصال، ولكن الإمكانيات التكنولوجية لوجود شبكة لاسلكية تغطي العالم يزيد من احتمال الاتصال متعدد الطرز لأي نوع من البيانات والمعلومات، وبأي صيغة، ومن أي فرد، وإلى أي فرد آخر، وهو ما يحتم إنشاء بنية تحتية ملائمة لتحقيق التقارب التكنولوجي.

فالإنترنت والشبكة العنكبوتية والاتصالات اللاسلكية ليست وسائل إعلام بالمعنى التقليدي، بل هي وسائل اتصال تفاعلية، فالإنترنت تُستخدم في نشر وتبادل الوثائق والمعلومات، سواء كانت نصوصاً أو فيديو هات أو ملفات صوت، ومعنى ذلك تحويلها إلى صيغة رقمية، فنحن لا نشاهد الإنترنت كما نشاهد التلفزيون، ولكن الإنترنت جزء من النسيج الاتصالي لحياتنا في العمل، وفي الاتصال الشخصي، وإقامة شبكات اجتماعية، ومن أجل الترفيه والخدمات العامة، وغيرها من الأغراض، وتساعد أيضاً على الوصول إلى وسائل إعلام جماهيرية تقليدية؛ كالصحف والراديو والتلفزيون.

وقد شهدت الصحافة المطبوعة ظاهرة عالمية، وهي قراءتها من خلال الإنترنت، رغم بقائها كوسيلة جماهيرية، وأحدثت الإنترنت والتكنولوجيا الرقمية تحولات كبيرة في العمل الصحفي، منها: ارتباطها شبكياً مع وكالات الأنباء، وارتباط الصحف مع بعضها البعض داخلياً، فقد أثر جمع الأخبار من شبكة الإنترنت، والتدوين التفاعلي، وتغذية RSS في العمل الصحفي تأثيراً شديداً، وأصبحت الصحف تتعامل بصيغ اتصال مختلفة مع الجمهور، وهو ما يسمى "الاتصال الذاتي الجماهيري" كما أشار إليه عالم الاجتماع كاستيلز.

وأدى انتشار وسائل الإعلام الرقمية وانتشار الإنترنت إلى تطور الشبكات الأفقية للاتصال التفاعلي؛ حيث طوّع المستخدمون لأنفسهم صيغاً جديدة من

الاتصال، فهم يبنون أنظمتهم الخاصة بالاتصال الجماهيري من خلال الهواتف المحمولة والمدونات والفيديوهات وغيرها، وأمكن بذلك نشر ومزج وإعادة صياغة أي محتوى رقمي.

ويؤكد الاهتمام المتنامي لمؤسسات الإعلام المختلفة بالصيغ القائمة على الإنترنت أهمية صعود صيغ جديدة للاتصال من الاتصال الجماهيري، فهو اتصال جماهيري لأنه يصل إلى الجمهور، ويحتمل أن يكون عالمياً من خلال الاتصال بالإنترنت، وفي نفس الوقت المحتوى منتجٌ ذاتياً، وبثه موجّه ذاتياً، واستقباله يتم اختياره ذاتياً، وهذا المجال الاتصالي جديد، عموده الفقري الاتصال بالإنترنت، وتمتلك تلك الوسائل الجديدة القدرة الكامنة التي تتيح التنوع والحرية في إنتاج معظم التدفقات الاتصالية للتأثير في عقول الجماهير. (4)

مدى ملاءمة نظريتي الاستخدامات والإشباع، و المجتمع الشبكي Network society للدراسة الحالية:

بعد استعراض نظريتي الاستخدامات والإشباع، ونظرية المجتمع الشبكي، يتضح أنهما ملائمتان للدراسة الحالية لعدة أسباب، تتمثل في:

• تساعد نظرية الاستخدامات والإشباع على رصد دوافع تشارك الشباب للأخبار الإلكترونية عبر التطبيقات والمواقع المختلفة، أما نظرية المجتمع الشبكي فتعرف على مدى توافر العلاقات الإجتماعية في النظام الشبكي الذي يتحقق من خلال الوسائل الجديدة وعلاقتها بتشارك الشباب للأخبار الإلكترونية؛ وبذلك تحقيق أهداف الدراسة.

• نظراً لأهمية تشارك الشباب للأخبار الإلكترونية عبر المواقع والتطبيقات الإلكترونية المختلفة، وأهمية دراسة الدوافع وراء ذلك التشارك كأحد حراس البوابة — حيث يتم تداول الأخبار وتدققها بين المستخدمين — تعد نظرية الاستخدامات والإشباع مدخلاً نظرياً ملائماً لدراسة دوافع الشباب المعرفية والاجتماعية وتحقيق الذات والتسلية.

ولأن ما توفره الوسائل التكنولوجية الجديدة بتطبيقاتها الإلكترونية من إمكانيات تساعد على الترابط الشبكي، وعلاقات ناشئة بين الأفراد في المجتمع تعد نظرية المجتمع الشبكي النظرية المثلى في هذه الدراسة .

• تزايدت أهمية تطبيق النظريتين في الدراسة الحالية كون أن الشباب أكثر قدرة على تحديد ما يتم تشاركه للأخبار الإلكترونية عبر التطبيقات والمواقع الإلكترونية والتحكم في إدارتهم للمحتوى الإلكتروني .

الإطار المعرفي:

دوافع تشارك الأخبار الإلكترونية:

يجدر بالذكر أن نمط استهلاك الأخبار تغير بشكل حاد وصارم؛ ففي العقدين الأخيرين زاد احتمال قراءة أخبار متخصصة، وأصبحت العامل الأقوى لكون القارئ دائم المتابعة للأخبار التي تظهر لديه، ولم يصبح المحررون للأخبار حراس بوابة يحددون نوع الأخبار التي يتعرض لها القراء؛ لوجود مرحلة أخرى لتتقية الأخبار وهي المواطنون الذين يتشاركون الأخبار من خلال الوصلات الإخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو غيرها، وقد يكون لهم القرار بعدم تشاركها، ومن أهم العوامل التي تؤثر في ذلك هو نوعية الأخبار نفسها؛ أخبار سارة أو غير سارة⁽¹⁹⁾.

ومن أهم دوافع التعرض للأخبار: الحصول على المعلومات والأخبار؛ خاصة الأخبار التي تدخل ضمن اهتمامات المستخدمين، وبذلك تبقى في الذاكرة، وعلى الرغم من أن السبب الرئيس لاستخدام الجمهور الأمريكي لمواقع التواصل الاجتماعي هو التواصل مع العائلة والأصدقاء، إلا أن نسبة كبيرة منهم اتفقت على أنها تشبع احتياجاتهم المعرفية، واتفقت معظم الدراسات الحديثة على أن دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي طلب المعلومات، وخاصة مع زيادة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ومتتبعي حسابات الصحفيين والحصول على الأخبار منهم بشكل مباشر.

ولأن طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي توفر خدمات للتشارك مع مستخدمين آخرين، فإنهم بذلك يتعرضون لمحتوى الأخبار بالصحف عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والمستخدمون الأكثر فاعلية هم الذين يبحثون عن الأخبار ويتشاركونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة⁽²⁰⁾.

وتختلف هذه الدوافع باختلاف الثقافات، والوسيط الاتصالي، والقيم السائدة في المجتمع، والشفرات الثقافية بين الأفراد. وحددت دراسة Aida Shekh and others⁽²¹⁾ خمسة دوافع أساسية لتشارك الأفراد للأخبار والمعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهي:

طلب المعرفة: Seek Information

تشمل الأخبار والمعلومات عن الأحداث الجارية، ويشترط هنا توافر عنصر الحالية، سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي. وطلب المعرفة يشمل أيضاً البحث عن نصيحة أو آراء حتى يمكن للفرد اتخاذ قرار معين. هذا بالإضافة إلى الاهتمام العام والفضول والتعلم الذاتي الذي يشعر الفرد من خلاله بالأمان، كما تؤكد بعض الدراسات أن الأفراد يتعرضون للأخبار والمعلومات أثناء بحثهم عن التسلية، وقد يكون السبب في ذلك هو بقاء الاتصال بالعالم الأكبر من حولهم أو ليكون الفرد إيجابياً فيما يتعلق بالمشاركة الاجتماعية.

طلب التسلية والترفيه: Seek entertainment

التسلية عادة تمثل أسلوباً للهروب والاسترخاء وملء وقت الفراغ لدى الفرد، وقد تشمل التسلية البحث في الصفحات الشخصية للآخرين، والإيمان بتواجد التسلية يرتبط ارتباطاً قوياً بقوة الاستعمال.

التفاعل الاجتماعي: Social interaction

إن التفاعل والاندماج في المجتمع يشمل اكتساب رؤية واضحة لأحوال الآخرين، واكتساب الشعور بالانتماء، والتعاطف الاجتماعي، والبحث عن علاقات اجتماعية، ووضع محاور للمناقشات، وإيجاد بديل للصدقات الواقعية، وتنفيذ الأدوار الاجتماعية، والتواصل مع أفراد العائلة والأصدقاء والمجتمع، وكلها أمور تتعلق بالتفاعل الاجتماعي، وأكد الخبراء أن التغيير السريع الحادث في كل من التطور التكنولوجي وميول المستخدمين أنفسهم يؤثر في التفاعل الاجتماعي للأفراد.

الهوية الذاتية أو الشخصية: Personal Identity

تشمل الهوية الذاتية تعزيز القيم الشخصية، وإيجاد قدوة للسلوك، والتعرف على القيم الأخرى السائدة، ومن أهم دوافع استخدام الفرد لمواقع التواصل الاجتماعي: الترويج لهو أهميته في المجتمع، والتواصل مع الأفراد يقوي الإحساس بالمشاركة الاجتماعية وتحقيق الهوية الاجتماعية، وهذا يطور من احتياجات الفرد الاجتماعية.

الإفصاح الذاتي: Self-Disclosure

تم استخدام هذا المصطلح عام 1959 بواسطة Jourard، ويقصد به أن مزيد من الإفصاح الذاتي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالعلاقات الاجتماعية المقربة، ويساعد ذلك على رؤية الشخص على أنه إنسان فريد من نوعه، وغالباً ما تكون أخبار خاصة، وليس كلها سلبية، وترى الباحثة أنه لا يمكن فصل دافع الإفصاح الذاتي عن الهوية الذاتية؛ لأن الإفصاح الذاتي جزء من تحقيق الهوية الاجتماعية.

وقد أكدت إحدى الدراسات أن تفضيلات المستخدمين لتشارك الأخبار تتوقف على العوامل الديموجرافية، والتي تلعب دوراً في اختيار أسلوب التشارك (تشارك عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو كتابة التعليقات)، هذا بالإضافة إلى الاهتمام بمحتوى الأخبار نفسها، أو دخولها في إطار اهتمامات المستخدم المتشارك لها، وقد أشارت أيضاً إلى أن الأخبار التي يتم تشاركها عبر موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك تكون من أجل التسلية والمتعة، على عكس تلك التي يتم تشاركها عبر تويتر والتي تتسم بالجدية ومتابعة الأحداث الجارية. وللمستخدم دوافع لتشارك الأخبار، منها كتابة التعليقات على الأحداث الجارية التي تؤثر في المجتمع المحلي أو الموضوعات السياسية والاجتماعية. ويلجأ العديد من المستخدمين لتويتر إلى استخدام حسابات لشخصيات مجهولة أثناء عملية التشارك.

ومن الممكن أن يتشارك المستخدمون الأخبار ويتفاعلون معها من خلال كتابة التعليقات، ويجدر بالذكر أن الذكور يكتبون التعليقات على الأخبار أكثر من الإناث، والأفراد الذين يكتبون التعليقات يكونون على قدر عالٍ من التعليم والمعرفة التكنولوجية، وأكبر سنًا مقارنة بغيرهم من الشباب الصغار من 18 إلى 29 عامًا، ولا يمكن أن نغفل عن الأطر الإخبارية للأخبار التي يتم التفاعل معها، أو تشاركتها. ويعتبر هذا العامل له دور رئيسي في الأخبار التي ينتجها المستخدمون⁽²²⁾.

علاقة وسائل التواصل الاجتماعي باستهلاك الأخبار:

أصبح الجمهور على وعي بكل ما يدور في العالم على الرغم من التغيير السريع الذي يحدث به، ومواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير في أسلوب استهلاك الأخبار، والتعرض لها، وتشاركتها بين الأفراد، مع وصف مميز وبارز لها، وهو ما يسمح بتدفق الأخبار بين المشاركين، وهذا الأمر مهم لكل من المستخدمين الذين يتعرضون للأخبار المتشاركة، والمستخدمين المسؤولين عن تشارك الأخبار نفسها.

وأجمعت الدراسات السابقة في هذا المجال على أن التشارك للأخبار له تأثير مهم في الحياة المدنية والاجتماعية والاهتمامات السياسية، كما أنه يزيد من وعي الجمهور بشكل أساسي بالأحداث الجارية رغم التعرض لها بالصدفة في بعض الأحيان، وقد يؤدي إلى إثارة اهتمام الجمهور ببعض القضايا والموضوعات التي لم تقع في دائرة اهتماماتهم من قبل.

وبعض الدراسات أيضًا أشارت إلى أن المستخدمين الذين يتشاركون الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي يميلون إلى أن يكونوا قادة رأي، خاصة إذا كان لديهم الكثير من المتابعين⁽²³⁾.

وتشير الإحصاءات إلى زيادة عدد مستخدمي الإنترنت حول العالم بشكل عام، واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص، سواء كان المستخدمون أفرادًا طبيعيين أو شركات، وقد تحدد سبعة وظائف أساسية لاستخدامها؛ وتشمل: تحقيق الهوية الذاتية، والدخول في المناقشات، وإقامة صداقات، وتشارك الأخبار، والحضور، وتحقيق الشهرة، وتركز مواقع التواصل الاجتماعي على كل أو بعض هذه الوظائف.

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبالأخص تويتر، مصدرًا غنيًا للبيانات والمعلومات، فيستخدمه البعض في الكشف عن حقيقة القضايا والموضوعات وواقعيتها ونشر المعلومات عنها⁽²⁴⁾.

ويجدر بالذكر أن الأخبار الإلكترونية التي يستقبلها أو يرسلها المستخدمون عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل تويتر، والمدونات، والفيس بوك، ويوتيوب، ومحركات البحث المختلفة، تلك الأدوات حولت الجمهور من مستقبلي الأخبار إلى منتجي الأخبار، وتسمح مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدمين بشكل سهل وسريع القيام بالردشة مع مجموعات أكبر من الجمهور، وجذب الانتباه لقضايا وموضوعات

قد لا تستطيع الوسائل التقليدية التطرق إليها، وتسمح بالتعبير عن أنفسهم وعما يدور في أذهانهم واهتماماتهم.

وقد أكد الخبراء أن مواقع التواصل الاجتماعي قد أنتجت أنواعًا مختلفة من المعرفة المنظمة بالاعتماد على مجموعات كبيرة ومتنوعة من الجمهور يتواصلون إلكترونياً، كما يسمح لهم بتشارك تلك المعرفة، وجمع الخبرات الذاتية، والتعبير عنها، كما أكدت الدراسات أن الجمهور يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بكل وسائلها الحديثة لتنقيح وتقييم الأخبار والرد عليها، وأن 28% من مستخدمي الإنترنت يجعلونها صفحة أساسية لهم للحصول على الأخبار في النواحي المفضلة لديهم؛ لأنها تتيح تلخيص أهم الأخبار من على مواقع الصحف الإلكترونية.

وقد أكد المستخدمون أنهم يحصلون على أخبار إلكترونية من صفحات المؤسسات والصحفيين أنفسهم، وهو ما يجعل للمستخدمين خيارات متعددة للحصول على الأخبار، سواء من الأصدقاء أو الصحفيين أو المنظمات التي يتابعون صفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي⁽²⁵⁾.

ويجدر بالذكر أن هناك فرقاً واضحاً بين استخدام الإنترنت بشكل عام، ومواقع التواصل الاجتماعي؛ لأن بعض المستخدمين لديهم مشاركة تفاعلية، بينما البعض الآخر لا يتشارك، وأكد مركز بيو للأبحاث أن أقل من نصف مستخدمي الفيس بوك الذين يتعرضون للأخبار الإلكترونية يقومون أيضاً بتشاركتها عبر صفحاتهم الشخصية، وأقل من ثلث قراء الأخبار على الفيس بوك يتناقش الأخبار على الموقع. وقد أشار كل من Vanden Hooff and Van Weenen إلى أن هناك فرقاً بين مفهوم اكتساب المعلومات وتشارك المعلومات عبر الحاسب الآلي كوسيط اتصالي؛ فإكتساب المعلومات أو جمعها أكثر سلبية من تشارك المعلومات والأخبار الذي يتطلب التفاعلية، ودوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي التشارك أكثر من اكتساب المعلومات.

