

# استخدامُ الجمهورِ للصحافةِ المصريَّةِ مُتعددةِ المنصَّاتِ وعلاقتهُ بمستوى مشاركتهم في المضمونِ الصحفيِّ المُقدَّم عبرَ هذه المنصَّاتِ

د. خلود ماهر محمود

المدرس بقسم الصحافة المطبوعة و الإلكترونية  
كلية الإعلام وفنون الاتصال- جامعة 6 أكتوبر

**ملخص الدراسة:**

هدفت هذه الدراسة رصد وتحليل أبعاد العلاقة بين استخدام الجمهور للصحافة المصرية متعددة المنصات ومستوي مشاركتهم في المضمون الصحفي المقدم من خلال توظيف مقياس COBRAS لمشاركة الجمهور في الاتصالات الالكترونية، وذلك من خلال دراسة ميدانية تم تطبيقها باستخدام أداة الاستبيان على عينة قوامها 400 مفردة من شرائح الجمهور اللذين يستخدمون المنصات المتعددة للصحف المصرية. وخلصت الدراسة الي عدة نتائج أهمها أن مشاركة الجمهور في المضمون الصحفي المقدم عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية كان بشكل غير نشط في المقام الأول وذلك نتيجة اكتفاء عينة الدراسة بالتعرض فقط (المستوي الأول من المشاركة) لهذا المضمون، بينما جاءت مشاركته في المضمون الصحفي المقدم بشكل نشط في الترتيب الثاني وذلك نتيجة قيام الجمهور ببعض الأفعال السلوكية المعبرة عن التفاعل (المستوي الثاني من المشاركة) مع المضمون الصحفي المقدم، و أضافت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوي المشاركة في المضمون الصحفي المقدم وفقاً لمتغير النوع والمستوى التعليمي والمستوى الاقتصادي؛ في حين ثبت عدم وجود فروق دالة إحصائية بين مستوي المشاركة و متغير العمر.

**الكلمات المفتاحية:** مشاركة الجمهور/المنصات التواصل الاجتماعي / الجمهور النشط

# The audience's use of Egyptian multi-platform press and its relationship to the level of their participation in the journalistic content provided

Abstract:

This study aimed to monitor and analyze the dimensions of the relationship between the public's use of the Egyptian multi-platform press and their level of participation in the journalistic content provided by employing the COBRAS scale for public participation in electronic communications, through a field study that was applied using the questionnaire tool on a sample of 400 individuals from the segments of the public who use the multiple platforms of Egyptian newspapers. The study concluded several results, the most important of which is that the public's participation in the journalistic content presented through the multiple platforms of Egyptian newspapers was inactive in the first place, because of the study sample being limited to exposure only (the first level of participation) to this content

While the active participation in the presented journalistic content came in second place, because of the audience performing some behavioral actions that express interaction (the second level of participation) with the presented journalistic content. The study added that there were statistically significant differences between the level of participation in the presented journalistic content according to the variable Gender, educational level, and economic level, while it was proven that there were no statistically significant differences between the level of participation and the age variable

## مقدمة:

شهدت صناعة الصحافة في الآونة الأخيرة تحولات كبيرة في أساليب وطرق وصول المضمون الإخباري للجمهور؛ وذلك من خلال إمكانية إتاحة هذا المضمون على العديد من المنصات، والتي تعتبر قنوات اتصال متنوعة لتقديم هذا المضمون.

وتقوم هذه المنصات بدور مهمّ وأساسي في تعزيز وصول مضمون ومحتوى الصحف لجمهورها، وتلبية احتياجاته المتنامية؛ وذلك من خلال الإفادة من طبيعة كل منصة لتحقيق التغطية الأوسع للجمهور المستهدف، بالإضافة إلى إتاحة أنماط مختلفة من المشاركة في هذا المضمون؛ الأمر الذي جعل استخدامها جزءاً من النظام اليومي للجمهور، بشكل عام توظيف الصحف للمنصات المتعددة- نتيجة التطورات التكنولوجية المتلاحقة- له العديد من المميزات، أهمها: توسيع نطاق الوصول؛ حيث إن إتاحة المحتوى على عدد من المنصات يزيد من فرص اكتشاف الأفراد للمواد الصحفية المختلفة، هذا بالإضافة إلى أن استخدامها يتيح للقراء أيضاً خيارات متعددة ومتنوعة لاستهلاك المواد الصحفية بما يتناسب مع تفضيلاتهم، وإتاحة الفرصة للتعبير عن آرائهم وأفكارهم؛ من خلال المشاركة في المضمون الصحفي المقدم على أكثر من المستوى (التعرض/ التفاعل/ الإنتاج)؛ مما يساعد في بناء علاقات أقوى وتعزيز الولاء للمؤسسة الصحفية ومضامينها المختلفة.

وبناء على ما سبق، نجد أن هناك تغييراً محورياً في سمات وخصائص جمهور الصحافة؛ نتيجة مشاركته بشكل فعال في المضمون الصحفي المقدم عبر المنصات المتعددة للصحف، والذي حولته من مجرد متلقٍ سلبي إلى جمهور نشط لا يكتفي باستهلاك المحتوى الصحفي، بل يشارك ويتفاعل مع هذا المحتوى؛ من خلال التنقل بين المنصات المختلفة لتخصيص التجربة الإعلامية الخاصة به.

وفي إطار تنوع المنصات وتغير سلوكيات وخصائص الجمهور تتضح أهمية هذه الدراسة، والتي تحاول التعرف على التغيرات الجوهرية في سمات استخدام الجمهور للمضمون الصحفي المقدم عبر المنصات المتعددة للصحف من حيث خصائصه الديموغرافية، ودوافع تعرضه لمنصات معينة دون الأخرى، وأساليب تقديم المحتوى التي يفضلها، ومستويات مشاركته في هذا المضمون؛ إذ إن فهم هذه السمات يعد أمراً أساسياً لتطوير وتنفيذ استراتيجيات أكثر تكاملاً في إنتاج المضمون الصحفي وتوزيعه؛ وذلك لتحقيق توقعات القراء المتزايدة لتحقيق استمرارية توظيف هذه المنصات مهنيًا واقتصاديًا.

## الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة التراث العلمي المتعلق بموضوع الدراسة اتضح أن هناك مجموعة من الدراسات تناولت رصد سمات الجمهور بمختلف فئاته من مستخدمي المنصات المتعددة؛ حيث اهتمت هذه الدراسات برصد خصائص الجمهور المستخدم للمنصات المتعددة، وعلاقة ذلك بأنماط استخدامهم واستهلاكهم للمحتوى المقدم عبر هذه المنصات، وذلك على النحو التالي:

■ دراسة (مرام أحمد، 2023) <sup>(1)</sup> التي هدفت إلى التعرف على أنماط التماس الأفراد للمعلومات الصحية من صفحات الصحة العامة الثقافية. الإنستغرام؛ حيث أكدت الدراسة أن شكل "ريلز" كان أكثر استخداماً في عينة الدراسة التحليلية، وأن الدوافع النفعية الثقافية حازت المركز الأول من أسباب متابعة الباحثين لصفحات الصحة العامة عبر منصة الإنستغرام، وأضافت دراسة (نسرین عبد العزيز، 2022) <sup>(2)</sup> تصدر منصة "فيس بوك" قائمة المنصات الأكثر استخداماً من قبل كبار السن، يليها الواتساب، ثم اليوتيوب، ومن حيث النتائج اتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (مرام أحمد، 2023) في ارتفاع نسبة الدوافع النفعية المرتبطة باكتساب المعلومات، والتعرف على وجهات النظر المختلفة عن نسبة الدوافع الطقوسية، بينما اهتمت دراسة (ميرال مصطفى، 2021) <sup>(3)</sup> بالتعرف على

تأثير العوامل الشخصية الخمسة في تحديد أنماط استخدام المصريين لمنصات التواصل الاجتماعي بشكل عام، والإنستغرام بشكل خاص؛ حيث أوضحت الدراسة أن فهم هذا التأثير يساعد على تصميم استراتيجيات اتصالية أكثر فاعلية لتلبية حاجات مستخدمي الإنستغرام، وأسفرت نتائج دراسة **(نانسي عبد السيد، 2021)** (4) أن أهم أسباب متابعة المراهقين للصفحات الأدبية المقدمّة على منصة "فيس بوك" هي الثقة في طبيعة المضمون المقدم، هذا بالإضافة إلى المميزات التي تتيحها له هذه المنصات من حرية إبداء الرأي، وعرض الأفكار بسهولة، والنقاش حول مختلف القضايا الثقافية.

■ اهتمت دراسات أخرى بالتعرف على استخدامات فئات معينة- حسب وظائفها وتخصصاتها المهنية- لمنصات التواصل الاجتماعي المختلفة، بالأخص الصحفيين والقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية المختلفة، منها دراسة **(عثمان فكري، 2021)** (5) والتي أكدت على اعتماد الصحفيين على منصات التواصل الاجتماعي المختلفة، وأنهم يمارسون وظيفة التسويق على منصات التواصل الاجتماعي لأنفسهم وإنتاجهم الصحفي نتيجة تفاعلهم مع الجمهور من خلال هذه المنصات، وأضافت دراسة **(سهير عثمان، 2020)** (6) أن الصحفيين يتابعون بشكل دائم التعليقات التي يقدمها الجمهور على المضمون المقدم، وبالأخص التعليقات السلبية؛ وذلك لأنها تدل- من وجهة نظرهم- على المتابعة الدقيقة من جانب الجمهور للمضامين المنشورة.

■ هناك مجموعة أخرى من الدراسات اهتمت بالتعرف على التأثيرات النفسية والاجتماعية والثقافية لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي المختلفة، إذ أكدت دراسة **(مروى ياسين، 2022)** (7) على وجود فروق ذات دلالة إحصائية جراء متابعة الشباب لمنصة "تيك توك" ومستوى العزلة الاجتماعية لديهم؛ فيما يتعلق بالثقة بالنفس، والتواصل، والاحتواء الأسري، والتفاعل مع الأصدقاء، بينما ركزت دراسة **(صفا إبراهيم، 2021)** (8) انطلاقاً من نظرية المقارنة الاجتماعية بالتعرف على العلاقة بين استخدام منصة الإنستغرام ومستوى المقارنة الاجتماعية لدى الجمهور عينة الدراسة، وأكدت الدراسة أن الإناث أكثر عرضة لارتفاع مستوى المقارنة الاجتماعية لديهن عن استخدام الذكور لهذه المنصة، وفي نفس السياق هدفت أيضاً دراسة **(أحمد محمد الرفاعي وآخرين، 2021)** (9) إلى التعرف على علاقة استخدام المراهقين لمنصة "فيس بوك" وإدراكهم لأضرار التنمر الإلكتروني، وأكدت الدراسة أن أكثر من نصف العينة العمدية استخدامها لمنصة فيس بوك أكثر من بقية منصات التواصل الاجتماعي الأخرى، وأن هناك علاقة ارتباطية دالة بين استخدام المراهقين عينة الدراسة لهذه المنصة وإدراكهم لمفهوم وأضرار التنمر الإلكتروني، وباستخدام مقياس المهارات الاجتماعية وأبعاده الفرعية المختلفة كشفت دراسة **(ريهام هشام وآخرين، 2020)** (10) أن متابعة المراهقين لصفحات "فيس بوك" و"تويتر" ترفع مستوى الطموح لديهم، والذي يتم تحديده بعدد من العبارات المتعلقة بالنظرة للمستقبل والاتجاه نحو التفوق والتميز، واستخدمت دراسة **(أميرة موهف، 2023)** (11) مقياس المهارات الاجتماعية؛ لتحليل العلاقة بين استخدام كبار السن لشبكات التواصل الاجتماعي والمهارات الاجتماعية لديهم، حيث جاءت نتائج هذه الدراسة مؤكدة على وجود علاقة دالة إحصائياً بين استخدامهم لهذه الشبكات والدرجة الكلية لمقياس المهارات الاجتماعية الذي حددته الدراسة، والذي يشمل (التعاون/ التفاعل/ التواصل/ حل المشكلات).

