

" تصورات الشباب المصري بشأن استجرام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وأثر ذلك على طبيعة استخدامهم له"

دراسة ميدانية

د. عثمان فكري عبد الباقي*

ملخص الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن تصورات عينة من المبحوثين الشباب بشأن موقع التواصل الاجتماعي استجرام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، والتأثيرات الناجمة عن ذلك بشأن دوافع استخدامهم لهذه المنصة.

وظفت الدراسة فروض نظريتي الاستخدامات والاشباع، وثراء الوسيلة. وتم جمع بياناتها من خلال صحيفة استقصاء، ثم جرى توزيعها إلكترونياً على عينة من الشباب المصري من مستخدمي شبكة استجرام، قوامها (300) مبحوثاً في الفئة العمرية 18 و40 عاماً، وذلك لاعتبارات تتعلق بكثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي في هذه الفئة. كما وظفت الدراسة أداة مجموعة النقاش المركزة، للاطلاع بشكل أكثر عمقاً وتفصيلاً عن تصورات عينة من الشباب (10 مبحوثين) بشأن منصة استجرام، وتأثير هذه التصورات على طبيعة استخداماتهم لها.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن ارتفاع مستوى التصورات الايجابية للمبحوثين بشأن اعتبار استجرام مصدراً للمعلومات والأخبار، يرتفع معه مستوى اعتمادهم عليه لهذا الغرض، وتوظيفه في تلبية دوافعهم النفعية والطقوسية. كما توضح النتائج علاقة الارتباط الطردي بين ارتفاع حجم التصورات الايجابية المتعلقة بتوظيف المنصة كمصدر للمعلومات والأخبار، وبين كثافة استخدامها، وارتفاع مستوى تفاعل المبحوثين مع المحتوى المنشور على حساباتها وبين صفحاتها، الأمر الذي كشفت عنه أيضاً نتائج التحليل الكيفي لمجموعة النقاش التي أظهرت أن المبحوثين الذين يستخدمون المنصة منذ عدة سنوات ولساعات طويلة، تكونت لديهم تصورات إيجابية لافتة بشأن قدرة المنصة على أن تلبية جانباً من احتياجاتهم المعرفية والمعلوماتية.

الكلمات المفتاحية: منصة استجرام – تصورات الشباب- دوافع الاستخدام

* مدرس بقسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

The Egyptian youth's perceptions of Instagram as a source of news and information and the impact of these perceptions on their use of it: a field study

Abstract

This study seeks to reveal the perceptions of a sample of young respondents regarding the use of the Instagram platform as a source for obtaining news and information, and its effects on the motivations for their use.

The study employed the hypotheses of the uses and gratifications theory, and the media richness theory. Its data was collected through a survey sheet, which was distributed to a sample of Egyptian youth who are users of the Instagram network, consisting of (300) respondents in the age group between 18 and 40 years.

The study also employed the focus group tool to examine in more depth and detail the perceptions of a sample of young people (10 respondents) regarding the Instagram platform, and the impact of these perceptions on the nature of their use of it.

The results of the study indicated that the higher the positive perceptions of the respondents regarding Instagram as a source of information and news, the higher their level of dependence on it for this purpose, and their use of it to meet their utilitarian and ritualistic motives.

The results also show the direct correlation between the high volume of positive perceptions related to the use of the platform as a source of information and news, the intensity of its use, and the high level of respondents' interaction with the content published on its accounts and between its pages, which was also revealed by the results of the qualitative analysis of the discussion group, which showed that the respondents who use The platform Several years ago and for many hours, they had remarkable positive perceptions about the platform's ability to meet some of their knowledge and information needs.

Keywords: Instagram platform - youth perceptions - motives

مقدمة البحث:

باتت مواقع التواصل الاجتماعية تلعب دوراً حيوياً في عملية توزيع الأخبار واستهلاكها عبر الإنترنت، فالإي جانب أهميتها كمنصات للنشر، تعمل هذه الشبكات على إنشاء أنماط جديدة من استهلاك الأخبار ومشاركتها، لأنها توفر اتصالاً ثابتاً وشاملاً بالمعلومات، يبقي الجماهير على اطلاع دائم، ومن ثم تظهر شبكات التواصل الاجتماعي "كأماكن يلجأ إليها الأفراد عند وقوع حدث معين، خاصة وأنها تتيح لهم البحث عن مزيد من سياق هذه الأحداث، الأمر الذي انعكس على زيادة عدد المستخدمين النشطين على مختلف منصات التواصل الاجتماعي، باعتبارها مصادر حية ومباشرة للمعلومات، خاصة بين الأجيال الشابة". (et Herrero J V., al. 2019. 2)

ووفقاً لاستطلاع أجراه قسم بحوث شبكة الاحصاء الدولية Statista في العام 2021، شمل 2000 مفردة من عدة دول، فإن أكثر من 70% من المشاركين من دول كينيا وجنوب إفريقيا وماليزيا والفلبين، و40% من البالغين في بلجيكا وفرنسا وهولندا وألمانيا واليابان، استخدموا وسائل التواصل الاجتماعي، على اختلاف شبكاتهما، كمصدر للأخبار.

وفي المقابل تعترف قطاعات كبيرة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي حول العالم بأنهم لا يثقون في المنصات الاجتماعية سواء كمصادر إعلامية أو كطريقة للحصول على الأخبار، ومع ذلك يستمرون في الوصول إلى هذه الشبكات على أساس يومي. (Watson. Amy. 2021, www.statista.com)، ما يعني أن شبكات التواصل الاجتماعي قد تجاوزت وظيفتها الرئيسية كونها وسيلة للتواصل الاجتماعي إلى كونها مصدرًا للمعلومات والأخبار، ومن ثم أصبحت تلعب دوراً في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور إزاء قضايا عدة.

وبالتالي، فإن الأهمية المركزية التي تتمتع بها وسائل التواصل الاجتماعي غيرت الطريقة التي يستهلك المستخدمون من خلالها الأخبار ويتفاعلون معها؛ حيث يمكنهم العثور على الأخبار حتى لو لم يسعوا بنشاط للحصول عليها؛ حيث يتعرض المتصفحون عن غير قصد للمعلومات عندما يتابعون نقاشات المستخدمين على صفحات التواصل الاجتماعي، أو عندما يتم عرض روابط خاصة بمحتويات إخبارية عبر صفحات الصحف ووسائل الإعلام التي يشترك بها الأفراد عبر حساباتهم على شبكات التواصل الاجتماعي، حتى بات هناك رابطاً واضحاً بين تصفح صفحات التواصل الاجتماعي، وزيادة استهلاك الأخبار (Fletcher and Nielsen. 2018. 2)، من خلال تعريض المزيد من المستخدمين لمحتوى الأخبار بطريقة عرضية، وهو ما قد يساعد المؤسسات الإخبارية في جذب المزيد من مستهلكي الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي (Wirfs-Brock & Quehl. 2019.1)

وفي هذا السياق، اتجهت المؤسسات الإعلامية إلى وضع منافذ ومنصات لها عبر هذه الشبكات، في محاولة للوصول إلى جمهور إضافي، والتسويق لأخبارها وموضوعاتها، وتحقيق بعض المكاسب والأرباح، مستغلة في ذلك ما توفرها هذه المنصات من مزايا أبرزها: عرض الصور والفيديوهات والبث المباشر للحدث، بالإضافة إلى رصد ومتابعة ردات الفعل حول كل ما تقوم بعرضه.

" تصورات الشباب المصري بشأن استجرام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وأثر ذلك على طبيعة استخدامهم له"

وعلى الرغم من نشأة استجرام كمنصة مرئية موجهة نحو التفاعل الشخصي بين المستخدمين، ومشاركة بعض لحظات حياتهم مع الأصدقاء من خلال سلسلة من الصور ومقاطع الفيديو، غير أن وسائل الإعلام غيرت من نظرتها للمنصة، ووظفتها كأداة للتفاعل مع المصادر ومشاركة القصص والمحتوى، وإظهار ما يحدث وراء الكواليس وخلف الصور، فضلاً عن تعزيز رؤية العلامة التجارية للمؤسسة والتفاعل مع الشباب.

(Herrero J V., et al. 2019. 3)

وقد أظهر تقرير الأخبار الرقمية الصادر عن معهد رويترز لعام 2020 أن استخدام استجرام كمصدر للأخبار قد تضاعف منذ عام 2018، وأن ما يقرب من ربع سكان المملكة المتحدة الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 24 عامًا يستخدمون المنصة كمصدر للأخبار حول فيروس كورونا. ووفقاً لهذا التقرير، يأتي استجرام خلف تويتر بنقطة واحدة فقط، عندما يتعلق الأمر بالمستخدمين الذين يعتمدون عليه كمصدر إخباري. ويفترض الباحثون أنه إذا استمر الاهتمام العام والتركيز على استجرام في النمو، فقد يحل قريباً محل تويتر (Reuters Institute Digital News Report 2020 (ox.ac.uk)

وفي هذا الإطار، فإن الدراسة الحالية تسعى نحو التحقق من مستوى تأثير تصورات المبحوثين بشأن استجرام كمصدر إخباري على دوافع استخدامهم له، واعتمادهم عليه كمصدر موثوق للمعلومات والأخبار.

مشكلة البحث:

في ظل ما بات ثابتاً علمياً من استخدام متزايد من قبل جمهور الشباب لمنصات التواصل الاجتماعي، ليس فقط باعتبارها أدوات للتواصل والترفيه، ولكن بوصفها منافذ للحصول على المعلومات والأخبار، فضلاً عن التوسع من قبل المؤسسات الإعلامية في توظيف هذه الشبكات إما كمنصات لنشر الأخبار وتوزيعها أو عبر إنتاج محتوى صحفي خاص يلائم خصائصها واحتياجات مستخدميها، تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن تصورات عينة من المبحوثين الشباب بشأن موقع التواصل الاجتماعي استجرام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، والتأثيرات الناجمة عن ذلك بشأن دوافع استخدامهم لهذه المنصة.

أهمية الدراسة:

1. تصاعد الاهتمام العالمي بشبكة استجرام في السنوات الأخيرة باعتبارها مصدراً للمعلومات والأخبار .
2. قلة الدراسات العربية التي تناولت دوافع استخدام موقع استجرام بشكل عام.
3. التعرف على مدى قبول منصة استجرام كمصدر للأخبار لدى عينة من الشباب المصري، ومدى إمكانية الاعتماد عليها.
4. تساعد النتائج البحثية في تقديم معلومات للقائمين بالاتصال على تلك المنصة في وسائل الإعلام المصرية، حول استراتيجية استخدامها، ومدى اعتمادها كمصدر للأخبار، وذلك في ظل المنافسة الشرسية بين وسائل الإعلام للوصول إلى أكبر قدر ممكن من الجمهور وسعيها الحثيث نحو تسويق إنتاجها الإخباري عبر كافة المنصات الاجتماعية.

أهداف البحث:

يرتكز الهدف الرئيسي للبحث في التعرف على تصورات عينة المبحوثين بشأن موقع التواصل الاجتماعي استجرام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وتأثير ذلك على دوافع استخدامهم له.

وينبع عن هذا الهدف عدة أهداف فرعية:

1. التعرف على كثافة استخدام منصة استجرام عبر التعرف على معدلات المتابعة الأسبوعية واليومية لعينة المبحوثين.
2. الكشف عن تصورات عينة المبحوثين بشأن موقع استجرام .
3. التعرف على مزايا موقع استجرام من وجهة نظر عينة المبحوثين.
4. التعرف على نوعية الصفحات التي يتابعها المبحوثون عبر حساباتهم على استجرام.
5. التعرف على درجة ثقة عينة المبحوثين في الأخبار التي يتم عرضها على استجرام.
6. الكشف عن دوافع استخدام المبحوثين النفعية والطقوسية لمنصة استجرام.
7. الكشف عن التأثيرات الديموغرافية (النوع، السن، التعليم، المستوى الاجتماعي والاقتصادي) على تصورات المبحوثين بشأن استخدام استجرام.