وقد توصلت إحدى الدراسات إلى أن هناك فرقاً بين مشاهدة وتشارك الفيديوهات الإخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فالدوافع وراء المشاهدة هي طلب المعلومات، بينما الدوافع وراء التشارك هي التعبير عن الذات⁽²⁶⁾، فالتعرض للأخبار الإلكترونية يرتبط ارتباطاً كبيراً بتشارك الأخبار، وبناء المعرفة السطحية وليست البنائية، والأخبار التي يتم تشاركتها عبر الإنترنت تحتاج إلى تفسير أكبر من تلك التي يتم التعرض لها دون تشارك، وقد يتم التشارك عبر الصفحة الشخصية للأصدقاء من أجل مشاورتهم ومناقشتهم في المعلومات التي تحتويها الأخبار أكثر من تلك التي يتم الضغط على القارئ من أجل التعرض لها، سواء على المواقع الإخبارية أو صفحات مواقع التواصل الاجتماعي للصحف والمواقع الإخبارية⁽²⁷⁾.

النتائج العامة للدراسة: توصلت الباحثة من خلال الدراسة الميدانية إلى مجموعة من النتائج، منها:

أن عدد المبحوثين الذين يتابعون الأخبار الإلكترونية بشكل دائم 160 مبحوثاً، بنسبة 40%، ويأتي في المرتبة الثانية المبحوثون الذين يتابعونها أحياناً، وعددهم 207 مبحوثين، بنسبة 51.8%، أما المبحوثون الذين نادراً ما يتابعون الأخبار الإلكترونية فعددهم 33 مبحوثاً، بنسبة 8.3%، ويدل ذلك - من وجهة نظر الباحثة - على وعي الشباب بأهمية متابعة الأخبار الإلكترونية وحرصهم على متابعة الأحداث الجارية.

وفيما يلي جدول يوضح التطبيقات والمواقع الإلكترونية التي يستخدمها المبحوثون:

جدول (2)

التطبيقات والمواقع الإلكترونية التي يستخدمها المبحوثون

التطبيقات	أك	%
فيس بوك	372	93%
واتس آب	296	74%
جوجل	225	56.3%
البريد الإلكتروني	86	21.5%
تويتر	70	17.5%
فايبر	50	12.5%
سكايب	32	8%
إنستجرام	25	6.3%
لينكدن	11	2.8%
ماي سبيس	5	1.3%
أخرى تذكر	4	1%
إجمالي	ن = 400	

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر التطبيقات استخداماً بين أفراد عينة الدراسة هو الفيس بوك بنسبة 93%، ويأتي في المرتبة الثانية تطبيق الواتس آب بنسبة 74%، ثم جوجل بنسبة 56.3%، وكان التطبيق الأقل استخداماً هو ماي سبيس بنسبة 1.3%، وتمثل التطبيقات الأخرى إيمو ويوتوب بنسبة 1%.

وتوصلت الدراسة الميدانية أيضاً إلى أن أغلب المبحوثين يتشاركون الأخبار الإلكترونية عبر التطبيقات التي يستخدمونها، فكان عددهم 314 مبحوثاً، بنسبة 78.5%، وعدد المبحوثين غير المتشاركين لها 86 مبحوثاً، بنسبة 21.5%.

أما عن كثافة التشارك فكان العدد الأكبر من الشباب عينة الدراسة يتشاركون الأخبار الإلكترونية أحياناً عبر التطبيقات التي يستخدمونها، وهم 193 مبحوثاً، ونسبتهم 61.5%، ويؤكد ذلك على أن المستخدمين - عينة الدراسة - ينتقون ما يتشاركونه مع الآخرين، فليس كل الأخبار التي يتعرضون لها يتشاركونها، وإنما

يختارون من بينها، وهو ما أكدته نظرية المجتمع الشبكي **Network society** حيث يتم اختيار المحتوى وبثه وإستقباله بشكل ذاتي .

وبالنسبة لعدد الذين يتشاركون الأخبار بشكل دائم فهم 59 مبحوثًا، بنسبة 18.8، وعدد الذين نادراً ما يتشاركونها 62 مبحوثًا، بنسبة 19.7% < أما عن تشارك المبحوثين للأخبار أكثر من مرة في اليوم فيأتي في المرتبة الأولى؛ حيث إن عددهم 164 بنسبة 52.2%، ثم التشارك مرة واحدة في الأسبوع بواقع 88 مبحوثًا، وبنسبة 28%، ويأتي في المرتبة الثالثة التشارك يوميًا مرة واحدة بواقع 53 مبحوثًا، وبنسبة 16.9%، ويأتي التشارك أكثر من مرة في الأسبوع في المرتبة الأخيرة بواقع 9 مبحوثين وبنسبة 2.9%.

وفيما يلي جدول يوضح الصحف والمواقع الإلكترونية الإخبارية التي يتشارك المبحوثون أخبارها:

جدول (3)

الصحف والمواقع الإلكترونية التي يتشارك المبحوثون أخبارها عبر التطبيقات والمواقع المختلفة

مصدر الأخبار	ك	%
اليوم السابع	213	67.8%
المصري اليوم	128	40.8%
الوطن	68	21.7%
الأهرام	61	19.4%
موقع مصر اوي	56	17.8%
الأخبار	50	15.9%
الجمهورية	41	13.1%
شبكة رصد	38	12.1%
موقع أخبارك نت	30	9.6%
شبكة CNN	30	9.6%
موقع الجزيرة نت	27	8.6%
موقع وكالة أنباء الشرق الأوسط	14	4.5%
موقع وكالة الأنباء الفرنسية	14	4.5%
التحرير	14	4.5%
الشرق	13	4.1%
المساء	12	3.8%
موقع وكالة رويترز	12	3.8%
الأسبوع	11	3.5%
أخرى تذكر	11	3.5%
الوفد	7	2.2%
إجمالي	ن = 314*	

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن أعلى صحف ومواقع إلكترونية يقوم المبحوثون بتشارك أخبارها هي اليوم السابع والمصري اليوم والوطن، بنسب

* أصبح إجمالي المبحوثين 314 مبحوثًا بعد أن كان 400 مبحوثًا؛ لأن عدد الذين لا يتشاركون الأخبار 86 مبحوثًا.

67.8%، 40.8%، 21.7% على التوالي، بينما كانت جريدة الوفد هي الأقل في تشارك المبحوثين أخبارها، بنسبة 2.2، والأسبوع 3.5%، وجريدة الموجز وكورة سبورت وCapitano في أخرى تذكر بنسبة 3.5%. ويدل ذلك - من وجهة نظر الباحثة - على أن المبحوثين عينة الدراسة يثقون في أخبار الصحف المستقلة مقارنة بباقي الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية ووكالات الأنباء؛ وبالتالي يتشاركون أخبارها مع الآخرين.

وفيما يلي جدول يوضح نوع الأخبار الإلكترونية التي يتشاركها المبحوثون - عينة الدراسة - مع الآخرين عبر التطبيقات الإلكترونية:

جدول (4)

نوع الأخبار التي يتشاركها المبحوثون - عينة الدراسة - مع الآخرين عبر التطبيقات الإلكترونية

نوع الأخبار	دائمًا		أحيانًا		أبداً		الانحراف المعياري	ن = 314
	ك	%	ك	%	ك	%		
أخبار ثقافية	69	22%	181	57.6%	64	20.4%	0.652	2.02
أخبار رياضية	109	34.7%	110	35%	95	30.3%	0.806	2.04
أخبار سياسية	53	16.9%	143	45.5%	118	37.6%	0.709	1.79
أخبار صحية	84	26.8%	158	50.3%	72	22.9%	0.705	2.04
أخبار اقتصادية	47	15%	152	48.4%	115	36.6%	0.686	1.78
أخبار تكنولوجيا	82	26.1%	139	44.3%	93	29.6%	0.747	1.96
أخبار فنية	99	31.5%	132	42%	83	26.4%	0.761	2.05
أخبار علمية وأكاديمية	50	15.9%	144	45.9%	120	38.2%	0.702	1.78

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر الأخبار التي تم تشاركها من قبل المبحوثين عينة الدراسة كانت الأخبار الفنية والرياضية والصحية بمتوسط 2.05 و2.04، و2.04 علالتوالي، وجاءت الأخبار السياسية والاقتصادية والعلمية والأكاديمية في المرتبة الأخيرة، حيث المتوسط الحسابي لها 1.78، و1.79، و1.79 على التوالي، وتفسر الباحثة ذلك بأن المبحوثين لا يفضلون تشارك الأخبار السياسية حتى لا يعرف الآخرون رأيهم السياسي، ولا يفضلون تشارك الأخبار الاقتصادية والعلمية والأكاديمية بسبب جدية هذه النوعية من الأخبار، وهو ما تؤكدته نظرية المجتمع الشبكي حيث إن المعلومات والمعرفة هي المحتوى الأساسي في عملية الاتصال بين الجهات المتفاعلة، والتي يكون لها القدرة على إدارة هذا المحتوى؛ فيختار المبحوثون أخبار يتشاركونها وأخرى لا يتشاركونها وفقاً لمحتواها.

وفيما يلي جدول يوضح الوسائل التي يستخدمها المبحوثون في تشارك الأخبار الإلكترونية عبر التطبيقات الإلكترونية المختلفة.

جدول (5)

الوسيلة التي يتشارك المبحوثون الأخبار خلالها عبر التطبيقات الإلكترونية والمواقع المختلفة

الوسيلة	ك	%
الهاتف المحمول	260	82.8%
اللاب توب	114	36.3%
الحاسب اللوحي أو التابلت	55	17.5%
الحاسب المنزلي	49	15.6%
إجمالي	ن = 314	

ويتبين من بيانات الجدول السابق أن الهاتف المحمول هو الأكثر استخدامًا من قبل المبحوثين عينة الدراسة في التشارك للأخبار الإلكترونية بواقع 260 مبحوثًا، وبنسبة 82.8%، ثم جاء اللاب توب في المرتبة الثانية بواقع 114 مبحوثًا، وبنسبة 36.3%، ثم التابلت، والحاسب المنزلي في المراتب الأخيرة بواقع 55 و49 مبحوثًا على التوالي، وبنسب 17.5%، و15.6% على التوالي، وتفسر الباحثة ذلك بانتشار الهواتف المحمولة الذكية وصغر حجمها وانخفاض أسعار باقات الإنترنت؛ وبالتالي يزداد التشارك للأخبار عبر الهواتف المحمولة، وقد يكون السبب أيضًا إمكانية تحميل بعض التطبيقات على الهاتف المحمول كتطبيقات الصحف مثلًا وهو ما يساعد على تشارك الأخبار بسهولة.

ويجدر بالذكر أن هذه الأجهزة هي أوعية إلكترونية نتاج التكنولوجيا الحديثة وتكنولوجيا المعلومات ولديها القدرة على الاتصال بالإنترنت لتحقيق الترابط في المجتمع الشبكي وإقامة علاقات بين المبحوثين المتفاعلين لتداول المعلومات، وهو ما أكدته نظرية المجتمع الشبكي.

جدول (6)

الأشخاص الذين يتشارك معهم المبحوثون عينة الدراسة الأخبار

الأشخاص الذين يتم التشارك معهم	ك	%
الأصدقاء	295	93.9%
الأقارب	228	72.6%
أفراد الأسرة	206	65.6%
مع أعضاء جروب أو مجموعة معينة	190	60.5%
تشاركها داخليًا مع صديق معين	184	58.6%
إجمالي	ن = 314	

يتضح من بيانات الجدول السابق أن المبحوثين عينة الدراسة يتشاركون الأخبار الإلكترونية عبر التطبيقات المختلفة مع الأصدقاء في المرتبة الأولى بنسبة 93.9%، ثم مع الأقارب بنسبة 72.6%، وأفراد الأسرة بنسبة 65.6%، وجاء تشاركها داخليًا مع شخص بعينه، ومع أعضاء جروب أو مجموعة معينة في المرتبة

الأخيرة بنسبة 58.6% و60.5% على التوالي، ويتضح أيضًا أن التشارك مع أفراد الأسرة جاء في المرتبة الثالثة بعد الأصدقاء، والأقارب، وهذا مؤشر خطير اجتماعيًا من وجهة نظر الباحثة؛ لابتعاد الشباب عن التواصل الإلكتروني مع أفراد الأسرة مقارنة بالأصدقاء.

وفيما يلي جدول يوضح عناصر الأخبار التي يفضل المبحوثون تشاركها عبر التطبيقات الإلكترونية المختلفة:

جدول (7)

عناصر الأخبار التي يتشاركها المبحوثون مع الآخرين عبر التطبيقات المختلفة

عناصر الأخبار	ك	%
الصور المصاحبة للأخبار	185	58.9%
الفيديوهات	122	38.9%
كل عناصر الخبر	118	37.6%
النص و Hypertext "الروابط التشعبية"	64	20.4%
التسجيلات الصوتية	24	7.6%
إجمالي	ن = 314	

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن الصور المصاحبة للأخبار هي من أكثر العناصر التي يتشاركها المبحوثون عينة الدراسة بنسبة 58.9%، ثم الفيديوهات بنسبة 38.9%، وتفسر الباحثة ذلك بأن الصور والفيديوهات هي الأكثر جذبًا للمبحوثين؛ وبالتالي يتم تشاركها بشكل أكبر من العناصر الأخرى، بينما جاء تشارك كل العناصر التي يحتويها الخبر بنسبة 37.6%، وجاءت التسجيلات الصوتية في المرتبة الأخيرة بنسبة 7.6%، وتفسر الباحثة ذلك بقلة التسجيلات الصوتية التي تصاحب الأخبار الإلكترونية.

أما عن أسلوب تشارك المبحوثين للأخبار الإلكترونية عبر التطبيقات المختلفة، فيوضح الجدول التالي ذلك:

جدول (8)

أسلوب تشارك المبحوثين عينة الدراسة للأخبار الإلكترونية عبر التطبيقات المختلفة

أسلوب التشارك للأخبار	ك	%
تشارك المبحوث للأخبار على صفحته الشخصية	206	65.6%
التشارك مع كتابة التعليقات عليها	138	43.9%
للتشارك مع عمل mention لأحد الأصدقاء	135	43%
أنتشارها مع تسجيل الإعجاب بها	132	42%
أنتشارها بشكل خاص لأشخاص معينة	57	18.2%
تشاركها عبر البريد الإلكتروني	24	7.6%
إرسالها عبر رسائل الهاتف المحمول	16	5.1%
إجمالي	ن = 314	

ويتبين من بيانات الجدول السابق أن أكثر أسلوب يستخدمه المبحوثون في التشارك للأخبار الإلكترونية عبر التطبيقات المختلفة كان تشارك الأخبار على الصفحة الشخصية بنسبة 65.6%، واقتربت نسب أساليب التشارك من خلال كتابة التعليقات عليها أو عمل mention لأحد الأصدقاء، وتسجيل الإعجاب بها حيث كانت 43.9%، و43%، و42% على التوالي، وجاء إرسالها عبر البريد الإلكتروني والهاتف المحمول في المراتب الأخيرة بنسب 7.6%، و5.1% على التوالي.

وتوصلت الدراسة الميدانية أيضاً إلى أن الأخبار التي يتشاركها المبحوثون عينة الدراسة على المستوى المحلي هي الأعلى بواقع 219 مبحوثاً وبنسبة 69.7%، وهذا أمر منطقي لتحقيق القيمة الإخبارية "المحلية أو القرابة" للمبحوثين، بينما المستوى الدولي بواقع 177 مبحوثاً، وبنسبة 56.4% وجاءت الأخبار الإقليمية في المرتبة الأخيرة بواقع 74 وبنسبة 23.6%.

جدول (9)

طبيعة الأخبار الإلكترونية التي يتشاركها المبحوثون عبر التطبيقات المختلفة

طبيعة الأخبار	دائماً		أحياناً		أبداً		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ن=314
	ك	%	ك	%	ك	%			
الأخبار السيئة	34	10.8%	133	42.4%	147	46.8%	1.64	0.670	
الأخبار الجيدة	158	50.3%	131	41.7%	25	8%	2.42	0.636	
الأخبار المثيرة	144	45.9%	104	33.1%	66	21%	2.25	0.780	

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن الأخبار الجيدة هي الأكثر تشاركاً من قبل المبحوثين؛ حيث إن المتوسط الحسابي لها 2.42، وتأتي بعدها الأخبار المثيرة بمتوسط حسابي لها 2.25، وجاء تشارك الأخبار الإلكترونية السيئة في المرتبة الأخيرة، ويدل ذلك على وعي المبحوثين بنوعية الأخبار التي يتشاركونها.

وتبين أيضاً أن أغلب المبحوثين يتحققون من صحة ومصداقية الأخبار الإلكترونية قبل تشاركها عبر التطبيقات المختلفة بواقع 268 مبحوثاً، وبنسبة 85.4%، بينما الذين لم يتحققوا من صحة ومصداقية الأخبار الإلكترونية كان عددهم 46 مبحوثاً، ونسبتهم 14.6%. ويدل ذلك على حرص أغلب المبحوثين على عدم تشارك الشائعات أو الأخبار المغلوطة.