■ استكمالاً للدراسات التي اهتمت بتحليل سمات وخصائص الجمهور تجاه المنصات المتعددة هدفت دراسة **(Dwesini, 2021)** (12) إلى التعرف على اتجاهات الجمهور نحو تأثير الوسائط الرقمية على استقبال الأخبار من وسائل الإعلام التقليدية، تم جمع البيانات والمعلومات الخاصة بهذه الدراسة باستخدام مجموعات النقاش مع فئات مختلفة من الجمهور تتراوح أعمارهم ما بين 15-50 عاماً، وأكدت الدراسة على تعدد المزايا التي ذكرها الجمهور للوسائط الرقمية، وأهمها: السرعة في نقل

الأحداث، والتفاعلية، والإشباع الفوري لحاجات القراء، ولكن في الوقت نفسه قلّت من الثقة في المحتوى الإخباري المقدم.

تناولت دراسات أخرى- بالإضافة إلى رصد سمات الجمهور المنصات- رصد وتحليل تفاعل هذا الجمهور مع المحتوى المقدم عبر المنصات المتعددة، وذلك على النحو التالي:

■ دراسة (جوهره، 2024)<sup>(13)</sup> التي أكدت أن النوع الاجتماعي يعد متغيراً رئيساً في تحديد أساليب استخدام وتفاعل الجمهور السعودي عبر منصة الإنستغرام، وأن المستخدمين السعوديين يفضلون التفاعل السريع والفوري المتمثل في المشاهدة والإعجاب على حساب التفاعلات الأخرى التي تتطلب مزيداً من الجهد، مثل: التعليق وإعادة المشاركة Share، وانتهت دراسة (خالد زكي، 2023)<sup>(14)</sup> أن النسبة الأكبر من المبحوثين عينة الدراسة يتفاعلون مع محتوى المنصات الإخبارية بدرجة متوسطة، وأن كبار السن أكثر حرصاً على متابعة هذه المنصات من فئة الشباب والمراهقين، وأضافت الدراسة أن إبداء الإعجاب Like كأحد أشكال التفاعل هو الأكثر شيوعاً، يليه مشاركة الأخبار Share، ثم في المرتبة الثالثة التعليق Comment. وفي نفس السياق أضافت دراسة (إيمان محمد، 2022)<sup>(15)</sup> أن هناك تنوعاً في أشكال ومستويات تفاعل الجمهور مع صفحتي الأهرام والمصري اليوم على منصة "فيس بوك" وأن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين صفحتي الأهرام والمصري اليوم في التفاعل سواء بالإعجاب، أو بالتعليق، أو بالمشاركة مع التغطية الإعلامية للقضايا الاجتماعية المقدمة في هاتين الصفحتين، بينما سعت دراسة (Michael, 2021)<sup>(16)</sup> إلى استكشاف العلاقة بين استخدام الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة في المحتوى الإخباري المقدم عبر هذه الوسائل، ومحو الأمية الإعلامية من جهة أخرى، تم إجراء الاستبانة على عينة متمثلة لفئات الجمهور المختلفة في سبع دول، هي: (أمريكا/ بريطانيا/ ألمانيا/ الدنمارك/ النرويج/ أيرلندا/ إسبانيا)؛ وذلك بواقع 6774 مفردة، أظهرت نتائج الدراسة أن استخدام الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي وزيادة المشاركة في المضمون مرتبط ارتباطاً إيجابياً بمستويات محو الأمية الإعلامية لدى الجمهور، ويختلف درجة تأثير ذلك وفقاً للسياق الثقافي والسياسي في كل دولة. واهتمت أيضاً دراسة (Conill 2023)<sup>(17)</sup> بالتعرف على أنماط تفاعل الجمهور مع المنشورات الإخبارية التي قدمتها وسائل الاعلام في عدد من الدول الإسكندنافية وذلك تبعاً للمقياس الثلاثي للمشاركة و التي اختبرته هذه الدراسة وأكدت نتائج الدراسة أن هناك تنوع واضح في تفاعل الجمهور مع المنشورات الإخبارية و أن هذا التفاعل يتأثر بمجموعة من العوامل أهمها طبيعة ملكية وسائل الاعلام

■ هناك مجموعة أخرى من الدراسات تناولت تفاعل الجمهور مع محتوى منصات التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا ومتحوراتها المختلفة؛ إذ أوضحت دراسة (رشا سمير، 2022)<sup>(18)</sup> ودراسة (أسامة عبد الحميد، 2021)<sup>(19)</sup> أن هناك تفاعلاً كبيراً مع منشورات وزارة الصحة والسكان من قبل الجمهور، وتنوع هذا التفاعل ما بين الإعجاب، والمشاركة، والتعليق على المنشورات المختلفة، وأضافت دراسة (بسنت مراد، 2020)<sup>(20)</sup> وجود تباين في تفاعل الجمهور مع منصات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهاتف الذكي خلال جائحة كورونا تبعاً للسمات الديموغرافية للجمهور.

■ استكمالاً لهذه النوعية من الدراسات، تناولت دراسة (Ren, 2024)<sup>(21)</sup> تأثير منصات التواصل الاجتماعي على متابعة الأخبار التقليدية؛ حيث أشارت الدراسة إلى أن استخدام المنصات مثل: "فيس بوك" و"تويتر" أصبح يؤدي دوراً محورياً في اكتساب الجمهور للأخبار والمعلومات، وأضافت الدراسة أن ارتفاع معدل استخدام هذه النوعية من المنصات أدى إلى انخفاض متابعة الأخبار عبر وسائل الإعلام التقليدية، مثل الصحف والتلفزيون، وأوصت الدراسة بأهمية قيام وسائل الإعلام التقليدية بتطوير استراتيجياتها لمواكبة هذا التحول في سلوك الجمهور، وناقشت دراسة (Obiremi, )

(2020) (22) كيف يتم تصميم المحتوى الإخباري لجذب الجمهور كمستهلك وليس مجرد متلقٍ سلبي للمضمون الإخباري المقدم، وأضافت الدراسة أن الجمهور أصبح له تأثير متزايد على محتوى وسائل الإعلام؛ حيث بات بإمكانهم التفاعل والتأثير بشكل مباشر على ما يتم إنتاجه إعلاميًا، واهتمت دراسة (Nelimarkka, 2020) (23) بالتعرف على تأثير منصات التواصل الاجتماعي على التفاعل بين المرشحين والناخبين؛ حيث تم تحليل 3007 بوستات على منصتي "فيسبوك" و"تويتر" خلال الحملات الانتخابية الفنلندية والتي ترشح فيها 15 حزبًا بواقع 2146 مرشحًا، وأكدت الدراسة أن منصات التواصل الاجتماعي أصبحت أدوات رئيسة للتفاعل السياسي بين المرشحين والجمهور، وهذا التفاعل أثر بدوره على استراتيجيات المرشحين خلال حملاتهم الانتخابية.