الدراسات السابقة:

استهدفت الدراسات والبحوث السابقة التعرف على الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام، وانستجرام بشكل خاص في خريطة المتلقين الاتصالية، والمكان الذي تحتله في قائمة مصادرهم للحصول على المعلومات والأخبار. وفي هذا السياق كشفت دراسة لمعهد رويترز للإعلام على عدد من دول أوروبا والأمريكتين وآسيا وأفريقيا، أن نسبة الجمهور الذي يفضل الدخول مباشرة لموقع الوسيلة الإعلامية لتلقي الأخبار، تشهد انخفاضاً ملحوظاً لتصل إلى (28%)، مقابل (72%) يفضلون الوصول للأخبار من خلال محرركات

البحث أو وسائل التواصل الاجتماعي أو تطبيقات تجميع الأخبار. وترتفع هذه النسبة إلى 84% لدى الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 18-25 عاماً. (Reuters Institute Digital News Report 2020 (ox.ac.uk)، وذلك لأسباب تتعلق بالسرعة التي تميز شبكات التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار، ومساهمتها في توضيح الواقع الفعلي للأحداث، وجمعها بين أكثر من مصدر، وكذلك استخدامها لملفات الصوت والفيديو في نقل الأخبار، الأمر الذي يجعلها في قائمة مصادر الإعلام التي يعتمد عليها الشباب في أوقات الأزمات، وبينما يتصدر هذه القائمة الفيس بوك، يليه تويتر ويوتيوب (محمد سعد الدين الشربيني، 2021)، يتزايد الاعتماد على إنستجرام كمصدر لتلقي الأخبار في عدد من الدول، متجاوزاً بعض وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر شهرة وخبرة في هذا المجال مثل تويتر، أبرزها الولايات المتحدة بنسبة 24% والبرازيل بنسبة 30%، وألمانيا بنسبة 38%، والأرجنتين بنسبة 49%، خاصة بين الشباب من الفئة العمرية (18 - 24) عاماً، وكشف هؤلاء المبحوثين أن خاصية "القصص" على إنستجرام أصبحت حافزاً لاستخدامه في الوصول إلى الأخبار (Reuters Institute Digital News Report 2020 (ox.ac.uk)) ، وأن جمهور إنستجرام من الشباب يفضل قراءة القصص الإنسانية والقصص الأخرى ذات الطبيعة الإيجابية إلى جانب الأخبار العامة، فيما تميل المؤسسات الإخبارية التقليدية إلى التركيز على الأخبار المتعلقة بالسياسة والموضوعات الجادة. (Al-Rawi, Ahmed. et al. 2021)، كما أن التفاعلات شبه الاجتماعية التي تصنعها منصات التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر وإنستجرام) بين المستخدمين والمشاهير، تشكل حافزاً أمام المراهقين لمتابعة هذه الصفحات، ويمكنها أيضاً أن تشكل مصدرًا لإقناع المتابعين أو المعجبين بالمعتقدات والأفكار والآراء، وقبولهم المعلومات من الشخصية المشهورة (ياسمين محمد، 2019)، وأنه فيما يتعلق بإنستجرام تحديداً، فإن دوافع الترفيه، والراحة، وجاذبية الوسيلة، وقضاء وقت الفراغ، والتعبير عن الذات، والتوثيق الذاتي، والتفاعل الاجتماعي، ومشاركة المعلومات، هي أبرز دوافع الشباب من طلاب الجامعات في استخدامه.

. (Alhabash S., and Mengyan Ma . 2017)

تتباين الاستخدامات السابقة مع دوافع النخبة بشأن استخدام هذه المنصات، وتحديداً إنستجرام؛ فالنخب الأكاديمية تدور استخداماتها بشكل أساسي حول الموضوعات التي تدخل في دائرة اهتماماتها العلمية، يليها الموضوعات التي يدور بشأنها نقاشات مجتمعية (دعاء حاتم محمد آدم، 2021)، بينما يستخدم السياسيون المنصة ذاتها بحثاً عن المعلومات أولاً، يليها المنفعة الاجتماعية. (John H. Parmelee, Nataliya Roman. 2019)

هذا الإقبال المتزايد على استخدام منصات التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار من قبل فئات مختلفة من الجماهير، دفع المؤسسات الإعلامية الإلكترونية إلى توظيفها في تسويق المحتوى الإخباري، وأضحت المعلومات التي تنشر على هذه المنصات مصدرًا أوليًا لإنتاج الأخبار، ومن ثم انشأت بعض الصحف إدارات متخصصة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إنتاج وتوزيع الأخبار (Mulyana, Deddyet. et al. 2021). وبدأت وسائل الإعلام تنتج قصصاً عابرة وسريعة الزوال ephemeral خاصة بحساباتها على إنستجرام، مستهدفة تكييف محتوياتها الإخبارية مع وظائف هذه المنصة وتفضيلات

المستخدمين (Herrero J V., et al. 2019)، في محاولة منها للاستفادة من التعرض العابر للأخبار على منصات التواصل الاجتماعي، والذي قد يدفع المستخدمين إلى البحث عن مصادر أخبار إضافية عبر الإنترنت. (Richard Fletcher and Rasmus Kleis Nielsen. 2018)، وهو الأمر الذي وضع صحفياً وسائل التواصل الاجتماعي تحت الشعور بالضغط من قبل رؤسائهم والمعلنين والجمهور للحفاظ على أدوارهم كحراس لهذه البوابة في نشر الأخبار، لأنهم ينظرون لوظائفهم على أنها "تسويق" أو "بيع" للأخبار. (Ahmed Shatil. 2019) *

وتشكل المصدقية معياراً مهماً للغاية في استخدام الجماهير العامة والنوعية لمنصات التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار والمعلومات، فعلى الرغم من وجود بعض العوامل التي تؤثر على تصورات الصحفيين بشأن مصداقية محتويات وسائل التواصل الاجتماعي، فإنهم ينظرون إليها، إلى حد ما، على أنها مصدر موثوق للأخبار والمعلومات (Alharethi, Mesfer. 2021)، وأن أهم ما قدمته مواقع التواصل الاجتماعي للصحافة يتمثل في كونها منفذ توزيع واسع النطاق لأخبار المؤسسات الصحفية (سماح عبد الرازق الشهراوي. 2018)، بل أن المصادر حسنة السمعة أثرت بشكل كبير على مصداقية المحتوى المضلل على استرجام، حيث كانت مصداقية الرسالة أكبر عندما يتم اعتماد منشور ملفق من قبل شخصية جديرة بالثقة (Paul Mena., et al. 2020). كما توصل تقرير رويترز لعام 2019 إلى أن 23% فقط من المبحوثين يثقون في المحتوى الإخباري الذي يظهر لهم على مواقع التواصل الاجتماعي، في مقابل ارتفاع نسبة الثقة بالمنصات الإخبارية ذات السمعة المهنية الجيدة في جودة محتواها الإخباري لتصل إلى 26% (Reuters Institute Digital News Report. 2019)، بينما ارتفعت النسبة في تقرير 2020 لتصل إلى 40% من المبحوثين أعربوا عن قلقهم بشأن المعلومات الخاطئة أو المضللة التي تنتشر على وسائل التواصل الاجتماعي بشأن جائحة كوفيد-19. (Reuters Institute Digital News Report. 2020)، وعلى الرغم من ثبات هذه النسبة في تقرير رويترز لعام 2021، لا يزال استخدام منصات التواصل الاجتماعي كمصدراً للأخبار قوياً، خاصة بين الفئات العمرية الصغيرة أصحاب المستويات التعليمية المنخفضة (Reuters Institute Digital News Report 2021)، ويأتي استرجام في مقدمة هذه المنصات في متابعة الأخبار المتعلقة بجائحة كورونا (حسام سلامة. 2020)، أو حتى فيما يتعلق بممارسات الإفصاح عن الذات لدى الفتاة السعودية، حيث يأتي استرجام في المرتبة الثانية بنسبة 71.9%، خلف منصة سناب شات 81.4% (حسنا منصور، 2017).

تعليق الباحث على الدراسات السابقة:

- يكشف العرض السابق عن تنوع دوافع المستخدمين، بغض النظر عن جنسياتهم، لشبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام وانستجرام بشكل خاص، بين الدوافع النفعية والطفوسية، مع ملاحظة أن نتائج الدراسات العربية والأجنبية تكشف، إلى حد ما، عن تزايد توظيف

* The full-text of this Thesis is currently under embargo. It will be available for download on Wednesday, August 31, 2022.

" تصورات الشباب المصري بشأن استرجام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وأثر ذلك على طبيعة استخدامهم له"

انستجرام كمصدر للأخبار والمعلومات من قبل جمهور الشباب، مع استمرار دوافعهم الطقوسية الأصلية المعنية بالتسلية والترفيه والراحة والدفاع عن الذات والتفاعل الاجتماعي مع المشاهير.

- تتفق الدراسات السابقة العربية والأجنبية على ضعف مستويات الثقة فيما تقدمه منصات التواصل الاجتماعي بشكل عام، خاصة في أوقات الأزمات، غير أن ذلك لم يمنع المبحوثون من مواصلة استخدامها كمصدر للأخبار والمعلومات.

- هناك ندرة واضحة في الدراسات العربية التي تبحث في الكيفية التي توظف من خلالها المؤسسات الإعلامية شبكة انستجرام كمنصة إعلامية يمكن الاستفادة من جمهورها المتنامي من خلال صناعة القصة الصحفية المناسبة لخصائص المنصة وطبيعة مستخدميها.

- وظفت الغالبية العظمى من هذه الدراسات أداة الاستبيان في استجلاب معلوماتها من المبحوثين، والقليل منها استخدم أدوات أخرى مثل مجموعات النقاش والمقابلات.

الإطار النظري للدراسة:

أولاً/ نظرية الاستخدامات والإشباع:

تستخدم نظرية الاستخدامات والإشباع لفهم كيف ولماذا يستخدم الأفراد وسائل الإعلام بأشكالها المختلفة التقليدية والجديدة؟ وتُعد هذه النظرية بـ 7 عناصر أساسية في عملية استخدام المتلقين للوسائط الإعلامية، هي: (1) الأصول الاجتماعية والنفسية لـ (2) الاحتياجات، وما يتولد عنها من (3) توقعات لـ (4) وسائل الإعلام، مما يؤدي إلى (5) أنماط مختلفة من التعرض، قياساً على دوافع الأفراد التي ينتج عنها (6) الحاجة إلى الإرضاء (7) وعواقب أخرى، ربما تكون في الغالب غير مقصودة. (Parmelee j. H., Roman P., N. 2019.2)

وتفترض النظرية أن الأفراد يقومون بأدوار نشطة في التعامل مع وسائل الإعلام؛ أي أنهم اختاروا التعامل مع وسائط معينة للحصول على إرضاء معين. فعلى سبيل المثال؛ التفاعل مع المستخدمين الآخرين، والقدرة على مشاركة المحتوى الذي ينشئه المستخدم، يجعل وسائل التواصل الاجتماعي مناسبة بشكل خاص لتوفير الاحتياجات الاجتماعية (López Cristina. 2019. 61)، ومن ثم فإن المتلقين في علاقتهم بوسائل الإعلام مستخدمون موجهون، وهم على دراية كافية بالاحتياجات التي يحاولون إشباعها، متأثرين في ذلك بدوافعهم ورغباتهم، فعلى سبيل المثال، أولئك الذين لديهم دوافع بحثية عن المعلومات ودوافع اجتماعية هم أكثر عرضة لمشاركة الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تؤثر العوامل الاجتماعية والسياسية والنفسية والديموغرافية على دوافع المستخدمين وطريقة استخدامهم لوسائل الإعلام. (Parmelee j. H., Roman P., N. 2019.2)

ثانياً: نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية MRT

تعد نظرية ثراء الوسيلة هي إحدى النماذج النظرية القليلة التي تحاول شرح أسباب اختيار وسائط إعلامية بعينها لإنجاز مهام محددة (Ferber P., et al. 2005. 143). وتفترض أن "الوسائط تختلف في درجة الثراء (Yang Y., et al. 2021.4). والثراء هنا يشير إلى معاني مختلفة منها: قدرة المعلومات على تغيير الفهم خلال فترة زمنية، الامكانيات الاتصالية التفاعلية التي تتمتع بها الوسيلة، والتي ينتج عنها فهما أفضل للقضية (Ferber P., et al. 2005. 143) لأنه من شأن الثراء العالي لوسائل الإعلام (الصور، الفيديو، روابط الويب) أن يولد معدل مشاركة أعلى (Yang Y., et al. 2021.4).

وقد أدت التطورات التكنولوجية الحالية إلى إثراء الوسائل التي تم تصنيفها سابقاً على أنها ضعيفة، حيث جعلت الرموز التعبيرية والصور ومرفقات الصوت والفيديو من المراسلة الفورية عبر برامج المحادثات، قنوات أكثر ثراءً (Chavez G D., 2020. 12)، لأن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع الصدى تكون أكثر ثراءً، وكلما قل الغموض كان الاتصال أكثر فاعلية (Yang Y., et al. 2021.2)، ومن ثم يمكن استخدام MRT كإطار نظري لدراسة تأثيرات التصميمات المختلفة للوسائل على استجابات الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي؛ فعلى سبيل المثال يمكن وصف رسائل الوسائط الاجتماعية بأنها خفيفة أو غنية حسب تصميم الرسائل، حيث تعتبر الدردشة الصوتية أكثر ثراءً من الرسائل النصية، نظراً لأن الأخيرة بنيتها قاصرة على النص فقط. (Chavez G D., 2020. 12)

وتقوم النظرية على عدة نقاط أساسية منها: (مندور، عمرو . 2016. 46)

1. التفاعل الذي تحدثه وسائل الإعلام المختلفة، وهو أمر يتوقف على مدى ملائمة الوسيلة المستخدمة للوظيفة التي تقوم بها أو يحتمل القيام بها.
2. الأداء الوظيفي لوسائل الإعلام، ويتوقف على أمرين أساسيين:
 - جودة القرار: ويعني تمتع الوسيلة الإعلامية التي تم اختيارها لأداء وظيفة ما بالمزايا المطلوبة لذلك، أي "أن اختيار الوسيلة المناسبة يمكن أن يقلل من عدم اليقين أثناء عملية الاتصال" (Patel V. 2020. 20)
 - توقيت القرار: ويعني اختيار الوسيلة المناسبة في التوقيت المناسب.