وفيما يلي جدول يوضح أسلوب تحقق المبحوثين من مصداقية وصحة الأخبار قبل تشاركتها:

جدول (10)

أسلوب التحقق من مصداقية وصحة الأخبار التي يتشاركها المبحوثون عبر التطبيقات المختلفة

أسلوب التحقق من صحة ومصداقية الأخبار الإلكترونية التي يتم تشاركتها	ك	%
البحث جيدا على مواقع الإنترنت ووسائل الإعلام قبل التشارك	142	53%
قراءة التعليقات على الأخبار قبل تشاركتها	133	49.6%
سؤال الآخرين عن صحة الأخبار قبل التفكير بتشاركتها	95	35.4%
التأكد من مصدر الأخبار المنشورة موثوق به ومشهور	50	18.7%
الرجوع إلى الكتب والمراجع	41	15.3%
الإجمالي	268 = ن	

يتبين من الجدول السابق أن أكثر أسلوب يستخدمه المبحوثون للتأكد من صحة ومصداقية الأخبار التي يتم تشاركتها هو البحث جيدا على مواقع الإنترنت ووسائل الإعلام قبل التشارك بنسبة 53%، وتفسر الباحثة ذلك باعتبار أن وسيلة الإنترنت هي الوسيلة الأكثر تعرضاً لها من قبل الشباب ويفضلونها مقارنة بالوسائل الأخرى التقليدية، ثم قراءة التعليقات على الأخبار بنسبة 49.6%؛ باعتبار أن التعليقات على الأخبار أحد أشكال الرأي العام للمستخدمين. وجاء في المرتبة الأخيرة الرجوع للكتب والمراجع بنسبة 15.3%، وهو أمر منطقي لأنها من المصادر التقليدية ولا يفضلها أغلب الشباب.

وهذا ما أكدته مانويل كاستلز في نظريته البناء الشبكي حيث أشار إلى الاتصال الجماهيري الذاتي حيث أن الإنترنت والشبكة العنكبوتية والاتصالات اللاسلكية ليست وسائل إعلام بالمعنى التقليدي بل هي وسائل اتصال تفاعلية، فالإنترنت تستخدم في نشر وتبادل الوثائق والمعلومات سواء كانت نصوص أو فيديو أو ملفات صوت ومعنى ذلك تحويلها إلى صيغة رقمية وأصبحت الإنترنت جزء من النسيج الاتصالي لحياتنا في العمل والاتصال الشخصي وإقامة شبكات إجتماعية ومن أجل الترفيه والخدمات العامة وغيرها من الأغراض ، وتساعد أيضاً على الوصول إلى وسائل إعلام جماهيرية تقليدية كالصحف والراديو والتلفزيون ؛ وبالتالي فإن الإنترنت هي الوسيلة المفضلة لدى المبحوثين لأنها الوسيلة الأشمل التي تحقق التفاعل بين الأفراد .

جدول (11)

عناصر التنوع التي توفرها التطبيقات والمواقع الإلكترونية لعملية تشارك الأخبار كأحد عناصر ثرائها

عناصر التنوع التي توفرها التطبيقات والمواقع الإلكترونية	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	ن=314 الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%		
النص	89	28.3%	136	43.3%	89	28.3%	2.00	0.754
النص والصور الفوتوغرافية	187	59.6%	108	34.4%	19	6.1%	2.54	0.609
النص والصور الفوتوغرافية والروابط التشعبية	155	49.4%	115	36.6%	44	14%	2.35	0.714
النص والصور الفوتوغرافية والروابط التشعبية والرسوم المتحركة	142	45.2%	119	37.9%	53	16.9%	2.28	0.736
النص والصور الفوتوغرافية والروابط التشعبية والرسوم المتحركة والتسجيلات الصوتية	137	43.6%	121	38.5%	56	17.8%	2.26	0.742
النص والصور الفوتوغرافية والروابط التشعبية والرسوم المتحركة والتسجيلات الصوتية والفيديوهات	164	52.2%	98	31.2%	52	16.6%	2.36	0.750

يتضح من الجدول السابق تقارب ثراء العناصر لتقارب المتوسطات الحسابية، على الرغم من أن النص هو أقل العناصر ثراءً؛ حيث بلغ متوسطه الحسابي 2.00، وبلغ النص مع الصور الفوتوغرافية أقصى العناصر ثراءً؛ لأن متوسطه الحسابي 2.54، وتفسر الباحثة ذلك بأن الصور تدعم النص وتهتم الصحف والمواقع الإخبارية بهذين العنصرين، بينما لا تتوافر باقي العناصر الأخرى بشكل دائم في الأخبار الإلكترونية، وهذه الإمكانيات التكنولوجية التي تتيحها وسائل الإعلام الحديثة من النص والصور الفوتوغرافية والروابط التشعبية والرسوم المتحركة والتسجيلات الصوتية والفيديوهات تتسم بالمرونة وهو ما أكدته نظرية المجتمع الشبكي فهي أشكال متعددة من المحتوى يمكن التحكم فيه عبر الاختيار من بين هذه العناصر لتبادل المعلومات داخل المجتمع الشبكي

وتوصلت الدراسة الميدانية أيضًا إلى الاتجاه نحو تنوع العناصر في الأخبار الإلكترونية التي يتشاركونها بشكل مرتفع بواقع 135 مبحوثًا، وبنسبة 43%، والاتجاه المتوسط بواقع 160 مفردة بنسبة 51%، والاتجاه المنخفض بواقع 19 مبحوثًا بنسبة 6.1%.

وفيما يلي جدول يوضح العبارات التي تعبر عن مزايا وعيوب تشارك الأخبار الإلكترونية:

جدول (12)

مزايا وعيوب التشارك من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة

مزايا وعيوب التشارك	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	ن = 314 الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%		
يسهم التشارك لبعض الأخبار الإلكترونية في انتشار الشائعات والمعلومات غير الصحيحة	190	60.5%	74	23.6%	50	15.9%	2.45	0.753
قد يؤدي التشارك إلى إحداث أضرار بالأمن القومي	169	53.8%	92	29.3%	53	16.9%	2.37	0.757
يساعد التشارك لبعض الأخبار الإلكترونية إلى تشتيت الانتباه وخط المعلومات الصحيحة بالمغلطة	166	52.9%	98	31.2%	50	15.9%	2.37	0.744
يعمل التشارك للأخبار الإلكترونية على انتشار عادات وتقاليد غريبة تضر بالمجتمع	147	46.8%	115	36.6%	52	16.6%	2.30	0.738
يتيح التشارك التواصل الدائم مع الآخرين	223	71%	71	22.6%	20	6.4%	2.65	0.598
يساعد التشارك للأخبار الإلكترونية على معرفة الرأي العام والسائد حول موضوع الأخبار المتشاركة	208	66.2%	89	28.3%	17	5.4%	2.61	0.590
يؤدي التشارك للأخبار الإلكترونية إلى نشر الأفكار الإيجابية	150	47.8%	138	43.9%	26	8.3%	2.39	0.637
يساعد التشارك للأخبار الإلكترونية على تحقيق الوحدة بين أفراد المجتمع	132	42%	137	43.6%	45	14.3%	2.28	0.699

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن عبارتي "يتيح التشارك التواصل الدائم مع الآخرين، ويساعد التشارك للأخبار الإلكترونية على معرفة الرأي العام والسائد حول

موضوع الأخبار المتشاركة" هما الأعلى في المتوسطات الحسابية بواقع 2.65، 2.61 على التوالي؛ وهو ما يعكس الاتجاه الإيجابي لدى مفردات العينة نحو التشارك للأخبار الإلكترونية، وهو ما يؤكد أهمية ذلك التشارك من وجهة نظر الباحثة.

وتوصلت الدراسة الميدانية إلى أن الاتجاه المحايد – لإجمالي عينة المبحوثين الذين يتشاركون الأخبار الإلكترونية – نحو التشارك للأخبار الإلكترونية جاء في المرتبة الأولى بواقع 216 مبحوثاً بنسبة 68.8%، ثم الاتجاه الإيجابي نحو تشارك الأخبار الإلكترونية بواقع 63 مبحوثاً، وبنسبة 20.1%، وفي المرتبة الأخيرة الاتجاه السلبي نحو التشارك جاء بواقع 35 مبحوثاً بنسبة 11.1%، وعلى الرغم من ذلك جاءت كثافة التشارك المرتفع للأخبار الإلكترونية لدى المبحوثين بواقع 158 مبحوثاً بنسبة 50.3% وكثافة التشارك المتوسط 68 مبحوثاً، وبنسبة 21.7%، والتشارك المنخفض 88 مبحوثاً بواقع 28%. أي أن هناك تضارباً بين الاتجاه نحو التشارك للأخبار الإلكترونية، وسلوك التشارك نفسه، وتفسر الباحثة ذلك باعتبار أنه ليس كل الأخبار يتم تشاركتها، فهناك أخبار يستبعدونها المبحوثون من التشارك وأخبار أخرى يتشاركونها؛ فكانت النسبة الأكبر للاتجاه المحايد نحو تشارك الأخبار، وهو ما يؤكد على أن القارئ الإلكتروني أحد حراس البوابة في عملية الاتصال، وتدقق الأخبار.

جدول (13)

دوافع المبحوثين من تشارك الأخبار الإلكترونية عبر التطبيقات والمواقع المختلفة

ن = 314 الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		دوافع التشارك	
		%	ك	%	ك	%	ك		
0.532	2.68	3.2%	10	25.8%	81	71%	223	استعادة الأخبار في حالة الحاجة إليها	معرفة
0.625	2.47	7%	22	38.5%	121	54.5%	171	الفهم والتذكر بشكل أفضل	
0.581	2.65	5.4%	17	24.5%	77	70.1%	220	متابعة الأحداث الجارية	
0.643	2.55	8.3%	26	28%	88	63.7%	200	تقدم معلومات يستفيد بها الآخرين	
1.75229	10.3535	1.6%	5	28.3%	89	70.1%	220	الإجمالي	
0.690	2.32	12.7%	40	42%	132	45.2%	142	الحفاظ على العلاقات الاجتماعية	اجتماعية
0.655	2.53	8.9%	28	29.3%	92	61.8%	194	التفاعل مع الآخرين	

0.705	2.37	%13.1	41	%36.6	115	%50.3	158	وسيلة فعالة لتغيير أفكار الآخرين	
0.795	2.25	%22	69	%30.6	96	%47.5	149	اكتساب أصدقاء جدد	
1.95180	9.4809	%7.6	24	%36	113	%56.4	177	الإجمالي	
0.722	2.33	%15	47	%37.3	117	%47.8	150	زيادة الثقة بالنفس	تحقيق الذات
0.779	2.00	%30.3	95	%39.5	124	%30.3	95	تحقيق الشهرة	
0.758	2.28	%18.5	58	%34.7	109	%46.8	147	الشعور بالثقة عند التحدث مع الآخرين	
0.775	2.08	%26.4	83	%39.5	124	%34.1	107	الشعور كأحد قادة المجتمع	
2.31498	8.6879	%18.2	57	%41.7	131	%40.1	126	الإجمالي	
0.781	2.21	%22	69	%34.7	109	%43.3	136	الهروب من ضغوط الحياة	التسلية
0.757	2.27	%18.8	59	%35.7	112	%45.5	143	ملء وقت الفراغ	
0.719	2.41	%13.7	43	%31.5	99	%54.8	172	ارتباطها بموقف مضحك	
0.727	2.37	%14.6	46	%33.4	105	%51.9	163	تبادل الأخبار الكوميديّة مع الآخرين	
2.19720	9.2643	%12.4	39	%36.9	116	%50.6	159	الإجمالي	

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر الدوافع المعرفية من تشارك الأخبار كانت استعادة الأخبار في حالة الحاجة إليها، ومتابعة الأحداث الجارية؛ لأن متوسطهما الحسابي 2.68 و 2.65 على التوالي. أما الدوافع الاجتماعية فكان أكثرها التفاعل مع الآخرين، ولأن التشارك وسيلة فعالة لتغيير أفكار الآخرين؛ لأن المتوسط الحسابي لكل منهما 2.53 و 2.37 على التوالي، وبالنسبة لدوافع تحقيق الذات كان أكثرها تكراراً زيادة الثقة بالنفس؛ لأن متوسطها الحسابي 2.33، وبالنسبة لدوافع التسلية والإمتاع فكان أكثرهما ارتباط الأخبار الإلكترونية بموقف مضحك مع الأشخاص الذين يتم التشارك معهم، وتبادل الأخبار الكوميديّة مع الآخرين؛ لأن متوسطهما الحسابي 2.41، و 2.37 على التوالي.

كما يتضح أن إجمالي الدوافع المعرفية والاجتماعية والتسلية وراء التشارك للأخبار الإلكترونية جاءت بشكل مرتفع في المرتبة الأولى لدى المبحوثين عينة

الدراسة بواقع 220، 177، 159 مبحوثاً على التوالي وبنسب 70.1%، 56.4%، 50.6% على التوالي، أما دوافع تحقيق الذات وراء تشارك الأخبار الإلكترونية فتقترب نسب المرتفع والمتوسط بها، وهي 40.1%، 41.7% على التوالي.

وفيما يلي جدول يوضح العوامل التي تزيد من تشارك المبحوثين للأخبار الإلكترونية عبر التطبيقات المختلفة من وجهة نظرهم:

جدول (14)

العوامل التي تزيد من تشارك الأخبار الإلكترونية من وجهة نظر المبحوثين

العوامل	ك	%
دقة الأخبار والمعلومات المنشورة	188	59.9%
توافر عناصر صوت وفيديو تدعم الأخبار المنشورة	158	50.3%
توافر خدمات إنترنت جيدة	128	40.8%
فورية تغطية الأخبار وسرعة الحصول عليها	122	38.9%
وجود تصميم إلكتروني يتناسب مع الوسيلة التي يتم التشارك خلالها	107	34.1%
شكل ولون وحجم الخط الخاص بالأخبار الإلكترونية	105	33.4%
الإجمالي	ن = 314	

يتضح من الجدول السابق أن دقة الأخبار والمعلومات المنشورة جاءت على رأس العوامل التي تزيد من عملية تشارك الأخبار بنسبة 59.9%، ثم توافر عناصر الصوت والفيديو التي تدعم الأخبار الإلكترونية بنسبة 50.3%، وجاء وجود تصميم إلكتروني يتناسب مع الوسيلة الإلكترونية التي يتم خلالها التشارك وعوامل شكل ولون وحجم الخط الخاص بالأخبار الإلكترونية في المرتبة الأخيرة بنسبة 34.1%، و 33.4% على التوالي.

وتفسر الباحثة ذلك بأنه على الرغم من أن الشكل والمضمون متكاملان إلا أن المضمون له أهمية أكبر لدى المبحوثين عينة الدراسة مقارنة بالشكل؛ لأن معيار التشارك الرئيس هو تشارك المضمون، أو قد يكون الإخراج الصحفي للأخبار الإلكترونية جيداً، فلا يشعر المبحوثون بضرورة توافر العوامل الشكلية في الأخبار الإلكترونية.

وفيما يلي جدول يوضح أسباب عدم تشارك المبحوثين للأخبار الإلكترونية عبر التطبيقات المختلفة:

جدول (15)

أسباب عدم تشارك الباحثين للأخبار الإلكترونية عبر التطبيقات والمواقع المختلفة

أسباب عدم التشارك	ك	%
لا يوجد ثقة في دقة الأخبار ومصداقيتها	51	59.3%
الأخبار لا تدخل ضمن الاهتمامات	35	40.7%
الخبر غير مهم بالنسبة للمبحوث وللاخرين	33	38.4%
مضمون الخبر لا يعجب المبحوث	25	29.1%
أغلبية الأخبار سيئة ولا يحب المبحوث تشاركتها	20	23.3%
شكل الخبر غير جذاب	20	23.3%
جودة العناصر المصاحبة للخبر نفسه كالصور والفيديوهات وغيرها	20	23.3%
الأخبار تخرج عن الآداب العامة وعادات وتقاليد المجتمع	10	11.6%
الأخبار تخرج عن الآداب العامة وعادات وتقاليد المجتمع	10	11.6%
عدد الأصدقاء محدود ولا حاجة للتشارك	9	10.5%
خدمات الإنترنت سيئة والتشارك يأخذ وقتاً في التحميل	7	8.1%
الشعور بالخوف عند تشارك الأخبار التي تعبر عن وجهة نظر مختلفة مع آراء الآخرين	4	4.7%
الإجمالي	ن = 86	

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن السبب الرئيس لعدم تشارك المبحوثين للأخبار الإلكترونية هو عدم وجود ثقة في دقة الأخبار ومصداقيتها بنسبة 59.3%، ثم عدم دخول الأخبار ضمن الاهتمامات بنسبة 40.7%، وعدم أهمية الأخبار للمبحوث بنسبة 38.4%، وتساوت نسبة العوامل جودة العناصر المصاحبة للخبر نفسه سيئة كالصور والفيديوهات وغيرها، وشكل الخبر غير جذاب، وأغلبية الأخبار سيئة ولا يحب المبحوث تشاركتها وهي 23.3%، وجاء في المرتبة الأخيرة الشعور بالخوف عند تشارك الأخبار التي تعبر عن وجهة نظر مختلفة مع آراء الآخرين بنسبة 4.7%، وتفسر الباحثة ذلك بأن تشارك الأخبار هو وسيلة من وسائل التعبير عن الرأي ولا يوجد سبب للخوف من التشارك لأنه من الممكن التعبير عن الرأي بحساب مزيف.