#### التعليق على الدراسات السابقة، وأوجه الإفادة منها:

- اعتمدت أغلب الدراسات التي رصدتها الباحثة على مداخل نظرية متشابهة، كان أهمها: الاستخدامات والإشباع، الاعتماد على وسائل الإعلام، ثراء الوسيلة، التماس المعلومات، أما الدراسات التي اهتمت برصد استخدام الجمهور للمنصات من منظور اجتماعي اعتمدت على نظريات أخرى، مثل: المقارنة الاجتماعية، وبعض الدراسات لم تستند لأطر نظرية محددة بالنسبة للأدوات البحثية المستخدمة: أغلب الدراسات العربية التي رصدتها الباحثة اعتمدت بشكل أساسي على أداة الاستبانة لجمع البيانات والمعلومات، بينما كان اعتماد الدراسات الأجنبية على مجموعة من الأدوات الكيفية الأخرى مثل: مجموعات النقاش المركزة، والمقابلات المتعمقة، بجانب أداة الاستبانة.
- ركزت الدراسات على رصد وتحليل أشكال ودوافع استخدام منصات التواصل الاجتماعي المختلفة مع تنوع فئات الجمهور التي تتناولها هذه الدراسات بالبحث؛ حيث تنوعت فئات الجمهور ما بين الشباب، المراهقين، وكبار السن، هذا إلى جانب فئات متخصصة بحكم مهنتها وعلاقتها بهذه المنصات، مثل الصحفيين والقائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية المختلفة.
- النسبة الأكبر من الدراسات ركزت على رصد وتوصيف استخدام الجمهور لمنصات التواصل الاجتماعي، ومدى اعتمادهم عليها كمصدر أولي للمعلومات، بينما النسبة الأقل كانت للدراسات التي تناولت طرق وأشكال تفاعل الجمهور مع هذه المنصات والمضمون الذي تقدمه، بالأخص الدراسات العربية.
- بالنسبة للدراسات التي تناولت تفاعل الجمهور مع منصات التواصل الاجتماعي ومضمونها تشابهت نتائجها إلى حد كبير في الجزء الخاص بأشكال هذا التفاعل، والتي تحددت في: الإعجاب، المشاركة، التعليق، دون البحث في تحليل مستويات هذا التفاعل في إطار مقاييس المشاركة المختلفة التي وظفتها عدد من الدراسات الأجنبية السابقة وسعت لاختبارها، وعلاقة ذلك بسمات الجمهور في العصر الرقمي.

#### مشكلة الدراسة:

في إطار التحولات التي طرأت علي السلوك الاتصالي للجمهور توظيف المؤسسات الإعلامية المنصات المتعددة لتقديم مضمونها و تحول الجمهور من مجرد متلقي للمعلومات الي جمهور يطلق عليه "الجمهور النشط" صانع و متلقي للمضمون و متفاعل معه بأشكال عديده بشكل انعكس علي الجمهور وتأثيره في العملية الاتصالية، مما سبق يمكن بلورة مشكلة الدراسة في رصد وتحليل أبعاد العلاقة بين استخدام الجمهور للصحافة المصرية متعددة المنصات ومستوى مشاركتهم (التعرض/ التفاعل/ الإنتاج) في المضمون الصحفي المقدم في هذه المنصات.

\* باستخدام مقياس COBRAS الذي يقسم متغير مشاركة الجمهور عبر المنصات المختلفة إلى ثلاثة مستويات: (التعرض/ التفاعل/ الإنتاج).

## أهداف الدراسة وتساؤلاتها:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس وهو: تحديد مستوى مشاركة الجمهور في المضمون الصحفي المقدم عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية؛ اعتماداً على "مقياس كوبرا للمشاركة" الذي يقسم المشاركة إلى ثلاثة مستويات: (التعرض/ التفاعل/ الإنتاج)؛ وذلك من خلال رصد وتحليل وتفسير أبعاد العلاقة بين سمات، وأنماط، ومحددات متابعة الجمهور للمضمون الصحفي المقدم عبر المنصات، ومستوى المشاركة في هذا المضمون، وتحقيقاً لهذا الهدف سعت الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

- 1- ما خصائص جمهور الصحافة المصرية متعددة المنصات من حيث نوعية المنصات التي يفضل متابعتها، معدل وأسباب الاستخدام، نوعية المضامين التي يفضلها وأسباب الثقة في هذا المضمون؟
- 2- ما مدى الارتباط بين ثقة الجمهور في المضمون المقدم في الصحف المصرية متعددة المنصات ومعدل متابعته لهذا المضمون؟
- 3- كيف اختلفت أساليب مشاركة الجمهور في المضمون الصحفي المقدم؟
- 4- كيف كان تقييم الجمهور لأساليب المشاركة المستخدمة؟
- 5- كيف كانت العلاقة بين متابعة المضمون الصحفي المقدم في الصحف المصرية متعددة المنصات والتفاعل مع هذا المضمون؟
- 6- كيف اختلفت مستويات المشاركة في المضمون الصحفي المقدم وفقاً لسمات الجمهور الديموغرافية؟