أي أن النظرية تشير إلى القدرة النسبية لقناة الاتصال على توصيل الرسائل، وهي تشمل على أربعة أبعاد: (أ) ردود الفعل الفورية، (ب) الإشارات المتعددة، (ج) تنوع اللغة، و(د) التركيز الشخصي (Yang Y., et al. 2021.2)

وقد أدى ظهور وسائل الإعلام الجديدة إلى إحداث تغيير في مفهوم الثراء؛ فاقتربت مميزات الوسيلة بقدرتها على توصيل المعلومات ودورها في حمل الرموز الاتصالية وأسلوب عرضها وتقديمها وطريقة توصيلها، ومن ثم أضحت ثراء الوسيلة له معايير جديدة تقوم على التطور التقني للوسيلة من جهة والخدمات التي يقدمها هذا التطور من جهة أخرى. (إبراهيم، عبدالله، 2017. 4)

" تصورات الشباب المصري بشأن استرجام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وأثر ذلك على طبيعة استخدامهم له"

وقد ارتكزت أبعاد النظرية على: (بحباح، سليم. 2017. 65).

1. التنوع في الأدوات والوسائل ومصادر التكنولوجيا للإنتاج الإعلامي، حيث أدى هذا التنوع إلى توافر العديد من الخيارات المتاحة أمام المتلقين.
 2. الجودة التي وفرتها الوسائل والأدوات الجديدة من حيث الإمكانيات المتعددة في ثرائها، والتي تصيف قوة وفعالية إلى الرسالة، تيسر على المتلقين فهمها واستيعابها.
 3. الدقة، وهي البعد الذي أضاف سهولة ومرونة حققت الغاية من استخدام تقنيات معينة.
- وهنا تقترض MRT "أن استخدام الوسائط الغنية ضروري للتعامل مع بعض الرسائل الغامضة، وذلك لأنها تحتوي على معلومات متعددة الأوجه". (Patel V. 2020. 21)
- وعلى الرغم مما تطرحه النظرية من فروض علمية قوية، غير أن أبرز الانتقادات التي تعرضت لها هي أنها أعطت الأولوية للوسائل على حساب الرسالة ومحتواها. (Patel V. 2020. 23)

فروض الدراسة:

- 1- هناك علاقة ارتباطية بين تصورات المبحوثين بشأن استرجام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وبين كل من: أ. دوافع الاستخدام، ب. مستوى الاعتماد، ج. كثافة الاستخدام، د. مدة الاستخدام، هـ. مستوى التفاعل مع المحتوى المنشور.
- 2- هناك فروق ذات دلالة احصائية بين المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين في تصوراتهم بشأن استرجام كمصدر للمعلومات والأخبار.
- 3- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كل من: أ/ اعتماد المبحوثين على استرجام كمصدر للمعلومات والأخبار، ب/ مدة استخدام استرجام، ج/ كثافة استخدام استرجام، د/ مستوى التفاعل مع الأخبار، هـ/ دوافع المبحوثين النفعية والطقوسية، وبين مستوى ثقتهم في محتوى الصفحات التي يتابعونها.
- 4- هناك علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام المبحوثين لاسترجام، واستخدامهم للمنصة كمصدر للمعلومات والأخبار.
- 5- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائية بين دوافع المبحوثين النفعية والطقوسية، وبين استخدامهم للمنصة كمصدر للمعلومات والأخبار.
- 6- هناك علاقة ارتباطية دالة احصائية بين نوعية الأخبار التي يتابعها المبحوثون على المنصة، وبين درجة اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات والأخبار.

منهجية الدراسة وأدواتها:

تنتمي هذه الدراسة إلى النمط الوصفي الذي يسعى إلى رصد وتحليل تصورات عينة من الشباب المصري نحو منصة استرجام كمصدر إخباري، وتأثير هذه التصورات على دوافع استخدامهم لها. وتستخدم الدراسة في سبيل ذلك **منهج المسح الإعلامي، والمنهج المقارن** من أجل الوقوف على تصورات عينة المبحوثين بشأن شبكة التواصل الاجتماعي استرجام

" تصورات الشباب المصري بشأن انستجرام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وأثر ذلك على طبيعة استخدامهم له "

كمصدر للأخبار والمعلومات، وتأثير ذلك على دوافعهم في استخدامها، والمقارنة بين أوجه تشابه واختلاف المبحوثين في التصورات والاستخدامات، ومدى اختلاف هذه المتغيرات وفقاً لاختلاف متغيراتهم الديموغرافية.

- **أدوات الدراسة:** تم جمع بيانات الدراسة الحالية من خلال صحيفة استقصاء تم تصميمها وتحكيمها* للتأكد من صدقها في قياس أهداف وفروض الدراسة، ثم جرى توزيعها إلكترونياً على عينة الدراسة.

وقد أقر المحكمون بصلاحية الاستمارة في قياس الأهداف والعلاقات بين المتغيرات بعد إجراء التعديلات اللازمة عليها وفقاً لدرجة اتفاق المحكمين.

- **عينة الدراسة:** تم إجراء الدراسة على عينة من الشباب المصري من مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي انستجرام، قوامها (300) مبحوثاً في الفئة العمرية 18 و40 عاماً، وذلك لاعتبارات تتعلق بكثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي في هذه الفئة، بحسب ما أثبتته الدراسات العلمية.

- **مجموعة النقاش المركزة:** حيث تم توظيفها من قبل الباحث للإطلاع بشكل أكثر عمقاً وتفصيلاً عن تصورات عينة من الشباب (10 مبحوثين) بشأن منصة انستجرام، وتأثير هذه التصورات على طبيعة استخداماتهم لها.

قياس متغيرات الدراسة:

كثافة استخدام انستجرام: تم قياس كثافة الاستخدام من خلال سؤالين: الأول حول مدى المتابعة الأسبوعية (4 درجات)، والثاني حول عدد ساعات الاستخدام يوميًا (4 درجات). وتم جمع الدرجات فتكون مقياس تتراوح درجاته بين 2 إلى 8 درجات. وبلغ المتوسط الحسابي لاستجابات المبحوثين 4.8333 بانحراف معياري 1.75189.

التفاعل مع الأخبار على انستجرام: ضم المقياس 3 عبارات، وقدرت إجابات المبحوثين على كل عبارة كالتالي: (دائماً = 3 درجات)، (أحياناً = درجتان)، (نادراً = درجة واحدة)، وتم جمع الدرجات فتكون مقياس تتراوح درجاته بين 3 إلى 9 درجات. وبلغ المتوسط الحسابي لاستجابات المبحوثين 4.7960 بانحراف معياري 1.57898.

تصورات الشباب بشأن انستجرام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات: شمل المقياس 7 عبارات، قدرت إجابات المبحوثين على العبارات الإيجابية كالتالي: (موافق = 3 درجات)، (يصعب التحديد = درجتان)، (معارض = درجة واحدة). وتم عكس الدرجات في

* تم تحكيم الاستمارة من قبل عدد من أساتذة الإعلام، هم:

- أ.د. محرز غالي أستاذ الصحافة بكلية الإعلام بجامعة القاهرة
- د. عبد الباسط شاهين، أستاذ العلاقات العامة المساعد بكلية الإعلام جامعة سوهاج
- د. أحمد عبد المقصود، مدرس الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة
- د. هاني محمد علي، مدرس الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة
- د. عماد شلبي، الأستاذ المساعد بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية

" تصورات الشباب المصري بشأن استرجام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وأثر ذلك على طبيعة استخدامهم له "

العبارات السلبية، ثم تم جمع الدرجات فتكون مقياس تتراوح درجاته بين 7 إلى 21 درجات. بلغ المتوسط الحسابي لاستجابات المبحوثين 15.2167 بانحراف معياري 2.59593

دوافع استخدام استرجام:

الدوافع النفعية: تم قياسها من خلال 6 عبارات، وقدرت إجابات المبحوثين على كل عبارة كالتالي: (موافق = 3 درجات)، (يصعب التحديد = درجتان)، (معارض = درجة واحدة)، وتم جمع الدرجات فتكون مقياس تتراوح درجاته بين 6 إلى 18 درجة. وبلغ المتوسط الحسابي لاستجابات المبحوثين 13.1567 بانحراف معياري 3.12806.

الدوافع الطقوسية: تم قياسها أيضا من خلال 6 عبارات، وقدرت إجابات المبحوثين على كل عبارة كالتالي: (موافق = 3 درجات)، (يصعب التحديد = درجتان)، (معارض = درجة واحدة)، وتم جمع الدرجات فتكون مقياس تتراوح درجاته بين 6 إلى 18 درجة. وبلغ المتوسط الحسابي لاستجابات المبحوثين 16.1500 بانحراف معياري 2.11560

اختبار ثبات مقاييس الدراسة وفقا لمعامل كرونباخ

أظهر معامل ألفا كرونباخ لقياس درجة الاتساق الداخلي بين مقاييس الدراسة، ثباتًا مقبولاً، وذلك على النحو التالي:

قيمة ألفا كرونباخ	مقاييس الدراسة
67.4	مقياس كثافة استخدام منصة استرجام
62.6	مقياس مستوى تفاعل المبحوثين مع المحتوى المنشور على استرجام
74	مقياس الدوافع النفعية لاستخدام منصة استرجام
63.4	مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام منصة استرجام
60.1	مقياس تصورات المبحوثين بشأن استخدام استرجام كمصدر للمعلومات والأخبار

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع البيانات اللازمة للدراسة، تم إدخالها بعد ترميزها إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها إحصائيا باستخدام برنامج SPSS، باللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية:

- 1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- 2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- 3- معامل ارتباط بيرسون لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 4.0، ومتوسطة ما بين 4.0-7.0، وقوية إذا بلغت 7.0 فأكثر.
- 4- اختبار Chi-Square لقياس، لقياس العلاقة الارتباطية بين متغيرين اسميين.
- 5- اختبار (T_Test) لدلالة الفروق بين المبحوثين طبقا لمتغيري النوع والمستوى التعليمي .
- 6- اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه ANOVA ، لبيان الفروق بين المبحوثين طبقا لمتغير العمر.

" تصورات الشباب المصري بشأن انسحاب كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وأثر ذلك على طبيعة استخدامهم له "

النتائج العامة للدراسة:

أولاً: السمات والخصائص التفصيلية لعينة الدراسة:

جدول رقم (1)

خصائص وسمات عينة الدراسة

المتغيرات الديموغرافية		
النوع	ذكور	20.7
	انثي	79.3
مستوي التعليم	مؤهل جامعي	86.4
	مؤهل أعلى من الجامعي	13.6
الفئة العمرية	25 - 18	72.3
	25- أقل من 30	15.3
	من 30- أقل من 35	7.7
	40- 35	4.7
الاجمالي	300	100

ثانياً: النتائج المتعلقة بأهداف الدراسة :

المحور الأول: كثافة استخدام منصة انسحاب

أ/ عدد سنوات استخدام انسحاب

جدول رقم (2)

عدد سنوات استخدام انسحاب

عدد السنوات		
أقل من سنة	13.0	39
من سنة إلى أقل من 3 سنوات	22.3	67
من 3 سنوات إلى أقل من 6 سنوات	32.7	98
من 6 سنوات فأكثر	32.0	96

ن=300

- تظهر بيانات الجدول السابق أن حوالي 64% من عينة الباحثين يستخدمون منصة انسحاب منذ 3 سنوات على الأقل، وأن ما يقرب من ثلث مفردات العينة (32%) لديهم حسابات خاصة بهم منذ 6 سنوات على الأقل. وهي نتيجة تتوافق مع التصاعد المستمر في أعداد مستخدمي انسحاب خلال السنوات القليلة الماضية، والذي من المتوقع أن يصل إلى مليار و200 مليون مستخدم بحلول عام 2023م، بحسب بوابة الإحصاءات الدولية على شبكة الإنترنت Statista. (Statista Research Department. 2022, www.statista.com)

" تصورات الشباب المصري بشأن استرجام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وأثر ذلك على طبيعة استخدامهم له "

ب/ معدل الاستخدام الأسبوعي

جدول رقم (3)

معدل الاستخدام الأسبوعي

المعدل الأسبوعي	ك	%
نادرا (يوم واحد)	51	17.0
أحيانا (يومان)	36	12.0
غالبا (3-4) أيام	56	18.7
دائما (5-7) أيام	157	52.3