نتائج اختبارات فروض الدراسة:

1- الفرض الرئيس الأول: توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للعوامل الديموجرافية (النوع والسن والتعليم والمستوى الاقتصادي والاجتماعي) في متوسطات درجات كل من:

مدى المتابعة للأخبار الإلكترونية، وكثافة التشارك، والتنوع في عناصر الأخبار، والاتجاه نحو تشارك الأخبار الإلكترونية، والدوافع المعرفية، والدوافع الاجتماعية، ودوافع تحقيق الذات، ودوافع التسلية.

الفرض الفرعي (4-أ): توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للنوع في متوسطات درجات كل من: مدى المتابعة للأخبار الإلكترونية، وكثافة التشارك، والتنوع في عناصر الأخبار، والاتجاه نحو تشارك الأخبار الإلكترونية، والدوافع المعرفية، والدوافع الاجتماعية، ودوافع تحقيق الذات، ودوافع التسلية.

جدول (16)

اختبار "T-Test" لاختبار الفروق بين المبحوثين وفقاً للنوع في مدى متابعة الأخبار الإلكترونية، وكثافة التشارك، والتنوع في عناصر الخبر، والاتجاه نحو التشارك، والدوافع المعرفية والاجتماعية، وتحقيق الذات والتسلية

المتغيرات	الذكور			الإناث			قيمة (ت)	درجات الحرية	مستوى المعنوية
	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
مدى متابعة الأخبار الإلكترونية	179	2.3687	0.62560	221	2.2760	0.61112	1.493	398	0.136
كثافة التشارك للأخبار الإلكترونية	139	4.9856	1.66805	175	4.8743	1.61394	0.598	312	0.550
التنوع في عناصر الخبر	139	13.8489	2.50192	175	13.737	2.61726	0.383	312	0.702
الاتجاه نحو تشارك الأخبار الإلكترونية	139	16.8201	2.93221	175	16.125	2.67302	2.190	312	0.029
الدوافع المعرفية	139	10.2950	1.60819	175	10.400	1.54622	0.587	312	0.557
الدوافع الاجتماعية	139	9.4964	1.98317	175	9.4686	1.93215	0.125	312	0.900
دوافع تحقيق الذات	139	9.0647	2.24644	175	8.3886	2.33117	2.594	312	0.010
دوافع التسلية	139	8.9496	2.20120	175	9.5143	2.16783	2.277	312	0.023

يتضح من الجدول السابق وجود فروق بين الذكور والإناث في الاتجاه نحو تشارك الأخبار الإلكترونية، ودوافع تحقيق الذات، ودوافع التسلية، حيث بلغت قيمة (ت) 2.190، 2.594، -2.277 على التوالي، وهذه القيم دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.029، 0.010، 0.023 على التوالي، وتشير البيانات إلى وجود فروق بين الذكور والإناث في الاتجاه نحو تشارك الأخبار الإلكترونية لصالح الذكور؛ لأن المتوسط الحسابي للذكور قيمته 16.8201، وهو أكبر من المتوسط الحسابي للإناث الذي قيمته 16.125، ويوجد فروق بين الذكور والإناث في دوافع تحقيق الذات لصالح الذكور أيضاً، حيث إن المتوسط الحسابي للذكور 9.0647 وهو أكبر من المتوسط الحسابي للإناث في دوافع تحقيق الذات وهو 8.3886، وعلى الرغم من ذلك تبين وجود فروق بين الذكور والإناث في دوافع التسلية لصالح الإناث؛ حيث إن المتوسط الحسابي للإناث 9.5143 وهو أكبر من المتوسط الحسابي للذكور الذي قيمته 8.9496.

وبالتالي ثبت صحة هذا الفرض جزئياً بوجود فروق بين الذكور والإناث في الاتجاه نحو تشارك الأخبار الإلكترونية ودوافع تحقيق الذات، ودوافع التسلية، ولم تثبت صحته في باقي المتغيرات.

الفرض الفرعي (4-ب): توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للسن في متوسطات درجات كل من: مدى المتابعة للأخبار الإلكترونية، وكثافة التشارك، والتنوع في عناصر الأخبار، والاتجاه نحو تشارك الأخبار الإلكترونية، والدوافع المعرفية، والدوافع الاجتماعية، ودوافع تحقيق الذات، ودوافع التسلية.

جدول (17)

تحليل التباين أحادي الاتجاه One Way ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين سن المبحوثين وكل من: مدى متابعة الأخبار الإلكترونية وكثافة التشارك والتنوع في عناصر الخبر والاتجاه نحو التشارك والدوافع المعرفية والاجتماعية وتحقيق الذات والتسلية

مستوى المعنوية	قيمة (ف)	درجات الحرية		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	فئات السن	المتغيرات
		داخل المجموعات	بين المجموعات					
0.496	0.703	397	2	0.60368	2.3008	236	18 إلى 24	مدى المتابعة للأخبار الإلكترونية
				0.66838	2.3814	97	25 إلى 34	
				0.59813	2.2836	67	35 إلى 40	
		0.61859	2.3175	400	الإجمالي			
0.215	1.542	311	2	1.71891	4.8000	195	18 إلى 24	كثافة تشارك الأخبار الإلكترونية
				1.51421	5.1739	69	25 إلى 34	
				1.43442	5.0600	50	35 إلى 40	
		1.63641	4.9236	314	الإجمالي			
0.082	2.520	311	2	2.42703	14.0359	195	18 إلى 24	التنوع في عناصر الخبر
				2.75220	13.4493	69	25 إلى 34	
				2.73332	13.2800	50	35 إلى 40	
		2.56338	13.7866	314	الإجمالي			
0.156	1.870	311	2	2.63305	16.6718	195	18 إلى 24	الاتجاه نحو التشارك
				3.01191	16.0435	69	25 إلى 34	
				3.11651	16.0400	50	35 إلى 40	
		2.80751	16.4331	314	الإجمالي			
0.491	0.713	311	2	1.47828	10.4359	195	18 إلى 24	الدوافع المعرفية
				1.66786	10.2029	69	25 إلى 34	
				1.79068	10.2400	50	35 إلى 40	
		1.57229	10.3535	314	الإجمالي			
0.019	4.017	311	2	1.79961	9.6513	195	18 إلى 24	الدوافع الاجتماعية
				2.14986	8.8986	69	25 إلى 34	
				2.11785	9.6200	50	35 إلى 40	
		1.95180	9.4809	314	الإجمالي			
0.004	5.738	311	2	2.22098	9.0154	195	18 إلى 24	دوافع تحقيق الذات
				2.37321	7.9855	69	25 إلى 34	
				2.38096	8.3800	50	35 إلى 40	
		2.31498	8.6879	314	الإجمالي			
0.027	3.636	311	2	2.15948	9.5179	195	18 إلى 24	دوافع التسلية
				2.13434	8.9420	69	25 إلى 34	
				2.31270	8.7200	50	35 إلى 40	
		2.19720	9.2643	314	الإجمالي			

يتبين من بيانات الجدول السابق أن هناك فروقاً دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للسن في متوسطات درجات الدوافع الاجتماعية، حيث بلغت قيمة (ف) = 4.017، وهذه القيمة دالة عند مستوى المعنوية 0.019، كما يتضح أن هناك فروقاً دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للسن في متوسطات درجات دوافع تحقيق الذات، حيث بلغت قيمة (ف) = 5.738، وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.004. وأيضاً هناك فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للسن في متوسطات درجات دوافع التسلية، حيث بلغت قيمة (ف) = 3.636، وهذه القيمة دالة عند مستوى المعنوية 0.027، وعلى الرغم من عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للسن في متوسطات درجات باقي العوامل؛ وبالتالي يتضح صحة هذا الفرض جزئياً بوجود فروق بين المبحوثين وفقاً للسن في الدوافع الاجتماعية وتحقيق الذات والتسلية، ولم تتضح صحة ثبوت الفرض مع باقي المتغيرات. ولمعرفة مصدر الفروق تم استخدام اختبار LSD:

جدول (18)

اختبار LSD لمعرفة مصدر الفروق بين فئات السن للمبحوثين وكل من الدوافع الاجتماعية وتحقيق الذات والتسلية

المتغيرات	السن	السن	الفروق بين المتوسطات	مستوى المعنوية
الدوافع الاجتماعية	18 إلى 24	25 إلى 34	0.7527	0.006
		35 إلى 40	0.0313	0.919
	25 إلى 34	35 إلى 40	-0.7214	0.045
دوافع تحقيق الذات	18 إلى 24	25 إلى 34	1.0299	0.001
		35 إلى 40	0.6354	0.080
	25 إلى 34	35 إلى 40	-0.3945	0.352
دوافع التسلية	18 إلى 24	25 إلى 34	0.5759	0.060
		35 إلى 40	0.7979	0.022
	25 إلى 34	35 إلى 40	0.2220	0.584

تبين من بيانات الجدول السابق وجود فروق بين فئة السن (18 إلى 24) و(25 إلى 34) في الدوافع الاجتماعية؛ لأن مستوى المعنوية قيمته 0.006 لصالح الفئة من (18 إلى 24) لأن المتوسط الحسابي له 9.6513، وهو أكبر من المتوسط الحسابي للفئة (25 إلى 34) وهو 8.8986، كما يتضح وجود فروق بين الفئة (25 إلى 34) و(35 إلى 40) في الدوافع الاجتماعية؛ لأن مستوى المعنوية قيمته 0.045 لصالح الفئة (35 إلى 40) حيث المتوسط الحسابي لها 9.6200، وهو أكبر من المتوسط الحسابي للفئة (25 إلى 34) الذي قيمته 8.3800، وتبين أيضاً وجود فروق بين فئة السن (18 إلى 24) و(25 إلى 34) في دوافع تحقيق الذات؛ لأن مستوى المعنوية قيمته 0.001 لصالح فئة (18 إلى 24) لأن المتوسط الحسابي لهذه الفئة هو

9.6513 وهو أكبر من المتوسط الحسابي للفئة (25 إلى 34) وهو 8.8986، كما توضح بيانات هذا الجدول وجود فروق بين فئة السن (18 إلى 24) و(35 إلى 40) في دوافع التسلية؛ لأن مستوى المعنوية قيمته 0.022 لصالح الفئة (18 إلى 24)؛ لأن المتوسط الحسابي لهذه الفئة 9.5179 وهو أكبر من المتوسط الحسابي للفئة (35 إلى 40) الذي قيمته 8.7200.

الفرض الفرعي (4-ج): توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي في متوسطات درجات كل من: مدى متابعة الأخبار الإلكترونية، وكثافة التشارك، والتنوع في عناصر الأخبار، والاتجاه نحو تشارك الأخبار الإلكترونية، والدوافع المعرفية، والدوافع الاجتماعية، ودوافع تحقيق الذات، ودوافع التسلية.

جدول (19)

تحليل التباين أحادي الاتجاه One Way ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين مستوى تعليم المبحوثين وكل من: مدى متابعة الأخبار الإلكترونية وكثافة التشارك والتنوع في عناصر الخبر والاتجاه نحو التشارك والدوافع المعرفية والاجتماعية وتحقيق الذات والتسلية

مستوى المعنوية	قيمة (ف)	درجات الحرية		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	مستوى التعليم	المتغيرات
		داخل المجموعات	بين المجموعات					
0.003	4.823	396	3	0.72703	2.1429	21	متوسط	مدى متابعة الأخبار الإلكترونية
				0.58977	2.5000	24	فوق المتوسط	
				0.61591	2.2785	316	جامعي	
				0.49286	2.6154	39	دراسات عليا	
				0.61859	2.3175	400	الإجمالي	
0.183	1.627	310	3	1.66176	4.9444	18	متوسط	كثافة تشارك الأخبار الإلكترونية
				1.03110	5.3000	20	فوق المتوسط	
				1.67582	4.8300	247	جامعي	
				1.54888	5.4483	29	دراسات عليا	
				1.63641	4.9236	314	الإجمالي	
0.029	3.036	310	3	3.44708	12.3333	18	متوسط	التنوع في عناصر الخبر
				2.64525	12.9500	20	فوق المتوسط	
				2.46775	13.9393	247	جامعي	
				2.42727	13.9655	29	دراسات عليا	
				2.56338	13.7866	314	الإجمالي	
0.618	0.596	310	3	2.66237	17.1667	18	متوسط	الاتجاه نحو التشارك
				3.43358	16.0000	20	فوق المتوسط	
				2.71599	16.4332	247	جامعي	

				3.23923	16.2759	29	دراسات عليا	
			313	2.80751	16.4331	314	الإجمالي	
0.153	1.771	310	3	2.11438	10.6667	18	متوسط	الدوافع المعرفية
				1.95946	10.5500	20	فوق المتوسط	
				1.46568	10.3846	247	جامعي	
				1.72493	9.7586	29	دراسات عليا	
				1.57229	10.3535	314	الإجمالي	
0.058	2.520	310	3	2.00000	10.3333	18	متوسط	الدوافع الاجتماعية
				2.11449	9.4500	20	فوق المتوسط	
				1.87163	9.5061	247	جامعي	
				2.30922	8.7586	29	دراسات عليا	
				1.95180	9.4809	314	الإجمالي	
0.010	3.872	310	3	2.40438	9.6111	18	متوسط	دوافع تحقيق الذات
				2.39462	9.0500	20	فوق المتوسط	
				2.20528	8.7328	247	جامعي	
				2.75967	7.4828	29	دراسات عليا	
				2.31498	8.6879	314	الإجمالي	
0.165	1.710	310	3	2.30089	9.3333	18	متوسط	دوافع التسلية
				2.55260	9.9000	20	فوق المتوسط	
				2.14080	9.2955	247	جامعي	
				2.27754	8.5172	29	دراسات عليا	
				2.19720	9.2643	314	الإجمالي	

يتبين من بيانات الجدول السابق أن هناك فروقاً دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي في متوسطات درجات مدى متابعتهم للأخبار الإلكترونية، حيث بلغت قيمة (ف) = 4.823 وهذه القيمة دالة عند مستوى المعنوية 0.003، وأيضاً هناك فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي في متوسطات درجات تنوع العناصر المتوفرة في الخبر من صوت وصور وفيديوهات وغيرها، حيث بلغت قيمة (ف) = 3.036، وهذه القيمة دالة عند مستوى المعنوية 0.029، كما يتضح أن هناك فروقاً دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي في متوسطات درجات دوافع تحقيق الذات، حيث بلغت قيمة (ف) = 3.872، وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.010. وبالتالي يتضح صحة هذا الفرض جزئياً بوجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي مدى متابعة المبحوثين للأخبار الإلكترونية، والاتجاه نحو تنوع العناصر المتوفرة في الأخبار الإلكترونية، ودوافع تحقيق الذات، ولم تثبت صحته في باقي المتغيرات. ولمعرفة مصدر الفروق استعانت الباحثة باختبار LSD كما يلي:

جدول (20)

اختبار LSD لمعرفة مصدر الفروق بين المستويات التعليمية للمبحوثين في مدى متابعتهم للأخبار الإلكترونية والاتجاه نحو تنوع العناصر بالأخبار الإلكترونية ودوافع تحقيق الذات

المتغيرات	المستويات التعليمية	الفروق بين المتوسطات	مستوى المعنوية
مدى المتابعة للأخبار الإلكترونية	تعليم متوسط	0.3571-	0.051
	جامعي	0.1356-	0.324
	دراسات عليا	0.4725-	0.004
	جامعي	0.2215	0.087
	دراسات عليا	0.1154-	0.466
	جامعي	0.3369-	0.001
الاتجاه نحو التنوع في عناصر الأخبار الإلكترونية	تعليم متوسط	0.6167-	0.455
	جامعي	1.6059-	0.010
	دراسات عليا	1.6322-	0.033
	جامعي	0.9893-	0.095
	دراسات عليا	1.0155-	0.170
	جامعي	0.0262-	0.958
دوافع تحقيق الذات	تعليم متوسط	0.5611	0.450
	جامعي	0.8783	0.116
	دراسات عليا	2.1284	0.002
	جامعي	0.3172	0.551
	دراسات عليا	1.5672	0.019
	جامعي	1.2500	0.006

يتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك فروقاً دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي المتوسط والمستوى التعليمي فوق المتوسط في مدى متابعة الأخبار الإلكترونية؛ لأن مستوى المعنوية قيمته 0.051 لصالح المستوى التعليمي فوق المتوسط؛ لأن المتوسط الحسابي للمستوى التعليمي فوق المتوسط 2.5000، وهو أكبر من المتوسط الحسابي للمستوى التعليمي المتوسط، والذي قيمته 2.1429، وهناك فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي المتوسط والدراسات العليا في مدى المتابعة للأخبار الإلكترونية؛ لأن مستوى المعنوية قيمته = 0.004 لصالح فئة تعليم الدراسات العليا، والذي متوسطه الحسابي 2.6154، وهو أكبر من المتوسط الحسابي للتعليم المتوسط، والذي قيمته 2.1429، ويتضح أيضاً وجود فروق دالة إحصائياً وفقاً للمستوى التعليمي الجامعي والدراسات العليا في مدى المتابعة للأخبار الإلكترونية؛ لأن مستوى المعنوية قيمته = 0.001 لصالح فئة تعليم الدراسات العليا؛ لأن المتوسط الحسابي لتلك الفئة قيمته 2.6154، وهو أكبر من المتوسط الحسابي للتعليم الجامعي، والذي قيمته 2.2785.