## فروض الدراسة:

- الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور عينة الدراسة للمنصات المتعددة الخاصة بالصحف المصرية ودرجة الثقة في المضمون الصحفي المقدم عبر هذه المنصات.
- الفرض الثاني:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور عينة الدراسة للمنصات المتعددة للصحف المصرية ومستوى مشاركته في المضمون الصحفي المقدم عبر هذه المنصات.
- الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أسباب متابعة الجمهور عينة الدراسة للمضمون الصحفي المقدم في المنصات المتعددة للصحف المصرية والتفاعل (المستوى الثاني من المشاركة) مع هذا المضمون.
- الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور عينة الدراسة للصحف المصرية عبر منصات متعددة والمتغيرات الديموغرافية المتمثلة في (النوع/ والفئة العمرية/ والمستوى التعليمي/ والمستوى الاقتصادي والاجتماعي).
- الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى الجمهور عينة الدراسة في المضمون الصحفي الذي تقدمه الصحف المصرية عبر منصات متعددة والمتغيرات الديموغرافية المتمثلة (النوع/ الفئة العمرية/ المستوى التعليمي/ المستوى الاقتصادي والاجتماعي).
- الإطار النظري للدراسة:**

## نظرية الجمهور النشط **Active audience theory** (24)

نظرية الجمهور النشط هي مفهوم أساسي وحديث في دراسات الاعلام التي اعتمدت لفترة طويلة ومازالت حتى اليوم على مجموعة أخرى من النظريات التي تفسر علاقة الجمهور بوسائل الاعلام أهمها: مدخل الاعتماد علي وسائل الاعلام، والاستخدامات والأشباع، وساهمت هذه النظرية في تحويل تركيز دراسات الإعلام من التأثيرات التقليدية لوسائل الإعلام الي العمليات المتعلقة بتمكين الجمهور ومشاركته في المحتوى المقدم، وتحدي هذه النظرية النظرة التقليدية للجمهور وتؤكد علي الدور النشط له خلال عملية الاتصال.

وتستند نظرية الجمهور النشط إلى عدد من الفروض الأساسية لشرح تفاعل الجمهور مع وسائل الإعلام، وذلك على النحو الآتي:

1. **التفاعل النشط:** تفترض النظرية أن الجمهور ليس مجرد متلقٍ سلبي للمعلومات المقدمة من وسائل الإعلام، بل هم نشطون في تفسير واستيعاب المحتوى الإعلامي. ويُعتبر الجمهور مشاركاً في عملية الاتصال الإعلامي ولديه القدرة على تحليل واستجابة المحتوى.

2. **الخلفيات والتوجهات الفردية:** تقترح النظرية أن الجمهور يستجيب للمحتوى الإعلامي بناءً على مجموعة من المتغيرات المتعلقة بالثقافة والتعليم والقيم والمعتقدات الشخصية.

3. **التفاعل المتبادل:** تشير النظرية إلى وجود تفاعل متبادل بين الجمهور والمحتوى المقدم في وسائل الإعلام. ويؤثر التفاعل المتبادل على تكوين المعنى والتفسير للمحتوى الإعلامي؛ حيث يمكن للجمهور أن يعيد صياغة وتفسير الرسائل الإعلامية وفقاً لخبراتهم وآرائهم الخاصة.

4. **الاختيار النشط:** يستطيع الجمهور في إطار فروض هذه النظرية اختيار وتحديد المصادر والبرامج والمحتوى الذي يتوافق مع اهتماماتهم واحتياجاتهم الشخصية.

5. **تأثير الحواجز والمعوقات:** تشير النظرية إلى وجود عوامل تعوق تفاعل الجمهور النشط مع وسائل الإعلام. ويمكن أن تكون هذه الحواجز اقتصادية أو اجتماعية أو تقنية تحول دون تفاعل الجمهور بشكل كامل مع المحتوى الإعلامي.

ونلاحظ أن نظرية الجمهور النشط لا تعتبر جميع الأفراد في الجمهور متساوين في قدرتهم على التفاعل النشط مع مضمون المقدم عبر الوسائل الإعلامية. وقد يكون لبعض الأفراد مستوى أعلى من التفاعل أو أقل. وتهتم الدراسة الحالية بالبعد السلوكي المتعلق بمشاركة الجمهور والذي يتكون من عدة مستويات تتضمن بداخلها مجموعة من الأفعال السلوكية التي تعبر عن مستوى المشاركة، كما توظف الدراسة الحالية مقياس COBRAS<sup>(25)</sup> الذي يشير إلى مستويات مشاركة الجمهور في المحتوى المقدم أي كان نوعية هذا المحتوى عبر منصات التواصل الاجتماعي، ويقسم هذا المقياس المشاركة إلى ثلاثة مستويات:

1- **التعرض:** وهو المستوى الأول للمشاركة، ويشير إلى الأنشطة السلبية نسبياً والتي تتضمن عدم المشاركة في المحتوى المقدم بأي شكل من الأشكال مثل: قراءة المحتوى المقدم، ومشاهدة الصور والفيديوهات.

2- **التفاعل:** هو المستوى المتوسط من المشاركة، ويشمل جميع التفاعلات بين الجمهور والمحتوى المقدم مثل: إعادة نشر المحتوى، والتعليق على المحتوى المقدم بأي شكل من الأشكال.