ن=300

ج/ عدد الساعات اليومية في متابعة استرجام

جدول رقم (4)

عدد الساعات اليومية

عدد الساعات اليومية	ك	%
أقل من ساعة	138	46.0
من ساعة إلى أقل من 3 ساعات	108	36.0
من 3 ساعات إلى أقل من 6 ساعات	39	13.0
أكثر من 6 ساعات	15	5.0

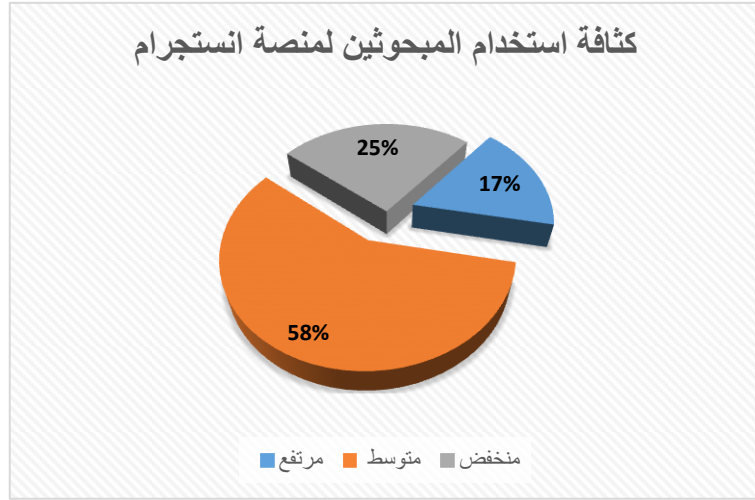
ن=300

- تشكل بيانات الجدولين السابقين رقمي (3)، (4) مجتمعة، معدل كثافة استخدام المبحوثين لمنصة استرجام، قياساً على عدد الأيام/ أسبوعياً، وعدد الساعات/ يومياً، وبحسب الشكل التالي رقم (1)، يستخدم 58% من المبحوثين المنصة بمعدلات متوسطة، بينما يتصفحها 25% بمعدلات منخفضة، وأخيراً فإن معدلات الاستخدام المرتفعة للمنصة تأتي فقط من قبل 17% فقط من المبحوثين.

- وتشير هذه النتائج إلى تنامي معدلات استخدام استرجام بين مفردات العينة، حيث يتصفح 71% من المبحوثين المنصة 3 أيام أسبوعياً على الأقل، وما يزيد عن نصفهم (52%) يتصفحها 5 أيام أسبوعياً على الأقل، فيما يقضي 54% منهم ساعة على الأقل يومياً بين محتوياتها، ما يعني أن الولوج إلى المنصة واستعراض محتوياتها بات يشكل عادة رئيسية لدى قطاع كبير من مستخدميها.

" تصورات الشباب المصري بشأن استجرام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وأثر ذلك على طبيعة استخدامهم له "

والشكل التالي يوضح كثافة استخدام المبحوثين لمنصة استجرام:



شكل رقم (1)

كثافة استخدام المبحوثين لمنصة استجرام

المحور الثاني: متابعة المحتوى على استجرام

أ/ الصفحات التي تتم متابعتها على استجرام

جدول رقم (5)

الصفحات التي يتم متابعتها

%	ك	الصفحات التي يتم متابعتها
91.7	275	صفحات المشاهير
81.3	244	صفحات الوزارات والمؤسسات الرسمية
84.7	254	صفحات المؤسسات الإعلامية.
89.3	268	صفحات المؤثرين والناشطين
87.7	263	صفحات الشخصيات العامة
81.3	244	صفحات رواد الأعمال والأنشطة التجارية

ن=300

- تكشف بيانات الجدول السابق رقم (5) أن الصفحات الشخصية وليس المؤسسية تصدر قائمة أنواع المحتوى التي يتابعها المبحوثون على استجرام؛ حيث يتابع 91.7% صفحات المشاهير، و89.3% صفحات المؤثرين والناشطين، بينما يتصفح 87.7% حسابات الشخصيات العامة. فيما تظهر صفحات المؤسسات الإعلامية كواحدة من الصفحات المؤسسية للمرة الأولى في المرتبة الرابعة بنسبة 84.7%، يليها صفحات الأنشطة التجارية والوزارات والمؤسسات الرسمية بنفس النسبة 81.3%.

- أما عن مستوى ثقة المبحوثين فيما يقدم من محتوى على هذه الصفحات، وبحسب ما يظهره الجدول التالي رقم (6)، فإن الصفحات الشخصية الخاصة بالمشاهير والشخصيات العامة تصدرت القائمة بمتوسطات حسابية بلغت 2.92، و2.82 على الترتيب، فيما تقدمت صفحات المؤسسات الإعلامية لتحل الترتيب الثالث بمتوسط حسابي بلغ 2.76، ثم صفحات المؤثرين والناشطين بمتوسط حسابي 2.66، وأخيرًا صفحات المؤسسات الرسمية والأنشطة التجارية بمتوسطات حسابية بلغت 2.65، و2.53 على الترتيب.

- يتبين لنا من بيانات الجدولين السابقين تصدر الصفحات الشخصية قائمة الصفحات التي يتابعها المبحوثون ويتقنون في محتوياتها، فيما تتراجع بشكل لافت الصفحات المؤسسية سواء فيما يتعلق بالمتابعة أو مستوى الثقة، وإن أظهرت متوسطات درجات الثقة تراجع نسبي لصفحات المؤثرين والناشطين، في مقابل تقدم صفحات المؤسسات الإعلامية.

- النتائج السابقة يمكن قراءتها في ضوء ما يلي:

- النشأة الأولى للمنصة التي كانت موجهة نحو التفاعل الشخصي بين المستخدمين، ومشاركة بعض لحظات حياتهم مع الأصدقاء من خلال سلسلة من الصور ومقاطع الفيديو، بينما لم تتواجد المؤسسات والهيئات المختلفة على صفحات المنصة إلا في السنوات القليلة الماضية.
- تشكل التفاعلات شبه الاجتماعية التي تصنعها منصات التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر وانستجرام) بين المستخدمين والمشاهير حافزًا أمام المراهقين لمتابعة هذه الصفحات، ويمكنها أيضًا أن تشكل مصدرًا لإقناع المتابعين بالمعتقدات والأفكار والآراء، وقبولهم المعلومات من الشخصية المشهورة (ياسمين محمد. 2019. 654)،
- ما أظهره تقرير معهد رويترز للإعلام بشأن تراجع ثقة الشباب في الأخبار المنشورة على منصات التواصل الاجتماعي، مقارنة بالأخبار التي يتعرضون لها من خلال المؤسسات الإعلامية الإخبارية ذات السمعة المهنية الجيدة. (Reuters Institute Digital News Report 2019)
- ما أظهرته نتائج التحليل الكيفي لمجموعة النقاش بشأن تفضيل الغالبية العظمى المبحوثين متابعة الصفحات الشخصية للمشاهير والبلوجرز والرياضيين والفنانين وعارضين وعارضات الأزياء، في مقابل تراجع واضح للصفحات المؤسسية، لأسباب تتعلق، بأمريين: الأول، القدرة على التواصل المباشر مع هذه المصادر عبر متابعة أخبارها والتفاعل معها دون وجود وسيط، وهو ما يسمى بالتفاعلات شبه الاجتماعية. الثاني، هو تصورات المبحوثين الشباب بشأن انستجرام باعتبارها منصتهم الخاصة التي يبحثون من خلالها عما يشبع احتياجاتهم ويلبي رغباتهم بعيدًا عما يمكن أن يفرض عليهم من وسائل أخرى.

" تصورات الشباب المصري بشأن استرجام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وأثر ذلك على طبيعة استخدامهم له"

ب/ مستوى الثقة في محتوى هذه الصفحات:

جدول رقم (6)

مستوى ثقة المبحوثين

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	5	4	3	2	1	ن	الاستجابة الصفحات	
								ك	%
1.435	2.82	49	44	62	49	71	275	ك	صفحات المشاهير
		17.8	16.0	22.5	17.8	25.8		%	
1.454	2.65	39	35	49	44	77	244	ك	صفحات الوزارات والمؤسسات الرسمية
		16.0	14.3	20.1	18.0	31.6		%	
1.366	2.76	34	46	65	44	65	254	ك	صفحات المؤسسات الإعلامية
		13.4	18.1	25.6	17.3	25.6		%	
1.349	2.66	32	45	63	56	72	268	ك	صفحات المؤثرين والناشطين
		11.9	16.8	23.5	20.9	26.9		%	
1.342	2.92	39	54	71	44	55	263	ك	صفحات الشخصيات العامة
		14.8	20.5	27	16.7	20.9		%	
1.303	2.53	22	39	57	55	71	244	ك	صفحات رواد الأعمال والأنشطة التجارية
		9	16	23.4	22.5	29.1		%	

ج/ نوعية الأخبار التي يتم متابعتها على استرجام

جدول رقم (7)

نوعية الأخبار التي يتم متابعتها

%	ك	نوعية الأخبار التي يتم متابعتها على استرجام
60.7%	122	الأخبار الفنية
35.8%	72	الأخبار الرياضية
60.7%	122	أخبار الأزياء والموضة
53.7%	108	الأخبار الخاصة بحياة المشاهير
16.4%	33	أخبار السياسة والاقتصاد
21.9%	44	أخبار الحوادث والجريمة
30.8%	62	الأخبار الغريبة وغير المألوفة

ن = 201

- تكشف بيانات الجدول السابق رقم (7) أن الأخبار الفنية وأخبار الأزياء والموضة تأتي في مقدمة المضامين التي يتابعها المبحوثون على منصة استرجام بنسبة 60.7% لكل منهما، يليها الأخبار الخاصة بحياة المشاهير بنسبة 53.7%، ثم أخبار الرياضة بنسبة 35.8%، والأخبار الغريبة وغير المألوفة بنسبة 30.8%، وأخيرا أخبار الحوادث والجريمة، وأخبار السياسة والاقتصاد بنسبة 21.9%، و16.4% على الترتيب. وهي نتيجة تتوافق مع ما أشارت إليه بوابة الإحصاءات الدولية على شبكة الإنترنت Statista، من أن حسابات مشاهير الرياضة والموضة مثل اللاعبين الشهيران Cristiano Ronaldo (415.4 مليون متابع)، Leo messi (315.3 مليون متابع)، وعارضة الأزياء العالمية kylie jenner

" تصورات الشباب المصري بشأن انستجرام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وأثر ذلك على طبيعة استخدامهم له"

(320.2 مليون متابع) تأتي في صدارة الحسابات التي يتابعها مستخدمي انستجرام على مستوى العالم. (Statista Research Department. 2022, www.statista.com)

- ويمكن قراءة هذه النتيجة في ضوء اعتبارين رئيسيين:

- الأول: يتعلق بطبيعة جمهور المنصة من الشباب واحتياجاته التي يسعى إلى تلبيتها.
- الثاني: يتعلق بطبيعة المحتوى نفسه المتاح على المنصة وفقا لثرائها بالامكانات والأدوات والتطبيقات المختلفة الخاصة بصناعة ومشاركة الصور والفيديوهات، الأمر الذي من شأنه أن يخلق تفاعلاً ومشاركة أعلى مع محتويات المنصة (Yang Y., et al. 2021.4) ، وهو ما يتناسب تماما مع المحتوى الخاص بالفن والأزياء والموضة.

المحور الثالث: مستوى التفاعل

أ/ مستوى التفاعل مع الأخبار التي يتم متابعتها على انستجرام

جدول رقم (8)

مستوى التفاعل مع الأخبار

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادرا	أحيانا	دائما	الاستجابة مستوى التفاعل	
					ك	%
0.625	2.49	14	74	113	ك	اكتفي بالمشاهدة
		7	36.8	56.2	%	
0.721	1.54	120	54	27	ك	احرص على استخدام اليموشن لايداء الرأي
		59.7	26.9	13.4	%	
0.635	1.41	134	51	16	ك	اقوم بالتعليق وابداء الرأي في بعض الحالات
		66.7	25.4	8	%	
0.736	1.85	72	88	41	ك	أشارك ما ينشر مع أصدقائي
		35.8	43.8	20.4	%	

ن = 201

- تكشف بيانات الجدول السابق رقم (8)، والشكل التالي رقم (2) أن 7% فقط من المبحوثين يتفاعلون مع المحتوى المنشور على منصة انستجرام بصورة مرتفعة، في مقابل 50% يتفاعلون بصورة منخفضة، بينما 43% من المبحوثين يصنف مستوى تفاعلهم في الفئة المتوسطة.