وهناك فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي المتوسط والمستوى الجامعي في الاتجاه نحو التنوع في العناصر التي يحتويها الخبر؛ لأن

مستوى المعنوية قيمته 0.10 لصالح فئة التعليم الجامعي؛ لأن متوسطه 13.9393، وهو أكبر من المتوسط الحسابي لفئة التعليم المتوسط الذي قيمته 12.3333.

كما أن هناك فروقاً دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي المتوسط والدراسات العليا في الاتجاه نحو التنوع في العناصر التي يحتويها الخبر؛ لأن مستوى المعنوية 0.033 لصالح فئة تعليم الدراسات العليا؛ لأن المتوسط الحسابي للدراسات العليا قيمته 13.9655، وهو أكبر من المتوسط الحسابي لفئة التعليم المتوسط الذي قيمته 12.3333.

وهناك فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي المتوسط والدراسات العليا في دوافع تحقيق الذات؛ لأن مستوى المعنوية قيمته 0.002 لصالح المستوى التعليمي المتوسط؛ لأن متوسطه الحسابي 9.6111، وهو أكبر من المتوسط الحسابي لفئة الدراسات العليا الذي قيمته 7.4828.

ويتضح أيضاً أن هناك فروقاً دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي فوق المتوسط والدراسات العليا في دوافع تحقيق الذات؛ لأن مستوى المعنوية 0.019 وذلك لصالح فئة التعليم فوق المتوسط؛ لأن متوسطه الحسابي 9.0500 وهو أكبر من المتوسط الحسابي للدراسات العليا الذي قيمته 7.4828.

هذا بالإضافة إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي الجامعي والدراسات العليا؛ لأن مستوى المعنوية 0.006 وذلك لصالح فئة التعليم الجامعي؛ لأن متوسطه الحسابي 8.7328، وهو أكبر من المتوسط الحسابي للدراسات العليا الذي قيمته 7.4828، ويتضح من خلال ذلك أنه كلما قل المستوى التعليمي كلما زادت دوافع تحقيق الذات من خلال تشارك الأخبار الإلكترونية، وهو أمر منطقي – من وجهة نظر الباحثة – لرغبة المبحوثين الأقل تعليماً في تحقيق ذواتهم، والاندماج في الوسائل الإلكترونية الحديثة، وكلما زاد المستوى التعليمي زادت متابعة المبحوثين للأخبار الإلكترونية.

الفرض الفرعي (4-د): توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي في متوسطات درجات كل من: مدى المتابعة للأخبار الإلكترونية، وكثافة التشارك، والتنوع في عناصر الأخبار، والاتجاه نحو تشارك الأخبار الإلكترونية، والدوافع المعرفية، والدوافع الاجتماعية، ودوافع تحقيق الذات، ودوافع التسلية.

جدول (21)

تحليل التباين أحادي الاتجاه One Way ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي للمبحوثين وكل من: مدى متابعة المبحوثين للأخبار الإلكترونية وكثافة التشارك والتنوع في عناصر الخبر والاتجاه نحو تشارك الأخبار الإلكترونية والدوافع المعرفية والاجتماعية وتحقيق الذات والتسلية

مستوى المعنوية	قيمة (ف)	درجات الحرية		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى الاجتماعي الاقتصادي	المتغيرات
		داخلى المجموعات	بين المجموعات					
0.020	3.967	397	2	0.61833	2.2273	176	منخفض	مدى المتابعة للأخبار الإلكترونية
				0.62446	2.3667	180	متوسط	
				0.54936	2.4773	44	مرتفع	
		399	0.61859	2.3175	400	الإجمالي		
0.328	1.119	311	2	1.74192	4.7985	134	منخفض	كثافة تشارك الأخبار الإلكترونية
				1.56138	4.9577	142	متوسط	
				1.51451	5.2368	38	مرتفع	
		313	1.63641	4.9236	314	الإجمالي		
0.498	0.699	311	2	2.35070	13.9776	134	منخفض	التنوع في عناصر الخبر
				2.82303	13.6127	142	متوسط	
				2.25933	13.7632	38	مرتفع	
		313	2.56338	13.7866	314	الإجمالي		
0.054	2.945	311	2	2.92386	16.8507	134	منخفض	الاتجاه نحو التشارك
				2.54996	16.0352	142	متوسط	
				3.15112	16.4474	38	مرتفع	
		313	2.80751	16.4331	314	الإجمالي		
0.072	2.652	311	2	1.54477	10.4701	134	منخفض	الدوافع المعرفية
				1.57934	10.3873	142	متوسط	
				1.57438	9.8158	38	مرتفع	
		313	1.57229	10.3535	314	الإجمالي		
0.029	3.592	311	2	1.92766	9.6567	134	منخفض	الدوافع الاجتماعية
				1.91566	9.5211	142	متوسط	
				2.03892	8.7105	38	مرتفع	
		313	1.95180	9.4809	314	الإجمالي		
0.004	5.733	311	2	2.20944	9.0746	134	منخفض	دوافع تحقيق الذات
				2.23814	8.5915	142	متوسط	
				2.66210	7.6842	38	مرتفع	
		313	2.31498	8.6879	314	الإجمالي		
0.144	1.952	311	2	1.98383	9.5224	134	منخفض	دوافع التسلية
				2.38967	9.1408	142	متوسط	
				2.10348	8.8158	38	مرتفع	
		313	2.19720	9.2643	314	الإجمالي		

يتبين من بيانات الجدول السابق أن هناك فروقاً دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي في متوسطات درجات مدى

متابعة الأخبار الإلكترونية، حيث بلغت قيمة (ف) = 3.967، وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.020، وهناك فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي في متوسطات درجات الاتجاه نحو تشارك الأخبار الإلكترونية، حيث بلغت قيمة (ف) = 2.945، وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.054.

كما يتبين أن هناك فروقاً دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي في متوسطات درجات الدوافع الاجتماعية، حيث بلغت قيمة (ف) = 3.592، وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.029. ويتبين أيضاً من بيانات الجدول السابق أن هناك فروقاً دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي في متوسطات درجات دوافع تحقيق الذات، حيث بلغت قيمة (ف) = 5.733، وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.004.

وبالتالي يتضح صحة هذا الفرض جزئياً بوجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي في متوسطات درجات كل من: مدى متابعة المبحوثين للأخبار الإلكترونية، والاتجاه نحو تشارك الأخبار الإلكترونية والدوافع الاجتماعية ودوافع تحقيق الذات، ولم تثبت صحته في باقي المتغيرات.

ولمعرفة مصدر الفروق استعانت الباحثة باختبار LSD كما يلي:

جدول (22)

اختبار LSD لمعرفة مصدر الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية للمبحوثين في الاتجاه نحو تشارك الأخبار الإلكترونية والدوافع الاجتماعية ودوافع تحقيق الذات

المتغيرات	المستوى الاجتماعي الاقتصادي	المستوى الاجتماعي الاقتصادي	الفروق بين المتوسطات	مستوى المعنوية
مدى متابعة الأخبار الإلكترونية	منخفض	متوسط	0.1394-	0.033
	متوسط	مرتفع	0.2500-	0.016
		مرتفع	0.1106-	0.285
الاتجاه نحو تشارك الأخبار الإلكترونية	منخفض	متوسط	0.8155	0.016
	متوسط	مرتفع	0.4034	0.432
		مرتفع	0.4122-	0.419
الدوافع الاجتماعية	منخفض	متوسط	0.1356	0.561
	متوسط	مرتفع	0.9462	0.008
		مرتفع	0.8106	0.023
دوافع تحقيق الذات	منخفض	متوسط	0.4831	0.080
	متوسط	مرتفع	1.3904	0.001
		مرتفع	0.9073	0.030

يتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك فروقاً دالة إحصائياً بين الباحثين وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض والمتوسط في متابعة الأخبار الإلكترونية؛ لأن مستوى المعنوية 0.033 لصالح المستوى الاجتماعي المتوسط؛ لأن متوسطه الحسابي 2.3667 وهو أكبر من المتوسط الحسابي للمستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض، وقيمه 2.2273، وهناك فروق دالة إحصائياً بين الباحثين وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض والمرتفع في متابعة الأخبار الإلكترونية؛ لأن مستوى المعنوية 0.016 لصالح المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع؛ لأن متوسطه الحسابي 2.4773، وهو أكبر من المتوسط الحسابي للمستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض الذي قيمته 2.2273.

بالإضافة إلى أن هناك فروقاً دالة إحصائياً بين الباحثين وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض والمتوسط في الاتجاه نحو تشارك الأخبار الإلكترونية؛ لأن مستوى المعنوية قيمته 0.016 لصالح فئة المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض؛ لأن متوسطه 16.8507، وهو أكبر من المتوسط الحسابي لفئة المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط الذي قيمته 16.0352.

كما يتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك فروقاً دالة إحصائياً بين الباحثين وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض والمستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع في الدوافع الاجتماعية لتشارك الأخبار الإلكترونية؛ لأن مستوى المعنوية قيمته 0.008 لصالح فئة المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض؛ لأن متوسطه 9.6567، وهو أكبر من المتوسط الحسابي لفئة المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع الذي قيمته 8.7105، وكذلك هناك فروق دالة إحصائياً بين الباحثين وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط والمستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع في الدوافع الاجتماعية لتشارك الأخبار الإلكترونية؛ لأن مستوى المعنوية قيمته 0.023 لصالح المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط؛ لأن متوسطه الحسابي 9.5211، وهو أكبر من المتوسط الحسابي للمستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع الذي قيمته 8.7105.

كما يتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك فروقاً دالة إحصائياً بين الباحثين وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض والمستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع في دوافع تحقيق الذات من خلال تشارك الأخبار الإلكترونية؛ لأن مستوى المعنوية قيمته 0.001 لصالح فئة المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض؛ لأن متوسطه الحسابي 9.0746، وهو أكبر من المتوسط الحسابي لفئة المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع الذي قيمته 7.6842.

كما يتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك فروقاً دالة إحصائياً بين الباحثين وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط والمستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع في دوافع تحقيق الذات من خلال تشارك الأخبار الإلكترونية؛ لأن مستوى المعنوية قيمته 0.030 لصالح فئة المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط؛

لأن متوسطه الحسابي 8.5915، وهو أكبر من المتوسط الحسابي لفئة المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع الذي قيمته 7.6842.

وبذلك تتحقق صحة هذا الفرض جزئياً بوجود فروق بين المبحوثين وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي في متوسطات درجات كل من: مدى متابعة الأخبار الإلكترونية، والاتجاه نحو تشارك الأخبار الإلكترونية والدوافع الاجتماعية ودوافع تحقيق الذات، ولم تتحقق صحته في باقي المتغيرات.

وبعد العرض السابق يمكن التأكيد على ثبوت صحة الفرض الرئيسيّ والقائل: توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للعوامل الديموجرافية للمبحوثين في كل من: مدى المتابعة للأخبار الإلكترونية، وكثافة التشارك، والتنوع في عناصر الأخبار، والاتجاه نحو تشارك الأخبار الإلكترونية، والدوافع المعرفية، والدوافع الاجتماعية، ودوافع تحقيق الذات، ودوافع التسلية، حيث توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للنوع في الاتجاه نحو تشارك الأخبار ودوافع تحقيق الذات ودوافع التسلية، ولا توجد فروق دالة إحصائياً مع باقي المتغيرات، وفروق بين المبحوثين وفقاً للسن في دوافع تحقيق الذات والدوافع الاجتماعية ودوافع التسلية ولا توجد فروق دالة إحصائياً مع باقي المتغيرات، كما يتبين وجود فروق بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي في مدى متابعة الأخبار الإلكترونية والاتجاه نحو تنوع العناصر المتوافرة في الأخبار الإلكترونية ودوافع تحقيق الذات، ولا توجد فروق دالة إحصائياً مع باقي المتغيرات، ووجود فروق بين المبحوثين وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي في مدى متابعة الأخبار الإلكترونية، والاتجاه نحو تشارك الأخبار، والدوافع الاجتماعية ودوافع تحقيق الذات، ولا توجد فروق دالة إحصائياً مع باقي المتغيرات.

2- الفرض الرئيس الثاني: توجد علاقة دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للعوامل الديموجرافية للمبحوثين (النوع والسن والتعليم والمستوى الاجتماعي الاقتصادي) والتحقق من مصداقية وصحة الأخبار الإلكترونية قبل تشاركتها.

الفرض الفرعي (2-أ): توجد علاقة دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً لنوع المبحوثين والتحقق من مصداقية وصحة الأخبار الإلكترونية قبل تشاركتها.

جدول (23)

العلاقة بين نوع المبحوثين والتحقق من صحة ومصداقية الأخبار الإلكترونية قبل تشاركتها

التحقق من صحة ومصداقية الأخبار	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
التحقق	125	89.9%	143	81.7%	268	85.4%
عدم التحقق	14	10.1%	32	18.3%	46	14.6%
الإجمالي	139	100%	175	100%	314	100%

كا² = 4.180 درجة الحرية = 1 مستوى المعنوية = 0.041

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوثين وتحققهم من صحة ومصداقية الأخبار الإلكترونية قبل تشاركتها عبر التطبيقات والمواقع الإلكترونية المختلفة، حيث بلغت $\chi^2 = 4.180$ ، وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية الذي قيمته $= 0.041$ ، وتعد هذه العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق 0.115 ، وبذلك تتضح صحة هذا الفرض.

الفرض الفرعي (2-ب): توجد علاقة دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً لسن المبحوثين والتحقق من مصداقية وصحة الأخبار الإلكترونية قبل تشاركتها.

جدول (24)

العلاقة بين سن المبحوثين والتحقق من مصداقية وصحة الأخبار الإلكترونية قبل تشاركتها

التحقق من مصداقية وصحة الأخبار	18 إلى 24		25 إلى 34		35 إلى 40		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
التحقق	164	84.1%	63	91.3%	41	82%	268	85.4%
عدم التحقق	31	15.9%	6	8.7%	9	18%	46	14.6%
الإجمالي	195	100%	69	100%	50	100%	314	100%

$\chi^2 = 2.648$ درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.266

يتضح من الجدول السابق عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين سن المبحوثين وتحققهم من صحة ومصداقية الأخبار الإلكترونية قبل تشاركتها عبر التطبيقات والمواقع الإلكترونية المختلفة، حيث بلغت $\chi^2 = 2.648$ ، وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية الذي قيمته $= 0.266$ ؛ لأنه أكبر من 0.05 ، وبذلك لم تتضح صحة هذا الفرض.

الفرض الفرعي (2-ج): توجد علاقة دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي للمبحوثين والتحقق من مصداقية وصحة الأخبار الإلكترونية قبل تشاركتها.

جدول (25)

العلاقة بين المستوى التعليمي للمبحوثين والتحقق من مصداقية وصحة الأخبار الإلكترونية قبل تشاركتها

التحقق من مصداقية الأخبار قبل تشاركتها	تعليم متوسط		فوق المتوسط		جامعي		دراسات عليا		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
التحقق	17	94.4%	20	100%	209	84.6%	22	75.9%	268	85.4%
عدم التحقق	1	5.6%	—	—	38	15.4%	7	24.1%	46	14.6%
الإجمالي	18	100%	20	100%	247	100%	29	100%	314	100%

$\chi^2 = 6.818$ درجة الحرية = 3 مستوى المعنوية = 0.078

يتضح من الجدول السابق عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي للمبوهين وتحققهم من صحة ومصداقية الأخبار الإلكترونية قبل تشاركها عبر التطبيقات والمواقع الإلكترونية المختلفة، حيث بلغت $\chi^2 = 6.818$ ، وهذه القيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى المعنوية الذي قيمته $= 0.078$ ، وبذلك لم تتضح صحة هذا الفرض.