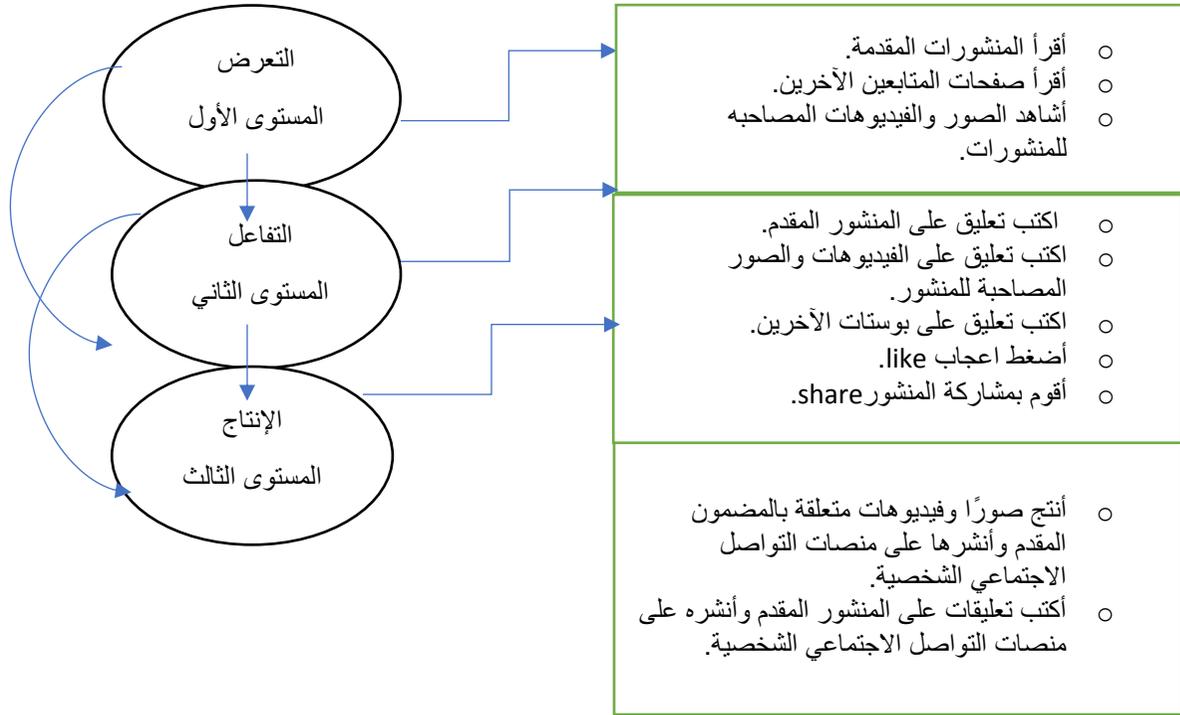
3- **الإنتاج:** هو أعلى مستويات المشاركة، وهنا يقوم الجمهور بإنشاء وإنتاج وتحميل محتوى متعلق بالمضمون المقدم.

وبناء على ما سبق يمكن تقسيم الجمهور من خلال فهم المستويات المختلفة لمشاركته في المضمون المقدم إلى ثلاث فئات رئيسية:

■ **الجمهور النشط:** وهو الذي يشارك بنشاط في المحتوى الإعلامي عبر المنصات المتعددة ولديه دوافع واضحة لاستخدام هذه المنصات؛ بالإضافة إلى قدرته على إنتاج محتوى مرتبط بالمحتوى الذي تعرض له.

■ **الجمهور شبه النشط:** يشارك بنسبة أقل من الفئة السابقة وذلك من خلال تفاعله مع المضمون المقدم من خلال التعليقات وإعادة مشاركة المحتوى مع الآخرين فقط.

■ **الجمهور السلبي:** هذه الفئة تتعرض للمحتوى الإعلامي فقط وتقوم باستهلاكه دون القيام بأي نوع من أنواع المشاركة.



**شكل رقم (1)**  
نموذج كوبرا لمستويات مشاركة الجمهور

#### الإطار المنهجي للدراسة:

– **نوع الدراسة:** تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التفسيرية؛ إذ تستهدف الدراسة رصد وتحليل أبعاد العلاقة بين متابعة الجمهور – في ضوء سماته الديموغرافية المختلفة – للمضمون الصحفي المقدم في الصحف المصرية عبر منصات متعددة ومستويات المشاركة الثلاثة: (التعرض/ التفاعل/ الإنتاج) في هذا المضمون.

– **منهج الدراسة:** استخدمت الدراسة منهج المسح؛ بهدف مسح عينة من الجمهور من متابعي المضمون الصحفي المقدم في المنصات المتعددة التي توظفها الصحف المصرية المختلفة لعرض محتواها الصحفي، وعلاقة ذلك بمستوى مشاركته في المضمون الصحفي المقدم، هذا بالإضافة إلى استخدام أسلوب المقارنة المنهجية؛ للكشف عن أوجه التشابه والاختلاف بين شرائح الجمهور المختلفة في علاقته بمتابعة المضمون الصحفي المقدم عبر المنصات المختلفة، ومستوى مشاركته في هذا المضمون في ضوء المتغيرات الديموغرافية المختلفة.

**أدوات جمع البيانات:** تتحدد أدوات جمع البيانات، التي اعتمدت عليها الدراسة محل البحث، في استمارة الاستبانة، حيث قامت الباحثة بتصميم استمارة استبانة حرصت من خلالها على تحقيق كافة أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها، والتحقق من فروضها؛ وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة.

## الإطار الإجرائي للدراسة:

- مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في جميع فئات الجمهور من مستخدمي المنصات المتعددة للصحف المصرية.

- عينة الدراسة: جاءت عينة الدراسة عمدية من مستخدمي المنصات المتعددة للصحف المصرية قوامها 400 مفردة، وتم تطبيق الاستبانة من بداية شهر فبراير 2023 حتى نهاية شهر أبريل 2023.

## اختبار الصدق والثبات:

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبانة في جمع البيانات من خلال إجراء اختبائي الصدق والثبات لها، وذلك على النحو التالي:

**اختبار الصدق (Validity):** تم القيام بعرض البيانات (صحيفة الاستبانة) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين\* في مناهج البحث والإعلام والإحصاء.

**اختبار الثبات (Reliability):** قامت الباحثة بتطبيق اختبار الثبات على عينة الدراسة بعد تحكيم صحيفة الاستبانة، والذي وصل إلى 86.3%؛ مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق وتعميم النتائج.

## التحليل الإحصائي للبيانات:

قامت الباحثة بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

## الأساليب الإحصائية المستخدمة:

### أولاً: المقاييس الوصفية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

- المتوسط الحسابي.

- الانحراف المعياري: لتحديد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي.

- الوزن النسبي الذي يحسب من المعادلة: (المتوسط الحسابي  $\times 100$ )  $\div$  الدرجة العظمى للعبارة.

### ثانياً: الاختبارات الإحصائية:

- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test).

- كا<sup>2</sup> (Chi square) اختبار استقلالية العبارة ويستخدم لدراسة معنوية الفروق بين مجموعات المتغيرات الاسمية

- تحليل التباين ذي البعد الواحد (Onaway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA.

### ثالثاً: معاملات الارتباط Correlation:

- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)

## \* أسماء السادة المحكمين:

1- أ. د/ سماح المحمدي: أستاذ الصحافة- كلية الإعلام- جامعة القاهرة.

2- أ. د/ محرز غالي: أستاذ الصحافة- كلية الإعلام- جامعة القاهرة.