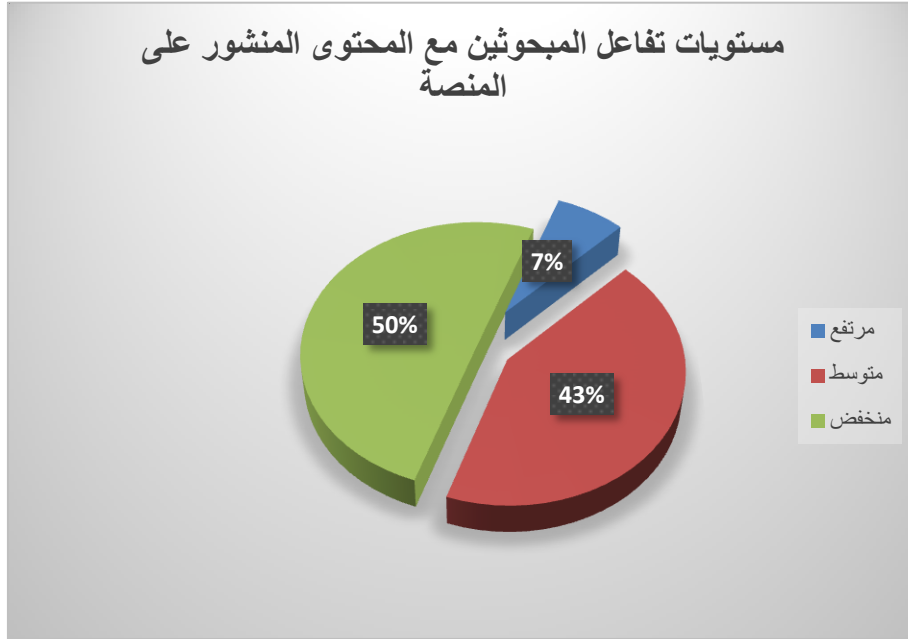
- وتظهر النتائج ارتفاعا ملحوظا في متوسط درجات المبحوثين الذين يكتفون بالمشاهدة فقط إلى 2.49 كأعلى متوسط حسابي، يليه المبحوثون الذين يشاركون المنشورات على صفحاتهم ومع أصدقائهم بمتوسط 1.85، وهو أعلى مستوى تفاعلي، بينما تتقارب متوسطات درجات المبحوثين الذين يكتفون باستخدام الرموز التعبيرية للتعليق على المحتوى المنشور 1.54، ومن يقومون بإبداء رأيهم كتابة 1.41.

- وتكشف النتيجة السابقة عن تباين واضح في مستويات تفاعل المبحوثين مع المحتوى المنشور على المنصة، حيث يأتي تفاعل نصف عدد المبحوثين في المستوى الأدنى، وذلك على الرغم من أن التفاعلات شبه الاجتماعية التي توفرها المنصة بين المستخدمين من

" تصورات الشباب المصري بشأن استجرام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وأثر ذلك على طبيعة استخدامهم له "

جانبا، والمشاهير في مختلف المجالات من جانب آخر، تأتي في صدارة دوافع المبحوثين الطقوسية بشأن استخدام المنصة.

والشكل التالي يوضح مستويات تفاعل المبحوثين:



شكل رقم (2)

مستوى تفاعل المبحوثين مع الأخبار المنشورة

المحور الثالث: استجرام كمصدر للمعلومات والأخبار

أ/ استخدام استجرام كمصدر للمعلومات

جدول رقم (9)

استخدام استجرام كمصدر للمعلومات

استخدام استجرام كمصدر للمعلومات	ك	%
نعم	201	67.0
لا	99	33.0

ن = 300

- يستخدم ما يزيد عن ثلثي العينة (67%) منصة استجرام كمصدر للمعلومات، وهو ما يتفق مع ما أظهره تقرير الأخبار الرقمية الصادر عن معهد رويترز لعام 2020 أن استخدام استجرام كمصدر للأخبار قد تضاعف منذ عام 2018، وأن ما يقرب من ربع سكان المملكة المتحدة الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 24 عامًا يستخدمون استجرام كمصدر للأخبار

" تصورات الشباب المصري بشأن استرجام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وأثر ذلك على طبيعة استخدامهم له"

حول فيروس كورونا. ووفقاً لهذا التقرير، يأتي استرجام خلف تويتر بنقطة واحدة فقط، عندما يتعلق الأمر بالمستخدمين الذين يعتمدون عليه كمصدر إخباري (Reuters Institute Digital News Report 2020 (ox.ac.uk) ، الأمر الذي يمكن تفسيره في ضوء ما تشير إليه فروض نظرية تراء الوسيلة، بشأن قدرة الامكانيات الاتصالية التفاعلية التي تتمتع بها المنصات الحديثة، وفي مقدمتها استرجام، على تحقيق فهماً أفضل للقضية أو الأزمة محل النقاش. (Ferber P., et al. 2005. 143).

ب/ تصورات المبحوثين بشأن استخدام استرجام كمصدر للمعلومات والأخبار

جدول رقم (10)

تصورات المبحوثين بشأن استرجام كمصدر للمعلومات

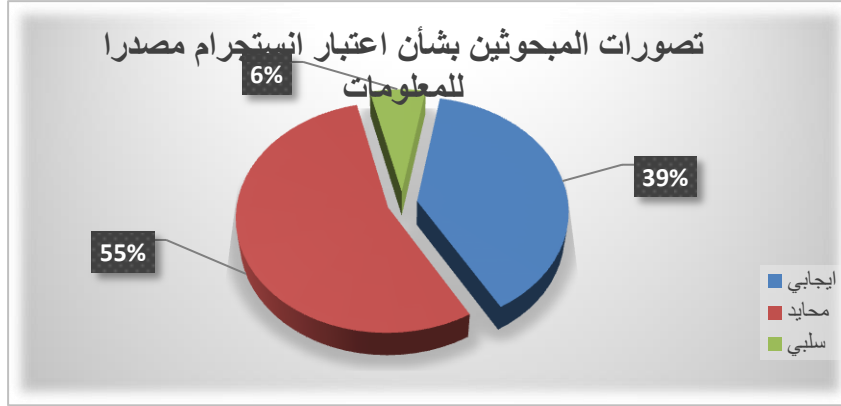
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض	يصعب التحديد	موافق	الاستجابة التصورات	
					ك	%
0.787	2.17	71	106	123	ك	ترتفع أهمية استرجام بين مختلف وسائل الإعلام كنافذة لعرض المواد الإعلامية/ ايجابي
		23.7	35.3	41	%	
0.741	2.15	63	129	108	ك	يتمحور الكثير مما ينشر في صفحات الانستجرام حول الشائعات والأخبار المزيفة / سلبي
		21	43	36	%	
0.690	2.59	35	52	213	ك	لا يمكن الاعتماد على انستجرام كمصدر رئيسي للمعلومات بشأن القضايا والأزمات الكبرى/ سلبي
		11.7	17.3	71	%	
0.585	2.72	21	42	237	ك	يتمتع استرجام كنافذة لعرض الأخبار والمعلومات بجاذبية خاصة لدى فئات بعينها أبرزها الفنانين والرياضيون/ ايجابي
		7	14	79	%	
0.825	1.97	107	96	97	ك	لا يشكل انستجرام نافذة رئيسية لعرض الأخبار والمعلومات بالنسبة للشخصيات العامة في المجتمع / سلبي
		35.7	32	32	%	
0.743	2.50	45	61	194	ك	يتميز انستجرام بقدر كبير من المرونة في نشر وتعديل وتبادل الصور والبث المباشر أكثر من أي منصة آخر/ ايجابي
		15	20.3	64.7	%	
0.691	2.54	34	71	195	ك	تتزايد جماهيرية انستجرام باعتباره مصدراً مهماً للمعلومات والأخبار خاصة بين فئة الشباب والمراهقين/ ايجابي
		11.3	23.7	65	%	

ن=300

يكشف الجدول رقم (10)، والشكل التالي رقم (3) عن أن تصورات المبحوثين الايجابية بشأن اعتبار منصة انستجرام مصدرًا للمعلومات والأخبار (39%) تتفوق بشكل ملحوظ عن تصوراتهم السلبية (6%)، مع الوضع في الاعتبار أن تصورات 55% من المبحوثين بقيت في الاتجاه المحايد دون القطع بتصور بعينه إيجاباً أو سلباً.

- النتيجة السابقة تعزز من مكانة المنصة بين شبكات التواصل الاجتماعي، باعتبارها مصدرًا متناميًا للمعلومات والأخبار التي يتم تقديمها بطريقة تناسب جيل الشباب الأكثر استخدامًا للمنصة، بحسب ما تشير إليه الكثير من الدراسات العربية والأجنبية.
- وبحسب الجدول السابق، يتصور المبحوثون أن استرجام يتمتع بجاذبية خاصة كنافذة لعرض الأخبار والمعلومات الخاصة بفئات بعينها أبرزها الفنانون والرياضيون، وذلك بمتوسط حسابي بلغ 2.72، بينما لا يمكن الاعتماد عليه كمصدر رئيسي للمعلومات بشأن القضايا والأزمات الكبرى بمتوسط حسابي بلغ 2.59.
- كما اتفق المبحوثون على أن جماهيرية استرجام تتزايد باعتباره مصدرًا مهمًا للمعلومات والأخبار خاصة بين فئة الشباب والمراهقين، بمتوسط حسابي بلغ 2.54، خاصة وأنه يتميز بقدر كبير من المرونة في نشر وتعديل وتبادل الصور والبث المباشر أكثر من أى منصة أخر، وذلك بمتوسط حسابي بلغ 2.50.
- وعلى الرغم من أن المبحوثين يعتقدون في ارتفاع أهمية استرجام بين مختلف وسائل الإعلام كنافذة لعرض المواد الإعلامية، بمتوسط حسابي بلغ 2.17، غير أنهم في نفس الوقت يرون أن الكثير مما ينشر على صفحات المنصة يتمحور حول الشائعات والأخبار المزيفة، وذلك بمتوسط حسابي بلغ 2.15، ومن ثم لا يشكل استرجام نافذة رئيسية لعرض الأخبار والمعلومات بالنسبة للشخصيات العامة في المجتمع، بمتوسط حسابي بلغ 1.97.
- تتفق العديد من هذه النتائج مع ما كشف عنه التحليل الكيفي لمجموعة النقاش بشأن تفضيل الاعتماد على المنصة كمصدر للمعلومات في القضايا والموضوعات الفنية والرياضية، حيث يتواجد مشاهير الفن والرياضة بكثافة عبر المنصة، وذلك بخلاف القضايا والموضوعات السياسية والاقتصادية والأزمات الكبرى، حيث لا تجذب منصة استرجام عادة رجال السياسة والاقتصاد الذين يفضلون التواجد في منصات أخرى تتوافق خصائصها ومواصفاتها مع احتياجاتهم ورغباتهم.

" تصورات الشباب المصري بشأن استجرام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وأثر ذلك على طبيعة استخدامهم له "



والشكل التالي يوضح تصورات الباحثين بشأن استخدام استجرام كمصدر للمعلومات:

شكل رقم (3)

مستويات تصورات الباحثين بشأن استخدام استجرام كمصدر للمعلومات
ج/ طبيعة الاستخدامات والدوافع

جدول رقم (11) دوافع الباحثين بشأن استخدام استجرام

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض	يصعب التحديد	موافق	الاستجابة التصورات	
					ك	%
0.851	1.87	131	78	91	ك	البحث عن المعلومات والأخبار حول أهم القضايا / نفعي
		43.7	26	30.3	%	
0.886	2.20	88	64	148	ك	متابعة الأخبار من مصادرها المباشرة / نفعي
		29.3	21.3	49.3	%	
0.832	2.36	69	54	177	ك	متابعة القصص الصحفية السريعة/ نفعي
		23.0	18.0	59.0	%	
0.831	1.93	114	92	94	ك	المساعدة في تكوين رأي/اتخاذ قرار بشأن أهم القضايا المطروحة على الساحة / نفعي
		38.0	30.7	31.3	%	
0.441	2.85	10	25	265	ك	معرفة الجديد في الأزياء والموضة / نفعي
		3.3	8.3	88.3	%	
0.836	1.95	113	90	97	ك	المشاركة في النقاشات حول القضايا والموضوعات / نفعي
		37.7	30.0	32.3	%	
0.439	2.85	10	24	266	ك	التواصل مع الأصدقاء وتبادل الصور والتفاعل مع منشوراتهم / طقوسي
		3.3	8.0	88.7	%	
0.645	2.69	30	34	236	ك	متابعة الاعلانات وشراء بعض المنتجات / طقوسي
		10.0	11.3	78.7	%	
0.367	2.90	7	15	278	ك	التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ/ طقوسي
		2.3	5.0	92.7	%	
0.507	2.83	17	18	265	ك	التخلص من الملل والضغط اليومية/ طقوسي
		5.7	6.0	88.3	%	
0.864	2.16	91	69	140	ك	التلصص ومتابعة حياة الآخرين/ طقوسي
		30.3	23.0	46.7	%	
0.604	2.72	24	37	239	ك	متابعة أخبار وفيديوهات المشاهير والتفاعل معهم / طقوسي
		8.0	12.3	79.7	%	

ن=300

" تصورات الشباب المصري بشأن استرجام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وأثر ذلك على طبيعة استخدامهم له"

- تكشف بيانات الجدول السابق رقم (11)، والشكلان اللاحقان رقمي (4، 5) عن أن دوافع المبحوثين الطقوسية بشأن استخدام منصة استرجام تتفوق على نظيرتها النفعية، حيث تأتي دوافع التسلية وقضاء وقت الفراغ (2.90)، والتواصل مع الأصدقاء (2.85)، والتخلص من الملل والضغط اليومي (2.83)، ومتابعة أخبار وفيديوهات المشاهير (2.72)، ومتابعة الإعلانات وشراء المنتجات (2.69) في المراتب الأولى بالنسبة لدوافع المبحوثين بشكل عام، ويظهر فقط من الدوافع النفعية في هذه القائمة، دافع معرفة الجديد في الأزياء والموضة (2.85)، في حين تتراجع الدوافع النفعية الأخرى، مثل متابعة القصص الصحفية (2.36)، ومتابعة الأخبار من مصادرها (2.20)، والمشاركة في النقاشات حول القضايا (1.95)، والمساعدة في تكوين الآراء واتخاذ القرارات (1.93)، والبحث عن المعلومات والأخبار (1.87)، لتأتي في مراكز متأخرة في قائمة دوافع المستخدمين لمنصة استرجام.