الفرض الفرعي (2- د): توجد علاقة دالة إحصائية بين المبوهين وفقًا للمستوى الاجتماعي الاقتصادي للمبوهين والتحقق من مصداقية وصحة الأخبار الإلكترونية قبل تشاركها.

جدول (26)

العلاقة بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي للمبوهين والتحقق من مصداقية وصحة الأخبار الإلكترونية قبل تشاركها

مدى التحقق من مصداقية وصحة الأخبار	منخفض		متوسط		مرتفع		الإجمالي
	ك	%	ك	%	ك	%	
التحقق	118	88.1%	120	84.5%	30	78.9%	268
عدم التحقق	16	11.9%	22	15.5%	8	21.1%	46
الإجمالي	134	100%	142	100%	38	100%	314

$\chi^2 = 2.113$ درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.348

يتبين من الجدول السابق عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الاجتماعي الاقتصادي للمبوهين ومدى التحقق من مصداقية وصحة الأخبار الإلكترونية قبل تشاركها، حيث بلغت $\chi^2 = 2.113$ ، وهذه القيمة غير دالة إحصائية عند مستوى المعنوية الذي قيمته $= 0.348$ ، لم تتضح صحة هذا الفرض.

ومن خلال العرض السابق يتضح عدم ثبوت صحة الفرض القائل: توجد علاقة دالة إحصائية بين المبوهين وفقًا للعوامل الديموجرافية للمبوهين والتحقق من مصداقية وصحة الأخبار الإلكترونية قبل تشاركها.

3- الفرض الرئيس الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة تشارك المبوهين - عينة الدراسة - للأخبار الإلكترونية ودوافع تشاركهم للأخبار الإلكترونية - الدوافع المعرفية والاجتماعية وتحقيق الذات والتسلية -

جدول (27)

العلاقة بين كثافة تشارك المبحوثين للأخبار الإلكترونية ودوافع التشارك المعرفية والاجتماعية وتحقيق الذات والتسلية باستخدام اختبار بيرسون

دوافع التسلية		دوافع تحقيق الذات		الدوافع الاجتماعية		الدوافع المعرفية		كثافة تشارك المبحوثين للأخبار الإلكترونية
p	r	p	r	P	r	P	R	
0.007	0.151	0.000	0.198	0.000	0.198	0.157	0.080	

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين كثافة تشارك المبحوثين للأخبار الإلكترونية والدوافع الاجتماعية؛ لأن قيمة معامل بيرسون 0.198، وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.000، كما توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين كثافة تشارك المبحوثين للأخبار الإلكترونية ودوافع تحقيق الذات؛ لأن قيمة معامل بيرسون 0.198، وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.000، ويتبين أيضاً وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين كثافة تشارك المبحوثين للأخبار الإلكترونية ودوافع التسلية؛ لأن قيمة معامل بيرسون 0.151، وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.007، وعلى الرغم من ذلك يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة تشارك المبحوثين للأخبار الإلكترونية والدوافع المعرفية؛ لأن قيمة معامل بيرسون 0.080، وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.157. وهذا الأمر منطقي لأن الدوافع المعرفية تتحقق بمجرد قراءة الأخبار الإلكترونية وليس من خلال تشاركها.

ومما سبق يتبين ثبوت صحة الفرض جزئياً والقائل: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة تشارك المبحوثين - عينة الدراسة - للأخبار الإلكترونية ودوافع تشاركهم للأخبار الإلكترونية - الدوافع المعرفية والاجتماعية وتحقيق الذات والتسلية حيث إنه لم تتحقق العلاقة بين كثافة التشارك للأخبار الإلكترونية والدوافع المعرفية ولكنها تحققت مع باقي الدوافع.

4- الفرض الرئيس الرابع: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى متابعة المبحوثين - عينة الدراسة - للأخبار الإلكترونية وكثافة تشاركها عبر تطبيقات ومواقع الإنترنت.

جدول (28)

العلاقة بين مدى متابعة الأخبار الإلكترونية وكثافة تشارك المبحوثين للأخبار الإلكترونية باستخدام اختبار بيرسون

كثافة تشارك المبحوثين للأخبار الإلكترونية		مدى متابعة الأخبار الإلكترونية
p	R	
0.000	0.327	

ويتبين من الجدول السابق وجود علاقة بين مدى متابعة الأخبار الإلكترونية وكثافة تشارك المبحوثين للأخبار الإلكترونية؛ لأن قيمة معامل بيرسون 0.327 وهذه القيمة دالة إحصائيًا عند مستوى المعنوية 0.000؛ لأنه أقل من 0.05، أي أن هناك علاقة ارتباطية طردية بين مدى متابعة الأخبار الإلكترونية وكثافة تشارك الأخبار الإلكترونية، وهي نتيجة منطقية - من وجهة نظر الباحثة - فكلما زاد تعرض ومتابعة المبحوث للأخبار الإلكترونية كلما زادت الحاجة لإشباع دوافعه من خلال تشاركه للأخبار الإلكترونية.

ونستنتج مما سبق ثبوت صحة هذا الفرض والقائل: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى متابعة المبحوثين - عينة الدراسة - للأخبار الإلكترونية وكثافة تشاركها عبر تطبيقات ومواقع الإنترنت.

5- الفرض الرئيس الخامس: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع الأخبار الإلكترونية وكثافة تشارك المبحوثين - عينة الدراسة - للأخبار الإلكترونية.

جدول (29)

العلاقة بين نوع الأخبار، وكثافة تشارك المبحوثين - عينة الدراسة - لها باستخدام اختبار بيرسون

علمية وأكاديمية		فنية		التكنولوجيا		اقتصادية		صحية		سياسية		رياضية		ثقافية		كثافة تشارك المبحوثين للأخبار الإلكترونية
p	r	p	r	p	r	p	r	p	r	p	r	p	r	p	r	
0.831	-0.012	0.132	0.085	0.493	-0.039	0.001	0.190	0.466	0.041	0.064	0.105	0.014	0.138	0.179	0.076	

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيًا بين الأخبار الرياضية، وكثافة تشارك المبحوثين لها؛ لأن قيمة معامل بيرسون 0.138، وهذه القيمة دالة إحصائيًا عند مستوى المعنوية 0.014 ويرتبط ذلك من وجهة نظر الباحثة بتفضيلات المبحوثين عينة الدراسة وهم الشباب للأخبار الرياضية.

وكذلك وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين الأخبار الاقتصادية، وكثافة تشارك المبحوثين لها؛ لأن قيمة معامل بيرسون 0.190، وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.001، وتفسر الباحثة ذلك بأن الأحداث الجارية – من وجهة نظر الباحثة – تفرض طبيعتها على الساحة، ويتشارك المبحوثون الأخبار الاقتصادية في وقت الأزمات الاقتصادية التي مرت بها البلاد في فترة تطبيق البحث.

ونستنتج مما سبق ثبوت صحة هذا الفرض جزئياً لوجود علاقة بين نوع الأخبار الرياضية والاقتصادية وكثافة تشاركها بينما لم تتضح صحته مع أنواع الأخبار الأخرى.

الخلاصة ومناقشة نتائج الدراسة:

يُعد تفاعل القارئ الإلكتروني مع وسائل الإعلام الجديدة من أبرز سمات هذه الوسائل. ومن ضمن أشكال هذا التفاعل تشارك الأخبار الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعية وتطبيقات الإنترنت المختلفة، وقد لوحظ أن المستخدم هو الذي يختار ما يقوم بنشره وتداوله من كم هائل من الأخبار الإلكترونية التي يتعرض لها، وهو ما يشكل بُعداً جديداً في مفهوم نظرية الاستخدامات والنظرية الاستخدامات والإشباع، وأيضاً ما تؤكد نظرية المجتمع الشبكي حيث يربط بين الأفراد علاقات عبر الاتصال بالإنترنت، ويقوم من خلالها الأفراد بتداول وتبادل المعلومات المتمثلة في الأخبار الإلكترونية.

ومن هنا يمكن للمتتبع لاستخدامات الشباب للإنترنت أن يلاحظ أنها تغيرت بشكل قوي وملحوظ في ظل التغييرات التكنولوجية الحديثة دائمة التطور، بالإضافة إلى انتشار الثقافة الرقمية بين الشباب المصري، والتحول الرقمي في كافة المؤسسات ووسائل الإعلام على اختلاف أنواعها؛ القومية منها والخاصة والحزبية.

ويجدر بالذكر أن هناك العديد من العوامل التي تؤثر في تشارك المستخدم للأخبار الإلكترونية كأحد أشكال التفاعل الإلكتروني، ومن المهم إلقاء الضوء عليها ودراستها عن كثب؛ لما يمثله التشارك من أهمية بالغة لدى أغلب الشباب، وتأثر هذا التشارك بالمجريات الحادثة في المجتمع؛ ولذا سعت الباحثة لدراسة العوامل المؤثرة في تشارك الشباب المصري للأخبار الإلكترونية، ورصد دوافع تشاركتهم لتلك الأخبار، والتعرف على مدى متابعتهم للأخبار الإلكترونية، وإلقاء الضوء على مفهوم المجتمع الشبكي الذي يساعد على تشارك الشباب – عينة الدراسة – للأخبار الإلكترونية، واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وأداة الاستبيان بالمقابلة، وبالتطبيق على عينة قوامها 400 مبحوث ممن يستخدمون الإنترنت خلال المدى الزمني للدراسة في ما بين 2017/5/14 وحتى 2017/6/4، توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

• عدد المبحوثين الذين يتابعون الأخبار الإلكترونية بشكل دائم جاء في المرتبة الأولى، ويأتي في المرتبة الثانية المبحوثون الذين يتابعونها أحياناً، أما عن عدد

المبحوثين الذين نادراً ما يتابعون الأخبار الإلكترونية في المرتبة الأخيرة، وهو ما يعكس مؤشرات إيجابية نحو متابعة الأخبار الإلكترونية ويدل ذلك أيضاً - من وجهة نظر الباحثة - على وعي الشباب بأهمية متابعة الأخبار الإلكترونية وحرصهم على متابعة الأحداث الجارية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أحمد فرغلي، 2012) التي توصلت إلى زيادة نسبة المبحوثين الذين يتابعون وسائل الإعلام الإلكترونية، وأن الدوافع وراء ذلك البحث عن المعلومات والانضمام إلى مجموعات الفيس بوك، ومتابعة مواقع الجريدة على الإنترنت؛ لأنها تقدم أدوات تسهل للمستخدم الوصول إلى قواعد البيانات بسهولة.

• أكثر التطبيقات استخداماً بين عينة الدراسة هو الفيس بوك بنسبة 93%، ويأتي في المرتبة الثانية تطبيق الواتس آب ثم جوجل ، وكان التطبيق الأقل استخداماً هو ماي سبيس ، وبعض التطبيقات الأخرى التي ذكرها المبحوثين كتطبيق إيمو ويوتيوب ، وهو ما يتفق مع دراسة (نجوى إبراهيم ، 2015)، والتي أكدت على أن العدد الأكبر من المبحوثين مشتركون في موقع الفيس بوك منذ ثلاثة أعوام فأكثر بنسبة 74%.

• أغلب المبحوثين - عينة الدراسة - يتشاركون الأخبار الإلكترونية عبر التطبيقات والمواقع الإلكترونية المختلفة ، وهو ما يؤكد على أهمية التشارك للأخبار ، وأهمية دراسة العوامل المتعلقة بدوافع هذا التشارك من وجهة نظر الباحثة، وهذا ما أبرزته دراسة (Hawe,2011) أن تشارك الأخبار أصبح سلوكاً اجتماعياً، فأكثر من نصف العينة يشعرون أنهم أكثر اطلاعاً على الأخبار الإلكترونية نتيجة تشاركها عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، وهذه النتيجة تعكس مؤشرات إيجابية نحو تشارك الأخبار الإلكترونية.

• أما عن كثافة التشارك فكان العدد الأكبر من الشباب عينة الدراسة يتشاركون الأخبار الإلكترونية أحياناً عبر التطبيقات التي يستخدمونها، ويؤكد ذلك على أن المستخدمين - عينة الدراسة - ينتفون ما يتشاركونه مع الآخرين، فليس كل الأخبار التي يتعرضون لها يتشاركونها، وإنما يختارون من بينها وهو ما يؤكد مفهوم نظرية المجتمع الشبكي حيث يتم اختيار المحتوى من تدفقات هائلة من الأخبار الإلكترونية ويتم التحكم فيه من قبل الجهات المتفاعلة وتشاركه مع الآخرين، والذين يتشاركون الأخبار بشكل دائم جاء في المرتبة الثانية والذين يتشاركونها نادراً في المرتبة الأخيرة .

• تشارك المبحوثين للأخبار أكثر من مرة في اليوم يأتي في المرتبة الأولى، ثم يأتي التشارك لمرة واحدة في الأسبوع ، وفي المرتبة الثالثة يأتي التشارك يومياً لمرة واحدة ، وفي المرتبة الأخيرة يأتي التشارك لأكثر من مرة في الأسبوع ، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (Hawe,2011) حيث كانت نتائجها أن نسبة مشاركة الأخبار عدة مرات في اليوم جاء في المرتبة الأخيرة ، ونسبة من يتشاركونها عدة

مرات شهرياً في المرتبة الأولى، وقد يرجع هذا الاختلاف إلى اختلاف العينة البشرية وفترة تطبيق الدراسة.

• أعلى صحف ومواقع إلكترونية يقوم المبحوثون بتشارك أخبارها هي اليوم السابع، والمصري اليوم، والوطن. بينما كانت جريدة الوفد هي الأقل في تشارك المبحوثين أخبارها، والأسبوع، وجريدة الموجز، وكورة سبورت، وCapitano في أخرى تذكر. ويدل ذلك - من وجهة نظر الباحثة - على أن المبحوثين عينة الدراسة يتقنون في أخبار الصحف المستقلة مقارنة بباقي المواقع الإخبارية ووكالات الأنباء والصحف الإلكترونية؛ وبالتالي يتشاركون أخبارها مع الآخرين، وقد ترجع هذه النتيجة إلى أن هذه الصحف هي الأكثر متابعة من قبل المبحوثين وبالتالي الأكثر تشاركاً لأخبارها من قبلهم.

• أكثر الأخبار التي تم تشاركتها من قبل المبحوثين عينة الدراسة كانت الأخبار الفنية، والرياضية، والصحية، وجاءت الأخبار السياسية، والاقتصادية والعلمية، والأكاديمية في المرتبة الأخيرة، وتفسر الباحثة ذلك بأن المبحوثين لا يفضلون تشارك الأخبار السياسية حتى لا يعرف الآخرون رأيهم السياسي، وهو ما أكد عليه أحد المبحوثين خلال ملء الاستمارة: "أنا خائف أروح في داهية" عند سؤاله عن الاتجاه نحو نشر الأخبار السياسية، وتفسر الباحثة أن المبحوثين لا يفضلون تشارك الأخبار الاقتصادية والعلمية والأكاديمية بسبب جدية هذه النوعية من الأخبار، وهو ما يتفق مع دراسة (Trilling, Tolochko & Burscher, 2017) حيث أكدت على أن الأخبار المتعلقة بالقضايا الخفيفة والقضايا الداخلية في المجتمع أكثر جذباً في عملية التشارك من الأخبار السياسية والاقتصادية التي تعتبر من الأخبار الجادة، وأن اهتمامات واحتياجات الفرد وإدراكه للأخبار من ضمن العوامل المؤثرة في عملية تشارك الأخبار، وهذه النتيجة أكد عليها كاستنلز في نظريته المجتمع الشبكي حيث أن المعلومات والمعرفة هي المحتوى الأساسي في عملية الاتصال بين الجهات المتفاعلة حيث يختار المبحوثين نوع المعلومات التي يتشاركتها داخل المجتمع الشبكي.

• الهاتف المحمول هو الأكثر استخداماً من قبل المبحوثين عينة الدراسة في التشارك للأخبار الإلكترونية، ثم جاء اللاب توب في المرتبة الثانية، ثم التابلت والحاسب المنزلي في المراتب الأخيرة، وتفسر الباحثة ذلك بانتشار الهواتف المحمولة الذكية وصغر حجمها وانخفاض أسعار باقات الإنترنت؛ وبالتالي يزداد التشارك للأخبار عبر الهواتف المحمولة، وهو ما يؤكد على أن توافر الإمكانيات التكنولوجية يساعد على تشارك الأخبار وفقاً لدراسة (M. Almgren & Olsson, 2016)، وقد يكون السبب أيضاً إمكانية تحميل تطبيقات على الهاتف المحمول كتطبيقات الصحف مثلاً، وهو ما يساعد على تشارك الأخبار بسهولة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (نجوى إبراهيم، 2015) التي توصلت إلى أن الهاتف المحمول جاء في الترتيب الأول كأكثر وسيلة يستخدمها المبحوثون في متابعة

الأخبار، ثم اللاب توب، وجاء الكمبيوتر المنزلي والحاسب اللوحي في المراتب الأخيرة، وتفسر الباحثة ذلك بأنه من الطبيعي المتابعة وتشارك الأخبار تكون من نفس الوسيلة، فلا يقوم المبحوث بمتابعة خبر من وسيلة وتشاركها من وسيلة أخرى ، وتعكس هذه النتيجة مؤشرات إيجابية نحو مستقبل صحافة الموبايل ، ويجدر بالذكر أن الأجهزة التي استخدمها المبحوثين في تشارك الأخبار الإلكترونية هي أوعية إلكترونية نتاج التكنولوجيا الحديثة وتكنولوجيا المعلومات ، ولديها قدرة على الاتصال بالإنترنت ؛ لتحقيق الترابط داخل المجتمع الشبكي ، وإقامة علاقات بين المبحوثين المتفاعلين لتداول المعلومات داخل النظام الافتراضي وهو ما أكدته نظرية المجتمع الشبكي .