3- أ. د. م/ وليد الهادي: الأستاذ المساعد- قسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة حلوان.

4- د/ محمد ثروت: مدير تحرير مؤسسة اليوم السابع.

النتائج العامة للدراسة الميدانية:  
أولاً: وصف عينة الدراسة:

جدول (1)  
خصائص عينة الدراسة الميدانية

الإجمالي		الإناث		الذكور		البيانات الشخصية
%	ك	%	ك	%	ك	
100	400	62.5	250	37.5	150	النوع
1	4	0	0	2.7	4	متوسط
89.5	358	90	225	88.7	133	جامعي
9.5	38	10	25	8.7	13	أعلى من الجامعي
100	400	100	250	100	150	الإجمالي
61.5	246	62.4	156	60	90	من 18 إلى 25
22.8	91	21.6	54	24.7	37	من 25 إلى أقل 30
15.8	63	16	40	15.3	23	من 30 إلى 35
100	400	100	250	100	150	الإجمالي
4.3	17	2.8	7	6.7	10	منخفض
53.8	215	48.8	122	62	93	متوسط
42	168	48.4	121	31.3	47	مرتفع
100	400	100	250	100	150	الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق الخصائص الديموغرافية للمبحوثين (عينة الدراسة)، حيث جاءت على النحو التالي:

- مشاركة كل من الذكور والإناث بنسبة 50% لكل منهما.
  - ارتفاع نسبة مشاركة الفئة العمرية من (18-25 عاماً) في المقدمة وذلك بنسبة مقدارها 61,5%، ثم جاءت الفئة العمرية (25-30 عاماً) في الترتيب الثاني بنسبة مقدارها 22 و8%، وفي المقابل جاءت مشاركة الفئة العمرية (30-35 عاماً) ضئيلة وذلك بنسبة مقدارها 15,8%، إقبال عينة الدراسة ذات الفئة العمرية (18-25 عاماً) والأعلى قليلاً على استخدام المنصات المتعددة التي توظفها الصحف المصرية في تقديم مضمونها؛ وتعد هذه النتيجة منطقية؛ لما تتمتع به هذه المنصات من سهولة في التعامل والسرعة في تقديم المضمون الصحفي بمستجداته على مدار اليوم هذا بالإضافة إلى إتاحة العديد من أشكال التفاعل مع المضمون الصحفي المقدم؛ الأمر الذي يتناسب مع طبيعة الفئات العمرية السابق ذكرها التي ترغب في الحصول على المعلومات بشكل سريع وفوري.
  - جاءت نسبة 89.5% من عينة الدراسة في مرحلة التعليم الجامعي، تلاه نسبة 9.5% من عينة الدراسة من حاملي مؤهل الدراسات العليا (ماجستير- دكتوراه)، ثم نسبة 1% من عينة الدراسة حاصلون على مؤهل المتوسط.
  - جاءت نسبة 47% من عينة الدراسة مستواها الاقتصادي منخفض، في مقابل نسبة 42.8% من عينة الدراسة مستواها الاقتصادي متوسط، وأخيراً نسبة 10.3% من عينة الدراسة مستواها الاقتصادي مرتفع.
- بعد الانتهاء من عرض خصائص وسمات عينة الدراسة، نعرض نتائج الدراسة على النحو التالي:

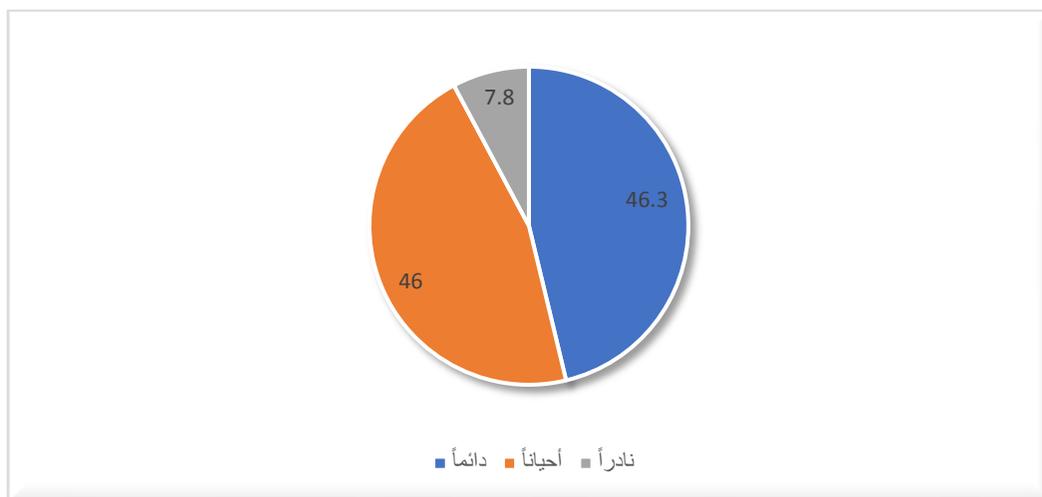
أولاً: نتائج الدراسة الميدانية:  
 المحور الأول: معدلات ودوافع استخدام الجمهور للمنصات المختلفة التي توظفها الصحف المصرية.  
 - استخدام الجمهور للمنصات المتعددة بالصحف المصرية:

جدول (2)  
 استخدام الجمهور للمنصات المتعددة الخاصة بالصحف المصرية

	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	68	45.3	117	46.8	185	46.3
أحياناً	74	49.3	110	44	184	46
نادراً	8	5.3	23	9.2	31	7.8
الإجمالي	150	100	250	100	400	100

كا 2: 2.432 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.296 غير دال

يتضح من بيانات الجدول السابق التقارب بين معدل التصفح والمتابعة الدائمة للمنصات المتعددة الخاصة بالصحف المصرية والمتابعة غير المنتظمة وذلك بنسبة مقدارها 46% تقريباً لكل منهما، وتكشف هذه النتيجة- من وجهة نظر الباحثة- أن توفر خدمة الإنترنت بدون تكلفة مادية كبيرة، وامتلاك العديد من الجمهور الهواتف والساعات الذكية، وغيرها من مستجدات الثورة التكنولوجية؛ أتاح سهولة وسرعة استخدام وتصفح هذه المنصات، ويلخص الشكل التالي نسب تصفح عينة الدراسة لمواقع الصحف المصرية، وذلك على النحو التالي:



شكل (2)

نسب متابعة عينة الدراسة لمواقع الصحف المصرية

كما أشارت نتائج الجدول السابق لعدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المنصات المتعددة الخاصة بالصحف المصرية ونوع عينة الدراسة، حيث بلغت قيمة  $\chi^2$  (2.432) عند درجة حرية (2) وبمستوى معنوية (0.296).