- تتفق هذه النتيجة مع نتائج التحليل الكيفي الخاصة بمجموعات النقاش، حيث أوضحت الغالبية العظمى من المبحوثين أنهم يستخدمون المنصة، في المقام الأول، بغرض التواصل مع أصدقائهم والتفاعل مع منشوراتهم، ورفع صورهم وفيديوهاتهم على المنصة، ومشاهدة صور وفيديوهات النجوم والمشاهير، ومتابعة الإعلانات، وفي مرحلة تالية متابعة الأخبار من مصادرها المختلفة سواء من الحسابات الشخصية أو المؤسسية.

- كما تتفق مع دراسة غربية أشارت إلى أن دوافع الترفيه، والراحة، وجاذبية الوسيلة، وقضاء وقت الفراغ، والتعبير عن الذات، والتوثيق الذاتي، والتفاعل الاجتماعي، هي أبرز دوافع الشباب عند استخدام منصة استرجام. (7. 2017. Alhabash S., and Mengyan Ma) وبحسب نظرية الاستخدامات والإشباع، يختار الأفراد التعامل مع وسائل معينة للحصول على إرضاء معين، فعلي سبيل المثال؛ التفاعل مع المستخدمين الآخرين، والقدرة على مشاركة المحتوى الذي ينشئه المستخدم، يجعل وسائل التواصل

الاجتماعي مناسبة بشكل خاص لتوفير الاحتياجات الاجتماعية (61. 2019. López Cristina) والشكلان التاليان يوضحان مستويات دوافع المبحوثين النفعية والطقوسية فيما يتعلق باستخدامهم لمنصة استرجام:



شكل رقم (4)

مستويات الدوافع النفسية



شكل رقم (5)

مستويات الدوافع الطقوسية للمبحوثين

د/ مدى الاعتماد على استرجام كمصدر موثوق للمعلومات والأخبار:

جدول رقم (12)

الاعتماد على استرجام كمصدر موثوق للمعلومات

%	ك	مدى الاعتماد على استرجام كمصدر للمعلومات
41.6	125	لا اعتبره كذلك
47.7	143	إلى حد ما
10.7	32	إلى حد كبير

ن = 300

- يكشف الجدول السابق رقم (12) عن أن 10.7% فقط من عينة المبحوثين يمكنهم الاعتماد إلى حد كبير على المنصة كمصدر للمعلومات، في المقابل 41.6% من العينة لا يعتبرون المنصة مصدرًا موثوقًا للمعلومات والأخبار، وبين هاتين الفئتين، تأتي الفئة الأكبر من المبحوثين بنسبة 47.7% ممن يمكنهم الاعتماد إلى حد ما على المنصة كمصدر للمعلومات والأخبار.

- تتفق هذه النتيجة إلى حد كبير مع نتائج التحليل الكيفي لمجموعة النقاش التي كشفت عن أن المنصة لم ترتق بعد لتصبح مصدرًا للمعلومات والأخبار يمكن الاعتماد عليه بصورة كافية، حتى بالنسبة لأولئك الشباب ممن يستخدمون المنصة بكثافة عالية، ويضعون حسابات وسائل الإعلام المختلفة ضمن قائمة صفحاتهم المفضلة، وهو ما يرجعونه إلى طبيعة المنصة وطبيعة جمهورها الشبابي الذي يبحث عن الأخبار الخفيفة مثل الأخبار الرياضية والفنية، ولا يبحث عن الأخبار الجادة التي يمكنها أن تكون موضع اهتمام لمنصات تواصل اجتماعي أخرى مثل تويتر وفيسبوك.

" تصورات الشباب المصري بشأن إنستجرام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وأثر ذلك على طبيعة استخدامهم له"

- كما تتفق هذه النتيجة، في جانب منها، مع النتائج التي أشار إليها معهد رويترز للإعلام في تقاريره السنوية الأخيرة التي رصد خلالها تزايد الاعتماد على إنستجرام كمصدر لتلقي الأخبار، متجاوزا بعض وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر شهرة وخبرة في هذا المجال مثل تويتر، وذلك في عدة دول أبرزها الولايات المتحدة، والبرازيل، وألمانيا والأرجنتين. Reuters Institute Digital News Report 2020 (ox.ac.uk) وأن جمهور إنستجرام من الشباب يفضل قراءة القصص الإنسانية والقصص ذات الطبيعة الإيجابية إلى جانب الأخبار العامة (Al-Rawi, Ahmed. et al. 2021.315)، وذلك لأسباب تتعلق بالسرعة التي تميز شبكات التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار، ومساهمتها في توضيح الواقع الفعلي للأحداث، وجمعها بين أكثر من مصدر، استخدامها لملفات الصوت والفيديو في نقل الأخبار، الأمر الذي يجعلها في قائمة مصادر الإعلام التي يعتمد عليها الشباب في أوقات الأزمات (محمد سعد الدين الشربيني. 2021. 26).

المحور الرابع: مزايا استخدام إنستجرام كأحدى شبكات التواصل الاجتماعي

جدول رقم (13)

مزايا استخدام إنستجرام

مزايا إنستجرام كأحدى شبكات التواصل الاجتماعي	ك	%
السرعة والفورية في نقل الحدث	134	44.7%
التواصل مع الأصدقاء والتفاعل مع منشوراتهم	196	65.3%
سهولة نشر الصور والفيديوهات والجرافيكس	241	80.3%
مشاركة وتبادل الصور والمحتويات الأخرى أكثر من أي منصة أخرى.	171	57.0%
التفاعل مع الآخرين بحرية كاملة من خلال إعجاب- مشاركة- تعليق	137	45.7%
معرفة تفاصيل الأحداث الجارية من مصادرها مباشرة	77	25.7%
سهولة تعديل وتحرير الصور والفيديوهات	124	41.3%
سهولة متابعة المصادر والمؤثرين	139	46.3%
التسجيل الحي والمباشر للفيديوهات	120	40.0%
إمكانية إعداد القصص ولعروض الترويجية	116	38.7%
إمكانية توجيه المتابعين إلى صفحات وحسابات ومواقع أخرى على الإنترنت	98	32.7%
سهولة إعداد التصميمات المبتكرة للبوستات والصور	108	36.0%
إعداد الفيديوهات الاحترافية عبر التقنيات المختلفة التي يوفرها المنصة	106	35.3%

ن=300

- تكشف بيانات الجدول السابق رقم (13) أن سهولة نشر الصور والفيديوهات والجرافيكس، تنصدر مزايا استخدام بالنسبة للمبحوثين بنسبة 80.3%، يليها التواصل مع الأصدقاء والتفاعل مع منشوراتهم بنسبة 65.3%، ثم مشاركة وتبادل الصور والمحتويات بنسبة 57%، ثم سهولة متابعة المصادر والمؤثرين بنسبة 46.3%، يليه التفاعل مع الآخرين بحرية كاملة بنسبة 45.7%، والسرعة والفورية في نقل الحدث بنسبة 44.7%، وسهولة تعديل وتحرير الصور والفيديوهات بنسبة 41.3%، والتسجيل الحي والمباشر للفيديوهات بنسبة 40%، يلي ذلك إمكانية إعداد القصص ولعروض الترويجية بنسبة 38.7%، ثم سهولة إعداد التصميمات المبتكرة للبوستات والصور بنسبة 36%، وفي المراتب الأخيرة

" تصورات الشباب المصري بشأن استرجام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وأثر ذلك على طبيعة استخدامهم له"

جاءت مزايا اعداد الفيديوهات الإحترافية بنسبة 35.3%، وامكانية توجيه المتابعين إلى صفحات وحسابات ومواقع أخرى على الانترنت بنسبة 32.7%، وأخيرا معرفة تفاصيل الأحداث الجارية من مصادرها مباشرة بنسبة 25.7%.

- تشير النتيجة السابقة إلى أن مزايا المنصة التي تلبي الدوافع الطقوسية تنصدر اختيارات المبحوثين، ثم تأتي في مرتبة متأخرة المزايا المتعلقة بتلبية الدوافع النفعية، الأمر الذي يتفق مع دراسات عربية وأجنبية سابقة. (7. Alhabash S., and Mengyan Ma. 2017. López Cristina. 2019. 61)، ويلائم ما تتمتع به المنصة من تقنيات وامكانات تكنولوجية، تواكب تماما رغبات المستخدمين الترفيهية (Chavez G D., 2020. 12)، وهو ما أكدته أيضا نتائج التحليل الكيفي لمجموعات النقاش؛ حيث أوضحت الغالبية العظمى من المبحوثين أن منصة استرجام تميل إلى أن تكون منصة ترفيهية في المقام الأول، حتى بالنسبة لأولئك الذين يستخدمونها في الحصول على المعلومات ومتابعة الأخبار عبر حسابات وسائل الإعلام على المنصة، وأن السبب الرئيسي، بحسب تفسيرهم للأمر، هو الطابع الشبابي المميز للمنصة شكلا ومضمونا.

ثالثا/ نتائج اختبارات صحة الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين تصورات المبحوثين بشأن اعتبار منصة استرجام مصدرًا للمعلومات والأخبار وبين كل من:

- دوافع المبحوثين النفعية والطقوسية بشأن استخدام استرجام.
- كثافة استخدام استرجام.
- مستوى التفاعل مع المحتوى المنشور على استرجام.
- مستوى الاعتماد على استرجام كمصدر موثوق للحصول على المعلومات والأخبار.
- مدة استخدام استرجام.

جدول رقم (14)

مدة الاستخدام		الاعتماد		مستوى التفاعل		كثافة الاستخدام		الدوافع الطقوسية		الدوافع النفعية		المتغيرات
P	r	P	r	P	r	P	R	P	r	P	r	
.412	0.48	.000	.447	.037	.147	0.00	.232	0.00	.207	0.00	.414	تصورات المبحوثين بشأن اعتبار منصة استرجام مصدرًا للمعلومات والأخبار

R (قيمة معامل الارتباط) P (مستوى المعنوية)

- كشفت نتائج استخدام معامل بيرسون لقياس الارتباط بين المتغير المستقل (تصورات المبحوثين)، ومجموعة المتغيرات التابعة الموضحة في الجدول السابق عن صحة الفرض الرئيسي للدراسة بوجود علاقة ارتباطية طردية بين تصورات المبحوثين بشأن اعتبار استرجام مصدرًا للمعلومات والأخبار، وبين جميع المتغيرات التابعة السابقة، عدا متغير مدة الاستخدام.

- تشير النتيجة السابقة إلى أن ارتفاع مستوى التصورات الإيجابية للمبجوثين بشأن اعتبار استرجام مصدراً للمعلومات والأخبار، يرتفع معه مستوى اعتمادهم عليه لهذا الغرض، وتوظيفه في تلبية دوافعهم النفسية والطقوسية. وتكشف قيمة معامل بيرسون أن هذه العلاقة الارتباطية متوسطة القوة فيما يتعلق بمتغيري مستوى الاعتماد (44.7)، والدوافع النفسية (41.4)، وضعيفة القوة فيما يتعلق بمتغير الدوافع الطقوسية (20.7). وهي نتيجة متسقة مع ارتباط الدوافع النفسية في الدراسة بتوظيف منصة استرجام في البحث عن المعلومات والأخبار حول أهم القضايا، ومتابعة الأخبار من مصادرها المباشرة، والمساعدة في تكوين رأي أو اتخاذ قرار بشأن القضايا البارزة على الساحة، وغيرها من الدوافع التي تتسق مع ارتفاع التصورات الإيجابية للمبجوثين عن المنصة كمصدر للمعلومات، ومن ثم اعتمادهم عليه في تلبية هذه الدوافع، وهو ما تفسره نظرية ثراء الوسيلة، انطلاقاً من فرضية جوهريّة مفادها "أن الجودة التي وفرتها وسائل التواصل الجديدة من حيث الإمكانيات المتعددة في ثرائها، تضيف قوة وفعالية إلى الرسالة، وتيسر على المتلقين فهمها واستيعابها". (بحباح، سليم. 2017. 65).