• المبحوثون – عينة الدراسة – يتشاركون الأخبار الإلكترونية عبر التطبيقات المختلفة مع الأصدقاء في المرتبة الأولى ، ثم مع الأقارب في المرتبة الثانية، وأفراد الأسرة في المرتبة الثالثة، وجاء تشاركها داخلياً مع شخص بعينه، ومع أعضاء جروب، أو مجموعة معينة في المرتبة الأخيرة، والتشارك مع أفراد الأسرة جاء في المرتبة الثالثة بعد الأصدقاء والأقارب هذا مؤشر خطير اجتماعياً من وجهة نظر الباحثة لابتعاد الشباب عن التواصل الإلكتروني مع أفراد الأسرة، وهذا ما أكده بعض المبحوثين أثناء ملء الاستمارة "أنا عامل لأفراد أسرتي كلهم Block"، وأكد بعضهم أيضاً أن الواقع الافتراضي يأتي على حساب الحياة الأسرية والاجتماعية الحقيقية.

• الصور المصاحبة للأخبار هي من أكثر العناصر التي يتشاركها المبحوثون عينة الدراسة ثم الفيديوهات ، وتفسر الباحثة ذلك بأن الصور والفيديوهات هي الأكثر جذباً للمبحوثين؛ وبالتالي يتم تشاركها بشكل أكبر من العناصر الأخرى، ثم جاء تشارك كل العناصر التي يحتويها ، وجاءت التسجيلات الصوتية في المرتبة الأخيرة بنسبة 7.6%، وتفسر الباحثة ذلك بقلة التسجيلات الصوتية التي تصاحب الأخبار الإلكترونية ، وسواء كانت هذه العناصر صور فوتوغرافية أو فيديوهات أو مقاطع صوتية كلها أشكال مختلفة من المعلومات التي يتشاركها المبحوثين ، وهو ما يمثل أحد مزايا المجتمع الشبكي الذي أشار إليه كاستلز وهو المرونة وتوافر الخصائص الأساسية لإدارة المحتوى في هذا العالم الافتراضي المتغير ؛ حيث يمكن تشارك المعلومات النصية أو المرئية كجزء من مجتمع المعرفة المتاح ، والذي يقوم على الدعم المتبادل بين الأطراف المتفاعلة التي تتشارك الأخبار الإلكترونية .

• أكثر أسلوب يستخدمه المبحوثون في التشارك للأخبار الإلكترونية عبر التطبيقات المختلفة كان تشارك الأخبار على الصفحة الشخصية ، واقتربت نسب أساليب التشارك من خلال التشارك مع كتابة التعليقات عليها أو عمل mention لأحد الأصدقاء وتسجيل الإعجاب بها ، وجاء إرسالها عبر البريد الإلكتروني والهاتف المحمول في المراتب الأخيرة. وهو ما يتفق مع دراسة (Hawe, 2011) حيث كان تشارك الأفراد للأخبار الإلكترونية مع كل الأشخاص عبر

صفحاتهم هي النسبة الأعلى، ثم البريد الإلكتروني، ورسائل الموبايل، والمانجر في المراتب الأخيرة، وهو ما أكدت عليه دراسة (M. Almgren & Olsson, 2016)؛ والذيتلخص في أن عملية تشارك الأخبار تتم بمجرد توافر العوامل التكنولوجية والاجتماعية التي تساعد على عملية التشارك.

• جاءت الأخبار التي يتشاركها المبحوثون عينة الدراسة على المستوى المحلي في المرتبة الأولى، وهذا أمر منطقي لتحقيق القيمة الإخبارية القاربة للمبوحين، ثم الأخبار على المستوى الدولي، وجاءت الأخبار الإقليمية في المرتبة الأخيرة. وهو ما يتفق مع دراسة (Trilling, Tolochko & Burscher, 2017) والتي أكدت على أن القيم الإخبارية تساعد على تشارك الأخبار، منها البعد الجغرافي، والصراع والاهتمامات الإنسانية، وتساعد مواقع التواصل الاجتماعي على تشارك الأخبار، مثل الفيس بوك وتويتر، ودراسة (M. Almgren & Olsson, 2016) التي توصلت إلى أن الصحف المحلية لها النصيب الأكبر من التشارك، وتعليقات الجمهور على أخبارها مقارنة بالصحف الإقليمية؛ لأن القيمة الخبرية لعامل القاربة معيار قوي للاتصال عبر مواقع الأخبار.

• الأخبار الجيدة هي الأكثر تشاركًا من قبل المبحوثين، وتأتي بعدها الأخبار المثيرة، وجاء تشارك الأخبار الإلكترونية السينة في المرتبة الأخيرة، ويدل ذلك على وعي المبحوثين بنوعية الأخبار التي يتشاركونها، وهو ما يتفق مع دراسة (Trilling, Tolochko & Burscher, 2017) والتي توصلت إلى أن القيم الإخبارية تحولت إلى قيم تشاركية تلعب دورًا في التنبؤ بعدد التشاركات للأخبار الإلكترونية، وأن القيم الإيجابية والسلبية في الأخبار، والأخبار الحصرية من أهم القيم التشاركية التي تساعد على تشارك المبحوثين للأخبار.

• يتحقق أغلب المبحوثين من صحة ومصداقية الأخبار الإلكترونية قبل تشاركها عبر التطبيقات المختلفة، بينما عدد قليل من المبحوثين لم يتحققوا من صحة ومصداقية الأخبار الإلكترونية. ويدل ذلك على حرص المبحوثين على عدم تشارك الشائعات أو الأخبار المغلوطة، وعلى الرغم من ذلك فإن هذه النتيجة تعكس مؤشرات إيجابية نحو الأخبار الإلكترونية التي يتم تشاركها عبر التطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي، والتي تحظى بمصداقية الشباب لها، وهو أمر خطير لأنه من الممكن إستغلال ذلك في توجيه الشباب نحو اتجاهات سياسية أو اجتماعية أو دينية معينة، ونشر أخبار تفيد دول معادية، خاصة أن الشباب يتأكدوا من صحة الأخبار ومصداقيتها من خلال مواقع الإنترنت، وهو ما جاء في النتيجة التالية، وتدل هذه النتيجة على قدرة المبحوثين على إدراك المعلومات التي يتم تداولها وتوقع سلوك التشارك وعواقبه وبالتالي يتم التحقق من مصداقية المعلومات الواردة في الأخبار الإلكترونية قبل تشاركها وهو ما

يؤكد على نظرية المجتمع الشبكي حيث للأطراف المتفاعلة " المبحوثين " القدرة على إدارة المحتوى؛ فالأخبار التي تحظى بالمصداقية يتم تشاركتها .

• أكثر أسلوب يستخدمه المبحوثون للتأكد من صحة ومصداقية الأخبار التي يتم تشاركتها هو البحث جيداً على مواقع الإنترنت قبل التشارك ، وتفسر الباحثة ذلك باعتبار أن وسيلة الإنترنت هي الوسيلة الأكثر تعرضاً لها من قبل الشباب ويفضلونها مقارنة بالوسائل الأخرى التقليدية، ثم قراءة التعليقات على الأخبار ، باعتبار أن التعليقات على الأخبار أحد أشكال الرأي العام للمستخدمين، وجاء في المرتبة الأخيرة الرجوع للكتب والمراجع ، وهو أمر منطقي لأنها من المصادر التقليدية التي لا يفضلها أغلب الشباب. وهذا ما أكدته مانويل كاستلز في نظريته البناء الشبكي حيث أشار إلى الاتصال الجماهيري الذاتي حيث أن الإنترنت والشبكة العنكبوتية والاتصالات اللاسلكية ليست وسائل إعلام بالمعنى التقليدي بل هي وسائل اتصال تفاعلية، فالإنترنت تستخدم في نشر وتبادل الوثائق والمعلومات سواء كانت نصوص أو فيديو هات أو ملفات صوت ومعنى ذلك تحويلها إلى صيغة رقمية وأصبحت الإنترنت جزء من النسيج الاتصالي لحياتنا في العمل والاتصال الشخصي وإقامة شبكات إجتماعية ومن أجل الترفيه والخدمات العامة وغيرها من الأغراض ، وتساعد أيضاً على الوصول إلى وسائل إعلام جماهيرية تقليدية كالصحف والراديو والتلفزيون ؛ وبالتالي فإن الإنترنت هي الوسيلة المفضلة لدى المبحوثين لأنها الوسيلة الأشمل التي تحقق التفاعل بين الأفراد.

• جاء الاتجاه نحو تنوع العناصر في الأخبار الإلكترونية التي يتشاركونها بشكل مرتفع ، والاتجاه المتوسط في المرتبة الثانية ، والاتجاه المنخفض في المرتبة الأخيرة ، وفيما يخص الاتجاه نحو التشارك أكد بعض المبحوثين "التشارك له أهمية كبيرة في حالة الاقتناع بالفكرة التي يحتويها الخبر، ويتم التشارك أحياناً لتوجيه الأصدقاء لرأي معين يتفق مع رأيي، وقد أتشارك لأني مقتنع برأي الشخص الذي يتشارك معي الأخبار"

• عبارتا "يتيح التشارك التواصل الدائم مع الآخرين، ويساعد التشارك للأخبار الإلكترونية على معرفة الرأي العام والسائد حول موضوع الأخبار المتشاركة" هما الأعلى في المتوسطات الحسابية، وهو ما يعكس الاتجاه الإيجابي لدى مفردات العينة نحو التشارك للأخبار الإلكترونية، وهو ما يؤكد على أهمية ذلك التشارك ويتفق جزئياً مع دراسة (نجوى إبراهيم، 2015) والتي توصلت إلى أن أكثر الأسباب لمتابعة الأخبار هو الحصول على المعلومات عن الأحداث الجارية في المرتبة الأولى، ثم التعرف على وجهات نظر مختلفة وسهولة التفاعل مع المحتوى، وهذا نتيجة تركيز تلك الدراسة على الدوافع وراء متابعة المبحوثين للأخبار الإلكترونية، بينما الدراسة الحالية تركز على الدوافع وراء تشارك تلك الأخبار.

• جاء الاتجاه المحايد – لإجمالي عينة المبحوثين الذين يتشاركون الأخبار الإلكترونية – نحو التشارك للأخبار الإلكترونية في المرتبة الأولى ، ثم الاتجاه

الإيجابي نحو تشارك الأخبار الإلكترونية ، وفي المرتبة الأخيرة الاتجاه السلبي نحو التشارك ، وعلى الرغم من ذلك جاءت كثافة التشارك المرتفع للأخبار الإلكترونية لدى المبحوثين في المرتبة الأولى ، وكثافة التشارك المتوسط في المرتبة الأخيرة، ثم التشارك المنخفض . أي أن هناك تضاربًا بين الاتجاه نحو التشارك للأخبار الإلكترونية، وسلوك التشارك نفسه، وتفسر الباحثة ذلك باعتبار أنه ليس كل الأخبار يتم تشاركتها، فهناك أخبار يستبعدونها المبحوثون من التشارك وأخبار أخرى يتشاركونها؛ فكانت النسبة الأكبر للاتجاه المحايد نحو تشارك الأخبار.

• إن أكثر الدوافع المعرفية من تشارك الأخبار كانت استعادة الأخبار في حالة الحاجة إليها ومتابعة الأحداث الجارية ، وهو ما يتفق مع دراسة (نجوى إبراهيم ، 2015) التي توصلت إلى أن الدوافع لمتابعة المبحوثين لمحتوى الصحف الإلكترونية هي الحصول على المعلومات عن الأحداث الجارية واكتساب معلومات تتعلق بالاهتمامات الشخصية، أما الدوافع الاجتماعية فكان أكثرها التفاعل مع الآخرين، ولأن التشارك وسيلة فعالة لتغيير أفكار الآخرين ، وبالنسبة لدوافع تحقيق الذات كان أكثرها تكرارًا زيادة الثقة بالنفس ، ودوافع التسلية والإمتاع، فكان أكثرهما ارتباطًا بالأخبار الإلكترونية بموقف مضحك مع الأشخاص الذين يتم التشارك معهم وتبادل الأخبار الكوميديّة مع الآخرين، وتتفق هذه النتيجة أيضًا مع دراسة **Howa, (2011)** التي توصلت إلى أن الأفراد يتشاركون الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ لأنهم يريدون التواصل مع غيرهم للحفاظ على هذه العلاقات، والاستمتاع بمناقشة الأحداث الجارية، ولأن الأخبار التي يتم تشاركتها مفيدة للآخرين.

• دقة الأخبار والمعلومات المنشورة جاءت على رأس العوامل التي تزيد من عملية تشارك الأخبار ، ثم توافر عناصر الصوت والفيديو التي تدعم الأخبار الإلكترونية ، وجاء وجود تصميم إلكتروني يتناسب مع الوسيلة الإلكترونية التي يتم من خلالها التشارك، وعوامل شكل ولون وحجم الخط الخاص بالأخبار الإلكترونية في المرتبة الأخيرة ، وتفسر الباحثة ذلك بأنه على الرغم من أن الشكل والمضمون متكاملان إلا أن المضمون له أهمية أكبر لدى المبحوثين عينة الدراسة مقارنة بالشكل؛ لأن معيار التشارك الرئيسي هو تشارك المضمون، أو قد يكون الإخراج الصحفي للأخبار الإلكترونية جيدًا فلا يشعر المبحوثون بضرورة توافر العوامل الشكلية في الأخبار الإلكترونية.

• السبب الرئيس لعدم تشارك المبحوثين للأخبار الإلكترونية هو عدم وجود ثقة في دقة الأخبار ومصداقيتها، وهذا يدل على وعي المبحوثين بضرورة التأكد من صحة الأخبار التي يتم تشاركتها، ثم عدم دخول الأخبار ضمن الاهتمامات ، وهو ما أكدت عليه (Trilling, Tolochko & Burscher, 2017) أن من ضمن أسباب التشارك هو أن تكون الأخبار داخل نطاق الاهتمامات الشخصية، وعدم أهمية الأخبار للمبحوث ، وتساوت نسبة العوامل الآتية : جودة العناصر المصاحبة للخبر نفسه سيئة، كالصور، والفيديوهات، وغيرها، وشكل الخبر غير جذاب، وأغلبية الأخبار

سيئة، ولا يحب المبحوث تشاركتها، وجاء في المرتبة الأخيرة الشعور بالخوف عند تشارك الأخبار التي تعبر عن وجهة نظر مختلفة مع آراء الآخرين، وتفسر الباحثة ذلك بأن تشارك الأخبار هو وسيلة من وسائل التعبير عن الرأي ولا يوجد سبب للخوف من إبداء الرأي من خلال التشارك للأخبار مع الآخرين ، وهذه النتيجة تعكس مؤشرات إيجابية نحو الاختيار الدقيق والمحكم للأخبار التي يتشاركها المبحوثين ، ويدل أيضاً على أهمية العناصر الجرافيكية والتكنولوجية المكملة للخبر.

• يتضح ثبوت صحة الفرض الرئيس الأول جزئياً والقائل: توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للعوامل الديموجرافية للمبحوثين في كل من: مدى المتابعة للأخبار الإلكترونية، وكثافة التشارك، والتنوع في عناصر الأخبار، والاتجاه نحو تشارك الأخبار الإلكترونية، والدوافع المعرفية، والدوافع الاجتماعية، ودوافع تحقيق الذات، ودوافع التسلية، حيث توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للنوع في الاتجاه نحو تشارك الأخبار، ودوافع تحقيق الذات، ودوافع التسلية، ولا توجد فروق دالة إحصائياً مع باقي العوامل، وهو ما يختلف مع (Kuempel , Karnowski & Leonhard, 2016) والتي أكدت على وجود فروق بين المبحوثين وفقاً للسن في كثافة التشارك للأخبار، وفروق بين المبحوثين وفقاً للسن في دوافع تحقيق الذات والدوافع الاجتماعية، ودوافع التسلية، ولا توجد فروق دالة إحصائياً مع باقي العوامل على الرغم من أن دراسة (Hawe, 2011) أكدت على أن المبحوثين تحت سن 35 هم أكثر تشاركاً للأخبار للحصول على النصائح وتحقيق الدوافع المعرفية، كما يتبين وجود فروق بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي في مدى متابعة الأخبار الإلكترونية، والاتجاه نحو تنوع العناصر المتوفرة في الأخبار الإلكترونية ودوافع تحقيق الذات، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (Kuempel , Karnowski & Leonhard, 2016) والتي أكدت على أن المبحوثين ذوي التعليم الأعلى هم أكثر تشاركاً للأخبار الإلكترونية. وقد يرجع هذا الاختلاف إلى نوع الأخبار التي قامت هذه الدراسة باختبارها، وهي الأخبار السياسية، وكذلك اختلاف العينة البشرية. ولا توجد فروق دالة إحصائياً مع باقي العوامل، ووجود فروق بين المبحوثين وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي في مدى متابعة الأخبار الإلكترونية والاتجاه نحو تشارك الأخبار والدوافع الاجتماعية ودوافع تحقيق الذات، ولا يوجد فروق في العوامل الأخرى ، وهو ما أشارت إليه دراسة (Olehnovica, Paulina, Bolgzada, 2013) حيث أن النظام الشبكي وطيد الصلة بالتعليم؛ فمن الضروري توظيف تكنولوجيا المعلومات والثقافة الإعلامية في النظام الشبكي ، وضرورة استبدال الحفظ بالقدرة على تحديد وتحليل وتطبيق المعرفة، وهو ما يؤثر بالطبع على عملية تشارك الأخبار الإلكترونية حيث يقوم المبحوثين بفهم المعلومات الواردة في تلك الأخبار وتحليلها ثم القرار بتشاركتها وللقيام بذلك لابد من توافر التعليم والثقافة الإعلامية والتكنولوجية من أجل فهم المعلومات وتحليلها وتشاركتها .

• لم تتضح صحة ثبوت الفرض الثاني القائل: توجد علاقة دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للعوامل الديموجرافية والتحقق من مصداقية وصحة الأخبار الإلكترونية قبل مشاركتها.

• تبين ثبوت صحة الفرض الثالث جزئياً والقائل: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة تشارك المبحوثين - عينة الدراسة - للأخبار الإلكترونية ودوافع تشاركتهم للأخبار الإلكترونية - الدوافع المعرفية والاجتماعية وتحقيق الذات والتسلية - حيث إنه لم تتحقق العلاقة بين كثافة التشارك للأخبار الإلكترونية والدوافع المعرفية ولكنها تحققت مع باقي الدوافع، وهو ما يتفق جزئياً مع دراسة (Kuempel, Karnowski & Leonhard, 2016) حيث أكدت على أن الدوافع المعرفية والاجتماعية لتشارك الأخبار لها تأثير في الاتجاهات والنوايا وسلوك تشارك الأخبار، ولم يكن هناك أي تأثير لدوافع التسلية على الرغم من أن دراسة (Jeong, Austin, Borah & Pinkleton, 2015) توصلت إلى أن التعرض للأخبار الساخرة يشجع على تشاركتها مع الغير، ويشجع على كسب المعرفة في حالة احتوائها على القليل من المعلومات. وتفسر الباحثة هذا الاختلاف الجزئي بأنه نتيجة اختلاف عينة المبحوثين.

• ثبوت صحة الفرض الرابع، والقائل: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى متابعة المبحوثين - عينة الدراسة - للأخبار الإلكترونية وكثافة تشاركتها عبر تطبيقات ومواقع الإنترنت، وهو أمر منطقي - من وجهة نظر الباحثة - فكلما زادت المتابعة للأخبار الإلكترونية على المواقع، زاد تعرض المبحوثين للأخبار الإلكترونية التي تدخل في نطاق اهتماماتهم، واحتياجاتهم، ويزيد تشاركتهم مع الآخرين من أجل إشباع دوافعهم المختلفة من خلال تشاركتها.

• ثبوت صحة هذا الفرض الخامس جزئياً، والقائل: توجد علاقة بين نوع الأخبار وكثافة التشارك، حيث توجد علاقة بين الأخبار الرياضية والاقتصادية وكثافة تشاركتها، بينما لم تتضح صحته مع أنواع الأخبار الأخرى، وهذا ما أشارت إليه دراسة (Trilling, Tolochko & Burscher, 2017) باعتبار أن من ضمن العوامل التي تؤثر في عملية التشارك اهتمامات الفرد، واحتياجاته، وإدراكه للأخبار، والأخبار المتعلقة بالقضايا الداخلية، وهنا معظم المبحوثين - عينة الدراسة - يفضلون تشارك الأخبار الرياضية؛ لأنها تقع ضمن اهتماماتهم، وبالنسبة للقضايا الاقتصادية فإنها تدخل ضمن القضايا الداخلية للمجتمع، وبناء على ذلك فمن الطبيعي أن تكون هناك علاقة بين نوع الأخبار متمثلة في القضايا الرياضية، والاقتصادية، وكثافة تشاركتها، هذه النتيجة تعكس مؤشرات إيجابية نحو ضرورة اهتمام الصحف والمواقع الإلكترونية على اختلاف أنواعها بمخاطبة اهتمامات واحتياجات الجمهور المستخدم.

• يتضح بتطبيق نظرية المجتمع الشبكي على الدراسة الحالية أن المبحوثين يتشاركون الأخبار الإلكترونية عبر التطبيقات والمواقع المختلفة، ويتبادلون

المعلومات بين الأشخاص الذين يتشاركونها معهم باعتبار أنهم أيضًا أفراد متفاعلون في عملية الاتصال الإلكتروني، ويستخدمونها كإحدى وسائل الاتصال الذاتي الجماهيري؛ فالمستخدمون هم من يقومون بتشارك الأخبار الإلكترونية في النظام الشبكي، والتي قد تصل إلى العالمية؛ نتيجة اتصال هذه الوسائل الحديثة بالإنترنت، وفي الوقت نفسه هم من يقومون باختيار وبت واستقبال الأخبار ذاتيًا.

ويتبين أيضًا أن هناك مجموعة من العلاقات الناشئة بين الأفراد عبر تلك الوسائل الحديثة، تتفاوت قوتها حسب الأشخاص المتفاعلين، ويتم تبادل الأخبار الإلكترونية والمعلومات الواردة بها عبر نظام شبكي مترابط. ويتطلب هذا الأمر توافر الإمكانيات التكنولوجية، والثقافة الإعلامية لدى الأفراد المتفاعلين، وفهمهم وإدراكهم للمعلومات المتبادلة؛ لوجود تدفقات هائلة من الأخبار الإلكترونية يختار منها المبحوثون ما يتشاركونه مع الآخرين للتأثير في عقولهم.

مقترحات الدراسة:

أولاً: مقترحات تطبيقية:

1- ضرورة اهتمام الصحف والمواقع الإخبارية بدمج كل العناصر التي يتيحها الإنترنت من صور، وفيديوهات، وتسجيلات صوتية، ورسوم متحركة، وروابط تشعبية داخل وخارج موقعها مع مضمون الأخبار الإلكترونية؛ لكي يتمكن القارئ من التحقق من مصداقية وصحة الأخبار من ناحية، وسهولة تشارك العناصر التي يرغب القارئ في تشاركتها من ناحية أخرى.

2- أن تتوسع الصحف الإلكترونية بتصميم إصدار خاص لمواقعها على الهاتف المحمول الذكي باعتباره الوسيلة الأكثر استخدامًا بين الشباب، على أن يتم ذلك بناء على أسس علمية وتطبيقية.

3- مراعاة الموضوعية، والتوازن، والدقة في صياغة الأخبار الإلكترونية، والاهتمام بالتركيز على الأخبار الإيجابية، وتلك الأخبار التي تحتوي على قيم القرامة والحالية والإثارة، وعدم التركيز فقط على الأخبار الجادة أو التي تحتوي على الجوانب السلبية فقط.

4- اهتمام المواقع الإخبارية، والصحف - خاصة القومية منها - بأسس الإخراج ومضمون صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي وموقعها الإلكتروني؛ حتى تحظى بأعلى نسب من متابعة الجمهور لها، وضرورة استخدام تطبيق الواتس أب باعتباره ضمن التطبيقات الأعلى استخدامًا لدى الشباب.

5- الأخذ في الاعتبار اهتمامات واحتياجات القارئ الإلكتروني باعتباره أحد حراس البوابة عند تشاركه للأخبار الإلكترونية، وأن تحرص الصحف والمواقع الإخبارية على التواصل الإلكتروني الدائم مع القراء، وتشجيعهم على تشارك الأخبار وكتابة التعليقات وتيسير ذلك من خلال أزرار متحركة وملونة وسهل الوصول إليها.

ثانيًا: مقترحات لدراسات مستقبلية:

- 1- إجراء دراسات تستخدم مقاييس للمصداقية والثقة؛ لرصد العلاقة بين مصداقية الجمهور للأخبار وكثافة تشاركه لها.
- 2- إعداد دراسات تحاول الكشف عن دوافع تشارك الأخبار الإلكترونية لدى فئات أخرى في المجتمع ككبار السن، أو المراهقين، أو المرأة.
- 3- إجراء دراسات خاصة تدرس العلاقة بين تصميم نصوص الأخبار الإلكترونية، وتشاركتها إلكترونياً.
- 4- الاهتمام بدراسات تكشف عن دوافع استخدام صحافة الموبايل لدى الشباب المصري.
- 5- التطرق إلى دراسات لرصد العلاقة بين الأخبار الإلكترونية التي يتم تشاركتها من قبل الجمهور المستخدم، والقيم الإخبارية المتوافرة بها.

- (1) Damian Trilling, Petro Tolochko and Björn Burscher." From Newsworthiness to share Worthiness: How to Predict News sharing Based on article characteristics". **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol.: 94, 2017, p.p:38-60.
- (2) نجوى إبراهيم سيد إبراهيم. "نشر محتوى الصحف الإلكترونية عبر موقعي التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر) وعلاقته بنمط المتابعة الإخبارية لدى الشباب الجامعي، دراسة ميدانية". رسالة ماجستير غير منشورة. [القاهرة: جامعة حلوان، كلية الآداب، شعبة صحافة، 2015].
- (3) أحمد يوسف فرغلي. "دور التقنيات الحديثة في تحول الشباب الجامعي من قراءة الصحافة المطبوعة إلى الإلكترونية". رسالة ماجستير غير منشورة. [الجامعة الهولندية: كلية الإعلام والصحافة، قسم الصحافة، 2012].
- (4) سناء عبد الرحمن. "التفاعلية في الصحافة الإلكترونية ودورها في التعبير عن الرأي، دراسة تحليل لمضمون وجمهور منتدى العربية نت" في المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر بعنوان: الإعلام والإصلاح- الواقع والتحديات، القاهرة، كلية الإعلام، من 7-9 يوليو، 2009، من ص 1013 وحتى 1069.
- (5) Anna Kuempel , Veronika Karnowski and Larissa Leonhard".Why Users share the news: Uncovering the role of motives, attitudes and Intention in predicting news sharing behavior. **Paper presented at the annual meeting of the ICA's 66th Annual conference**, Hilton Fukuoka Sea Hawk, Fukuoka, Japan, Jun9, 2016.
- (6) Susanne M. Almgren and Tabias Olsson." Commenting, Sharing and tweeting News, Measuring online News participation ". **Nordicom Review**, Issue37, and No,2 : 2016 ,p.p: 67-81.
- (7) Minseon Jeong, Erica Austin, Porismita Borah and Pinkleton. "Relationship of Satirical News Viewing and online News-Sharing Behavior to political efficacy Among College Student". **Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 65th Annual Conference** , Caribe Hilton , San Juan , Puerto, May21, 2015
- (8) Sultan Kilinc and Michelle Jordan. "Sharing the Daily News : A Chat Analysis Across Multiple Timescales " **Paper presented at the annual meeting of the LRA 63rd Annual Conference** , Omni Dallas Hotel, Dallas, Texas,4 Dec, 2013
- (9) Jonna Hawe. "Social media and News Consumption". **Unpublished Study, Master Degree, Faculty in Communication and leadership studies school of Professional studies**, (MA Program in Communication and leadership studies,(USA, Gonzaga University, December 2011. Available onlineon 9/3/2017 at : www.web02.gonzaga.edu

*أسماء المحكمين لاستمارة الاستبيان:

-
- أ.د. محمد حسام الدين إسماعيل، أستاذ الإعلام والدراسات الثقافية بكلية الإعلام – جامعة القاهرة .
د. دينا أبو زيد، أستاذ مساعد بكلية الآداب، جامعة عين شمس، قسم علوم الاتصال والإعلام.
د. سلوى سليمان، أستاذ مساعد بكلية الآداب، جامعة عين شمس، قسم علوم الاتصال والإعلام.
د. شيماء عز الدين، مدرس بكلية الآداب، جامعة عين شمس، قسم علوم الاتصال والإعلام.
د. عصام فرج، مستشار المجلس الأعلى للصحافة وعضو الهيئة الوطنية للصحافة.
د. عماد شلبي، خبير إعلامي بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية.
أ.محمد عبد الله، رئيس تحرير مجلة الشباب سابقًا ، بمؤسسة الأهرام.
- (10)Richard Basilisco and Cha Kyung Jin." Uses and gratification motivation for using Facebook and the impact of Facebook usage on social capital and life satisfaction among Filipino users ". **the International Journal of Software Engineering and its Applications**, Vol.: ,9 No4 :, 2015, p. p 181-194, p: 183.
- (11)Jayeon Lee and Hyunjin Song." Why People Post News on Social Networking Sites: A Focus on Technology Adoption, Media Bias, and Partisanship Strength ." **Electronic News**, 2017, p.p:1-21 available online at : sagepub.com/journalsPermissions.nav,Dol:10.1177/1931243117692084
- (12)Anna Kuempel , Veronika Karnowski and Larissa Leonhard, **op. cit**, p. p: 6-7.
- (13)Eridiana Olehnovica, Marite Kravale-Paulina and Ingrida Bolgzada." Doctoral students' competences of using online resources for research purposes in network society". 4th international conference on new Horizons in Education, **Procedia, Social and Behavioral Sciences**, No.106, 2013, pp: 896-900, p.p:896.
- (14)Kon Shing Kenneth Chung and Lynn Crawford." The role of social networks theory and methodology for project stakeholder management,29th world Congress International Project Management Association (IPMA) 2015, IPMA WC 2015, 28-30 September- 1 October 2015, Westin Playa Bonita, Panama.**Procedia, social and behavioral Sciences**, No226 :, 2016, 372-380, p. p: 375-377.
- (15)Eridiana Olehnovica, Marite Kravale-Paulina and Ingrida Bolgzada.op. cit, pp: 897.
- (16)Manuel Castells." **The rise of the Network Society**".United Kingdom, Wiley-Blackwell, A John Wiley & Sons, Ltd, Publication, Second edition with a new preface, 2010, p: 500.
- (17)Gustavo Cardoso, Preface By Manuel Castells".**The Media in the Network Society, Browsing, News, Filters and citizenship** ". Lisboa, Portugal: Centre for research and studies in sociology, 2006, pp.:47,222,223 available online At: Amazon.com under the ISBN 978-1-84753-792-8.

-
- (18) Manuel castells." Toward a Sociology of the Network Society ".**Contemporary Sociology**, Vol.29 :, No5 :, Sep.2000, pp.693-699, p: 695.
- (4)مانويل كاستلز، ترجمة محمد حرفوش. " سلطة الاتصال". [القاهرة : المركز القومي للترجمة، الطبعة الأولى، 2014]. ص.ص103-113.
- (19)Damian Trilling, Petro Tolochko and Björn Burscher, **op. cit**, p: 38.
- (20)Jayeon Lee and Hyunjin Song, **op. cit** , p. p: 14-15
- (21) Aida Shekh Omar, Wan Edura Wan Rashid and Afiza Abdul Majid. "Motivations using social Networking sites on Quality work life"**.Procedia, Social and behavioral Science**, No.:130, 2014, p. p: 524-531.
- (22) Susanne M. Almgren and Tabias Olsson". **op. cit**, p. p 68-70
- (23)Anna Kuempel , Veronika Karnowski and larissa Leonhard , **op. cit**, p. p: 3-5.
- (24) Caitlin Cottrill , Paul Gault, Godwin Yeboah, John D Nelson, Jillian Anable,and Thomas Budd. "Tweeting Transit: An examination of social strategies for transport information management during a large event ". **Transportation Research** , Part C, No.77, 2017, p. p: 421-432
- (25)Jonna Hawe , **op. cit**, p. p:9-11
- (26) Michael A. Beam ,Myiah J. Hutchens and Jay D. Hmielowski." Clicking vs. sharing: The relationship between online news behaviors and political knowledge". **Computers in Human Behavior**, No: ,59 2016, p. p: 215-220, p: 216.
- (27)**Ibid**, p: 218.