- كما توضح النتائج السابقة علاقة الارتباط الطردي بين ارتفاع حجم التصورات الإيجابية المتعلقة بتوظيف المنصة كمصدر للمعلومات والأخبار، وبين كثافة استخدامها (23.2)، وارتفاع مستوى تفاعل المبجوثين مع المحتوى المنشور على حساباتها وبين صفحاتها (14.7). وعلى الرغم من ضعف هذه العلاقة بحسب قيمة بيرسون الموضحة، غير أنها تقدم مؤشراً دالاً على أن ارتفاع تصورات المبجوثين من الشباب بشأن إمكانية استخدام المنصة كنافذة لعرض المواد الإخبارية المختلفة، ومصدراً للمعلومات خاصة في مجالي الفن والرياضة، يتوافق مع ارتفاع عدد الأيام والساعات التي يستخدم خلالها المبجوثون المنصة، ومع ارتفاع مستويات التفاعل مع الأخبار المنشورة وصولاً إلى التعليق عليها ومشاركتها مع الأصدقاء. أي أن المبجوثين الذين يستخدمون المنصة لفترات طويلة يكون لديهم تصورًا إيجابيًا بشأن قدرتها على تلبية حاجاتهم المعرفية، ويرتفع مستوى تفاعلهم مع المحتوى الذي يتعرضون له، الأمر الذي كشفت عنه أيضاً نتائج التحليل الكيفي لمجموعة النقاش التي أظهرت أن المبجوثين الذين يستخدمون المنصة منذ عدة سنوات ولساعات طويلة، تكونت لديهم تصورات إيجابية لافتة بشأن قدرة المنصة على أن تلبى جانباً من احتياجاتهم المعرفية والمعلوماتية. وهي نتيجة تفسرها نظرية الاستخدامات والإشباع في ضوء الارتباط الذي تفره بين حصول المستخدمين على المعلومات والمواد الإخبارية من وسائل الإعلام، وبين كثافة استخدامهم لهذه الوسائل والاعتماد عليها (حنان. يوسف، علي. مصطفى، 2019. 51)

" تصورات الشباب المصري بشأن استجرام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وأثر ذلك على طبيعة استخدامهم له"

الفرض الثاني: توجد فروق دالة احصائيا بين المبحوثين طبقا للمتغيرات الديموغرافية (النوع – العمر – المستوى التعليمي) في متوسطات درجات التصورات بشأن اعتبار استجرام مصدرا للأخبار والمعلومات:

أ/ النوع:

جدول رقم (15)

المتغيرات	المتغيرات الديموغرافية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T-Test	درجة الحرية	مستوى المعنوية
تصورات المبحوثين بشأن اعتبار استجرام مصدرا للأخبار والمعلومات	ذكور	62	14.58	2.34	2.179	298	0.030
	إناث	238	15.38	2.63			

- يكشف اختبار (T) عن وجود فروق دالة احصائياً بين الذكور والإناث في متوسط التصورات الخاصة باعتبار استجرام مصدراً للمعلومات والأخبار، حيث بلغت قيمة T عند مستوى معنوية 0.030، وهذه الفروق لصالح فئة الإناث لأنها صاحبة المتوسط الحسابي الأعلى بحسب ما يظهر الجدول السابق. وبالنظر إلى ما أثبتته الفرض الأول من ارتفاع التصورات الإيجابية للمبحوثين، كثيفي الاستخدام، بشأن اعتبار المنصة مصدراً للأخبار والمعلومات، وما خرجت به نتائج منصفة اختبار T-TEST * من ارتفاع المتوسطات الحسابية للإناث (4.907) مقارنة بالذكور (4.548) فيما يتعلق بكثافة استخدامهم للمنصة، فإن ارتفاع تصورات المبحوثين الإناث الإيجابية بشأن توظيف المنصة للحصول على الأخبار والمعلومات، نتيجة منطقية ومتسقة مع نتائج الدراسة بشكل عام.

ب/ المستوى التعليمي:

جدول رقم (16)

المتغيرات	المستوى التعليمي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة T-TEST	مستوى المعنوية
تصورات المبحوثين بشأن اعتبار استجرام مصدرا للأخبار والمعلومات	مؤهل جامعي ن = 259	15.231	2.574	298	.251	.802
	دراسات عليا ن = 41	15.12	2.78			

- تكشف نتائج اختبار (T) عن عدم وجود فروق دالة احصائياً بين متوسطات درجات تصورات المبحوثين الخاصة باعتبار استجرام مصدراً للمعلومات والأخبار، وفقاً لمتغير المستوى التعليمي. وتشير بيانات الجدول عن تقارب ملحوظ في متوسطات درجات المبحوثين مع تفوق نسبي لصالح فئة المبحوثين من أصحاب المؤهل الجامعي (15.23)، في مقابل المبحوثين أصحاب الدراسات العليا (15.12)، وهي نتيجة منطقية إذا أخذنا في الاعتبار فارق السن بين الفئتين، وإقبال الشباب من الفئة العمرية (18-25) على استخدام المنصة في تلبية احتياجاتهم النفعية والطقوسية.

* أجرى الباحث اختبار T-TEST لاستبيان الفروق الاحصائية بين المبحوثين طبقا للمتغيرات الديموغرافية في متوسطات درجات كثافة استخدام استجرام.

ج/ الفئات العمرية:

جدول رقم (17)

مستوى المعنوية	قيمة ANOVA	درجة الحرية		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفئات العمرية	المتغيرات
		داخل المجموعة	بين المجموعات				
0.846	0.271	296	3	2.53	15.25	25 - 18 ن = 217	تصورات المبحوثين بشأن اعتبار استجرام مصدرا للأخبار والمعلومات
				2.45	15.32	30 > 25 ن = 46	
				3.06	14.86	35 > 30 ن = 23	
				3.33	14.92	40-35 ن = 14	

- تكشف نتائج اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه ANOVA عن عدم وجود فروق دالة احصائياً بين متوسطات درجات تصورات المبحوثين الخاصة باعتبار استجرام مصدراً للمعلومات والأخبار، وفقاً لمتغير الفئات العمرية.

- وتشير بيانات الجدول عن تقارب ملحوظ في متوسطات درجات المبحوثين مع تفوق نسبي لصالح الفئات العمرية الأصغر (18 > 30)، لتبلغ (15.32)، و (15.25)، وهي نتيجة تتفق إلى حد بعيد مع ما تشير إليه تقارير ودراسات عدة بشأن إقبال الشباب من الفئات العمرية الأصغر على توظيف منصة استجرام للحصول على للمعلومات والأخبار.

(Reuters Institute Digital News Report 2020, 2021 (ox.ac.uk) , (Statista Research Department, 2022, www.statista.com)

" تصورات الشباب المصري بشأن استرجام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وأثر ذلك على طبيعة استخدامهم له"

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين كل من: أ/ اعتماد المبحوثين على استرجام كمصدر للمعلومات والأخبار، ب/ مدة الاستخدام، ج/ كثافة الاستخدام، د/ مستوى التفاعل مع الأخبار، هـ/ الدوافع النفسية والطفوسية، وبين مستوى ثقتهم في محتوى الصفحات التي يتابعونها.

أ/ اعتماد المبحوثين على استرجام كمصدر للمعلومات والأخبار:

جدول رقم (18)

المتغيرات	الثقة في صفحات المشاهير ن = 275		الثقة في صفحات المؤسسات الرسمية ن = 244		الثقة في صفحات المؤسسات الإعلامية ن = 254		الثقة في صفحات المؤثرين ن = 268		الثقة في صفحات الشخصيات العامة ن = 263		الثقة في صفحات الأنشطة التجارية ن = 244	
	P	R	P	r	P	R	P	R	P	r	P	r
الاعتماد على استرجام كمصدر للمعلومات والأخبار	0.016	0.145	.638	.030	.285	.067	.010	.156	.017	.147	.025	.144
مدة استخدام استرجام	.000	.223	.481	.045	.015	.152	.160	.086	.018	.146	.005	.179
كثافة الاستخدام	.006	.166	.676	.027	.064	.116	.025	.137	.079	.103	.129	.079
مستوى التفاعل	.569	.042	.813	.018-	.707	.029	.874	.012-	.327	.073-	.600	.041-
الدوافع النفسية	.161	.085	.465	.047-	.079	.111	.520	.039	.599	.033	.361	.059
الدوافع الطفوسية	.010	.154	.655	.029	.429	.050	.101	.100	.090	.105	.089	.109

P (مستوى المعنوية)

R (قيمة معامل الارتباط)

- كشفت نتائج استخدام معامل بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين المتغيرات السابقة عما يلي:

- ثبوت العلاقة الارتباطية بين اعتماد المبحوثين على استرجام كمصدر للمعلومات والأخبار، ومستوى الثقة في صفحات المشاهير، وصفحات المؤثرين، وصفحات الشخصيات العامة. وتكشف قيم معامل الارتباط في الجدول عن ضعف هذه العلاقة. فيما لم تثبت صحة العلاقة الافتراضية فيما يتعلق بمستوى الثقة في صفحات المؤسسات الرسمية، والمؤسسات الإعلامية، والأنشطة التجارية.
- ثبوت العلاقة الارتباطية بين مدة استخدام استرجام، ومستوى الثقة في صفحات المشاهير، وصفحات المؤسسات الإعلامية، وصفحات الشخصيات العامة، وصفحات الأنشطة التجارية. وتكشف قيم معامل الارتباط في الجدول عن ضعف هذه العلاقة. فيما لم تثبت هذه العلاقة فيما يتعلق بمستوى الثقة في صفحات المؤسسات الرسمية، وصفحات المؤثرين والناشطين.

" تصورات الشباب المصري بشأن استرجام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وأثر ذلك على طبيعة استخدامهم له"

- ثبوت العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام استرجام، وبين مستوى الثقة في صفحات المشاهير، وصفحات المؤثرين والناشطين، وتكشف قيم معامل الارتباط في الجدول عن ضعف هذه العلاقة. فيما لم تثبت هذه العلاقة فيما يتعلق بمستوى الثقة في باقي الصفحات.
 - عدم ثبوت العلاقة الارتباطية بين متغيري مستوى تفاعل المبحوثين مع الأخبار المنشورة على استرجام، وطبيعة الدوافع النفعية للمبحوثين، وبين مستوى ثقتهم في جميع الصفحات التي يتابعونها على استرجام.
 - ثبوت العلاقة الارتباطية بين طبيعة الدوافع الطقوسية للمبحوثين، وبين مستوى ثقتهم في محتوى صفحات المشاهير فقط، دون غيرها من باقي الصفحات.
- تشير النتائج السابقة إلى أنه مع اختلاف المتغيرات التي تم التحقق من دلالة علاقاتها الاحصائية مع متغير الثقة في مختلف الصفحات التي يتابعها المبحوثون على منصة استرجام، بدا واضحاً أن متغير الثقة في الصفحات والحسابات الشخصية (المشاهير- الشخصيات العامة - المؤثرين) وليس المؤسسية (وسائل الاعلام - الهيئات الرسمية) أظهر ارتباطاً إحصائياً دالاً مع أكثر من متغير، الأمر الذي يمكن تفسيره في ضوء سيطرة الصفحات والحسابات الشخصية على أنماط استخدام منصة استرجام، خاصة مع ما هو معروف وشائع من إنشاء استرجام كمنصة مرئية وموجهة نحو التفاعل الشخصي بين المستخدمين، ما أدى إلى تقريب المسافات بين نخبة المجتمع وجمهورهم الذي تمكن من متابعة أخبارهم مباشرة، والتعليق عليها عبر حساباتهم الشخصية، بعيداً عن وجود وسيط ينقل المعلومات والأخبار من النخبة إلى المتلقين، مثلما هو الحال في وسائل الإعلام التقليدية، قبل سنوات مضت. وهذا التواصل المباشر الذي وفرته منصة استرجام يندرج، بحسب نظرية ثراء الوسيلة، ضمن مجموعة الامكانات الاتصالية والتفاعلية التي تميز وسائل التواصل الجديدة، وتمنحها ثراء وأفضلية. (Ferber P., et al. 2005.) (143), (Yang Y., et al. 2021.4).

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين كثافة استخدام المبحوثين لمنصة استرجام وبين استخدامهم للمنصة كمصدر للمعلومات والأخبار

جدول رقم (18)

الاجمالي	فئات كثافة الاستخدام						استخدام استرجام كمصدر للمعلومات
	مرتفع		متوسط		منخفض		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
67	201	67	43	69.4	120	50	38
33	99	15.7	8	30.6	53	50	38
100	300	100	51	100	173	100	76

كا = 17.286 = 2 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.000.

- كشفت نتائج اختبار كا² لقياس العلاقة الارتباطية بين مستوى كثافة استخدام استرجام، وتوظيف المنصة كمصدر للمعلومات والأخبار عن ثبوت صحة الفرض، حيث بلغت قيمة كا² (17.28)، عند مستوى معنوية (0.000)، الأمر الذي يشير إلى أن المبحوثين الذين يستخدمون المنصة لفترات طويلة، باتوا يوظفونها كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وهي النتيجة التي تتفق تماماً مع ما أشارت إليه نتائج الفرض الأول من أن المبحوثين كثيفي الاستخدام، لديهم تصورات ايجابية بشأن استخدام المنصة كمصدر لتلقي الأخبار والمعلومات.

" تصورات الشباب المصري بشأن استرجام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وأثر ذلك على طبيعة استخدامهم له "

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين طبيعة دوافع المبحوثين، واستخدامهم للمنصة كمصدر للمعلومات والأخبار.
أ/ الدوافع النفعية:

جدول رقم (19)

الاجمالي		مستويات الدوافع النفعية						استخدام استرجام كمصدر للمعلومات
		مرتفع		متوسط		منخفض		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
67	201	82.6	95	61.3	87	44.2	19	نعم
33	99	17.4	20	38.7	55	55.8	24	لا
100	300	100	115	100	142	100	43	الاجمالي

كا=24.905 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.000.

ب: الدوافع الطقوسية:

جدول رقم (20)

الاجمالي		مستويات الدوافع الطقوسية						استخدام استرجام كمصدر للمعلومات
		مرتفع		متوسط		منخفض		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
67	201	64.9	159	75	39	100	3	نعم
33	99	35.1	86	25	13	0	0	لا
100	300	100	245	100	52	100	3	الاجمالي

كا=3.472 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.176.

- كشفت نتائج اختبار كا² عن صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية بين دوافع المبحوثين النفعية في استخدام المنصة، وتوظيفها كمصدر للمعلومات والأخبار، حيث بلغت قيمة كا² (24.90)، عند مستوى معنوية (0.000). فيما لم تثبت صحة الفرض فيما يتعلق بدوافع المبحوثين الطقوسية، حيث بلغت قيمة كا² (3.47)، عند مستوى معنوية (0.176). وهي نتيجة منطقية في ضوء الارتباط الايجابي بين طبيعة الدوافع النفعية وتوظيف المنصة كمصدر للمعلومات والأخبار، بخلاف الدوافع الطقوسية المعنية بالترفيه والتسلية وقضاء وقت الفراغ.

الفرض السادس: هناك علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين نوعية الأخبار التي يتابعها المبحوثون على المنصة، وبين درجة اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات والأخبار.
أ/ الأخبار الفنية:

جدول رقم (21)

الاجمالي		الاعتماد على استرجام كمصدر للمعلومات						الأخبار الفنية
		إلى حد كبير		إلى حد ما		لا		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	122	15.2	17	61.5	75	24.6	30	يتابع
100	79	13.9	12	45.6	36	39.2	31	لا يتابع
100	201	14.4	29	55.2	111	30.3	62	الاجمالي

كا=5.640 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.05.

" تصورات الشباب المصري بشأن استرجام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، وأثر ذلك على طبيعة استخدامهم له"

ب/ الأخبار الرياضية:

جدول رقم (22)

الاجمالي		الاعتماد على استرجام كمصدر للمعلومات						الأخبار الرياضية	
		إلى حد كبير		إلى حد ما		لا			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	72	13.9	10	47.3	50	16.7	12		يتابع
100	129	14.7	19	69.4	61	38	49		لا يتابع
100	201	14.4	29	55.2	11	30.3	61	الاجمالي	

كاف=11.050 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.004

ج/ أخبار حياة المشاهير:

جدول رقم (23)

الاجمالي		الاعتماد على استرجام كمصدر للمعلومات						أخبار المشاهير	
		إلى حد كبير		إلى حد ما		لا			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	108	13	14	63	68	24.1	26		يتابع
100	93	16.1	15	46.2	43	37.6	35		لا يتابع
100	201	14.4	29	55.2	111	30.3	61	الاجمالي	

كاف=5.906 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.052

د/ أخبار الحوادث والجريمة:

جدول رقم (24)

الاجمالي		الاعتماد على استرجام كمصدر للمعلومات						أخبار الحوادث والجريمة	
		إلى حد كبير		إلى حد ما		لا			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	44	20.5	9	65.9	29	13.6	6		يتابع
100	157	12.7	20	52.2	82	35	55		لا يتابع
100	201	14.4	29	55.2	111	30.3	61	الاجمالي	

كاف=7.767 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.021

- تكشف الجداول السابقة أرقام (21، 22، 23، 24) عن صحة الفرض السادس القائل "بوجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين نوعية الأخبار التي يتابعها المبحوثون على منصة استرجام، وبين درجة اعتمادهم على المنصة كمصدر للمعلومات والأخبار، وذلك فيما يتعلق بكل من الأخبار الفنية والرياضية وأخبار المشاهير وأخبار الجريمة والحوادث، فيما لم تثبت صحة الفرض فيما يتعلق بالأخبار السياسية والاقتصادية، والأخبار الغربية وغير المألوفة، وأخبار الأزياء والموضة.

- تشير النتيجة السابقة إلى أن المبحوثين الشباب المهتمين بمتابعة الأخبار الفنية والرياضية وكذا أخبار المشاهير والجريمة، لديهم قناعة بأن منصة استرجام يمكنها أن تشكل مصدراً موثوقاً به للحصول على المعلومات والأخبار الخاصة بهذه النوعية من الأخبار والقضايا، في حين أن المبحوثين المتابعين لأخبار السياسة والاقتصاد والأزياء والغرائب لا يملكون نفس هذه القناعة. وهي نتيجة منطقية في ضوء طبيعة المنصة ونوعية المحتوى الذي توفره، وما تتيحه من إمكانيات وأدوات وتطبيقات تناسب محتوى بعينه أقرب ما يكون إلى المحتوى الفني والرياضي وكذا المحتوى الخاص بأخبار المشاهير وشؤون حياتهم الخاصة، وليس هو بطبيعة الحال المحتوى السياسي أو الاقتصادي.

مراجع الدراسة:

- 1- حسام سلامة. (2020). الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي وكفاءتها كمصادر للمعلومات عن جائحة كورونا، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام)، 19(2)، 161-235
- 2- حسناء منصور. (2017). تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على درجة الإفصاح عن الذات لدى الفتاة السعودية وعلاقته برأس المال الاجتماعي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام) 33(6)، 257-312
- 3- حنان يوسف، مصطفى علي. (2019). "الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات والإشباعات"، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، (جامعة عين شمس: كلية التربية النوعية) 23(7)، 51.
- 4- دعاء حاتم محمد آدم. (يناير. 2021)، " استخدام النخبة الأكاديمية لموقع انستجرام والتماسها الأخبار منه "، *مجلة البحوث الإعلامية*، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام) 56(4)، (1678-1631)
- 5- سليم معمر خير بجباح . (2017). تأثير تكنولوجيا الاتصال في تطوير أداء العلاقات العامة: دراسة تطبيقية على عينة من شركات الطيران العاملة في ليبيا "، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنيا: كلية الآداب، قسم اعلام).
- 6- سماح عبد الرازق الشهاوي. (2018). "اتجاهات الصحفيين المصريين نحو توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي والتفاعل مع الجمهور "، المجلة العلمية لبحوث الصحافة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام) 13، 167-230
- 7- عبد الله عمران على ابراهيم. (2017)، "تأثير الانترنت على فنون التحرير الإخباري في الفضائيات"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام)
- 8- عمرو عبد السلام أحمد مندور. (2016)، "تأثير قنوات الأفلام العربية على صناعة السينما"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام).
- 9- محمد سعد الدين محمد الشربيني. (2021). " استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات وقت الأزمات"، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام) 21(21)، 48-1،
- 10- ممدوح السيد عبدالهادي. (2017). "استخدامات الوظيفة الإعلامية الإخبارية لموقعي التواصل الاجتماعي (فيس بوك - تويتر) والإشباع المتحققة منهما من وجهة نظر طلبة الجامعات المصرية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة"، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، 11، 345-459.
- 11- ياسمين محمد. (2019)، تأثير متابعة صفحات وحسابات المشاهير الرسمية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل شبه الاجتماعي لدى المراهقين، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، 18(3)، 615-670

المراجع الأجنبية:

- 1- Ahmed Shatil. (2020). How Newspapers' Social Media Editors in Bangladesh Use Official Social Media Accounts, Master Thesis, The University of Mississippi. USA.
- 2- Alharethi, Mesfer. (2020. May). Is social media a Reliable Source for Information? An Examination of Social Media Use among Saudi Journalists', Master Thesis., Arkansas State University. USA.
- 3- Al-Rawi, Ahmed. , Alaa Al-Musalli, and Abdelrahman Fakida. (2021. June). news Values on Instagram: A Comparative Study of International News, *Journalism and Media*, 2(2), 305-320

- 4- Ferber P, Foltz F, Pugliese R. (2005). Computer-Mediated Communication in the Arizona Legislature: Applying Media Richness Theory to Member and Staff Communication, *State and Local Government Review*. 37(2) . 142–150
- 5- Chavez G D. (2020) *New Challenges in Social Media Marketing: Exploring the Interaction Effects of Age and Message Format on Cognitive, Affective, and Behavioral Outcomes*, M.A. The University of Texas at Arlington. USA. ProQuest Dissertations Publishing
- 6- Cristina López, Patrick Hartmann, Vanessa Apaolaza. (2019). Gratifications on Social Networking Sites: The Role of Secondary School Students' Individual Differences in Loneliness, *Journal of Educational Computing Research*, 57(1), 58–82
- 7- Dedy Mulyana, Dadang Rahmat Hidayat , Prahastiwi Utari. (2021). The Commodification, Spatialization and Structuration of social media in the Indonesian Cyber Media News, *Media and Communication*, 9 (2), 110-118.
- 8- Fletcher, R., Nielsen, R. K. (2018). Are people incidentally exposed to news on social media? A comparative analysis. *New Media & Society*, 20(7), 2450–2468.
- 9- John H. Parmelee, Nataliya Roman. (2019. April-June). Insta-Politics: Motivations for Following Political Leaders on Instagram, *Social Media + Society*, 1–12
- 10- Jorge Vázquez-Herrero, Sabela Direito-Rebollal, Xosé López-García, (2019. October-December). Ephemeral Journalism: News Distribution Through Instagram Stories, *Social Media and Society*, 1–13
- 11- John H. Parmelee, Nataliya Roman. (2019. April-June). Insta-Politics: Motivations for Following Political Leaders on Instagram, *Social Media + Society*, 1–12
- 12- Nic Newman., Richard Fletcher., Anne Schulz., Simge Andi., Rasmus Kleis Nielsen. (2019). *Digital News Report 2020*. Reuters Institute and University of Oxford. Available at: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/digital-news-report-2019-out-now>
- 13- Nic Newman., Richard Fletcher., Anne Schulz., Simge Andi., Rasmus Kleis Nielsen. (2020). *Digital News Report 2020*. Reuters Institute and University of Oxford. Available at: [Reuters Institute Digital News Report 2020 \(ox.ac.uk\)](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/digital-news-report-2020)
- 14- Nic Newman., Richard Fletcher., Anne Schulz., Simge Andi., Rasmus Kleis Nielsen. (2021). *Digital News Report 2020*. Reuters Institute and

University of Oxford. Available at :
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>

- 15- Paul Mena, Danielle Barbe, Sylvia Chan-Olmsted. (2020. April-June), Misinformation on Instagram: The Impact of Trusted Endorsements on Message Credibility, social media + Society, 1-9.
- 16- Patel, Viraj,.(2020). Increasing Engagement with Student Government Associations: An Examination of Student Publics, M.S, inoio State University. USA. Available at: <https://ir.library.illinoisstate.edu/etd/1230>
- 17- Saleem Alhabash and Mengyan Ma. (2017). A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students? Social Media and Society, January-March 2017: 1–13
- 18- Statista Research Department,2022, Instagram: distribution of global audiences 2022, by age and gender, <https://www.statista.com/statistics/248769/age-distribution-of-worldwide-instagram-users> .
- 19- Wirfs-Brock, J., Queh, K. (2019). News from the background to the foreground: How people use technology to manage media transitions: A study of technology-mediated news behaviors in a hyper-connected world. Proceedings of the ACM on Interactive, Mobile, Wearable and Ubiquitous Technologies, 3(3), 1-19. <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=3351268>
- 20- Watson. Amy. 2021, Social media as a news source worldwide 2021, www.statista.com/statistics/718019/social-media-news-source
- 21- Yang Y., Deng W., Zhang Y., Mao Z. (2021). Promoting Public Engagement during the COVID-19 Crisis: How Effective Is the Wuhan Local Government's Information Release? International Journal of Environmental Research and Public Health; 18(1). 1-17