- عدد أيام متابعة عينة الدراسة للمنشورات الصحفية عبر هذه المنصات:

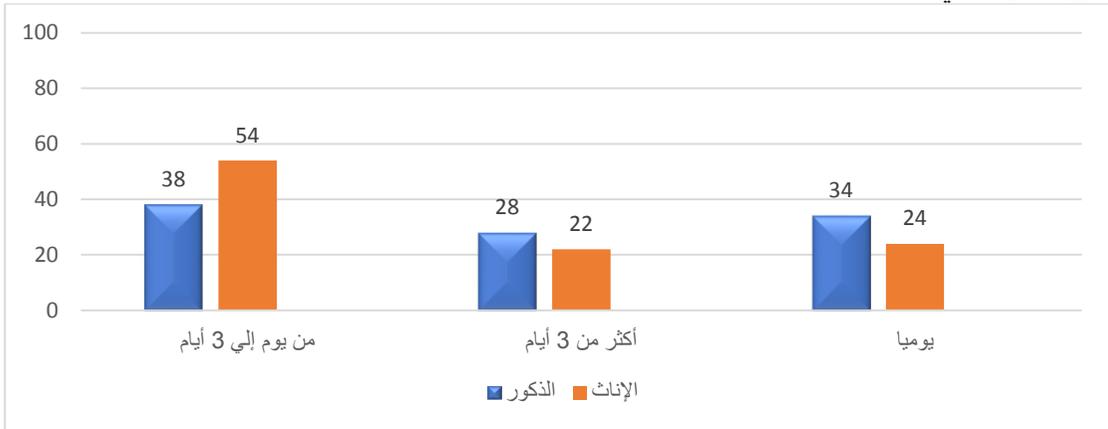
### جدول (3)

عدد أيام متابعة عينة الدراسة للمنشورات الصحفية عبر هذه المنصات

عدد الأيام	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
من يوم إلى 3 أيام	57	38	135	54	192	48
أكثر من 3 أيام	42	28	55	22	97	24.3
يوميًا	51	34	60	24	111	27.8
الإجمالي	150	100	250	100	400	100

كا: 2: 9.770 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.008 دال معامل التوافق: 0.154

يكشف الجدول السابق عن متوسط عدد أيام التعرض للمنصات المتعددة الخاصة الصحف المصرية، حيث جاء في المقدمة بنسبة 48% من إجمالي عينة الدراسة تتعرض لهذه المنصات الرقمية من يوم لثلاثة أيام بالأسبوع، وجاءت بنسبة 38% من إجمالي عينة الذكور وبنسبة 54% من إجمالي عينة الإناث، وفي الترتيب الثاني جاء التعرض لهذه المنصات الرقمية بشكل يومي بنسبة 27.8% من إجمالي عينة الدراسة، وبنسبة 34% لعينة الذكور وبنسبة 24% لعينة الإناث، وفي المرتبة الثالثة جاء التعرض لهذه المنصات الرقمية لأكثر من ثلاث أيام بنسبة 24.3% من إجمالي عينة الدراسة، وبنسبة 28% لعينة الذكور وبنسبة 22% لعينة الإناث. وتدل هذه النتيجة- من وجهة نظر الباحثة- على حرص عينة الدراسة على المتابعة اليومية للمنصات المتعددة التي توظفها الصحف المصرية في تقديم مضمونها الصحفي؛ حيث أصبحت متابعتها جزءًا من نظام الحياة اليومية للجمهور. ويلخص الشكل التالي نسب عدد أيام التعرض لعينة الدراسة للمنصات الرقمية على مواقع الصحف المصرية، وذلك على النحو التالي:



### شكل (3)

#### نسب التعرض اليومي للمواقع الصحفية المصرية

وأشارت نتائج الجدول السابق لوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض اليومي للمنصات المتعددة للصحف المصرية ونوع عينة الدراسة، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup> (9.770) عند درجة حرية (2) وبمستوى معنوية (0.008)، حيث بلغ معامل توافقها (0.154).

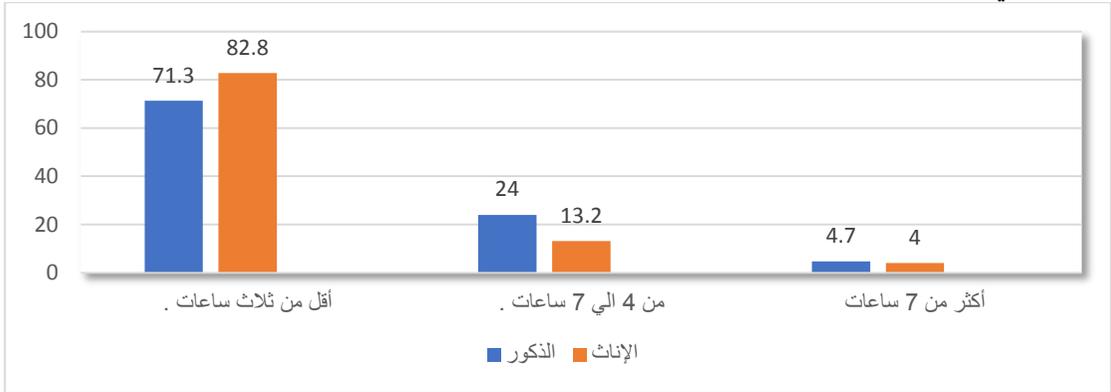
- عدد الساعات التي تقضيها في متابعة المضمون الصحفي عبر هذه المنصات:

#### جدول (4)

عدد الساعات التي تقضيها عينة الدراسة في متابعة المضمون الصحفي عبر هذه المنصات

	الإجمالي		الإناث		الذكور	
	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من ثلاث ساعات.	314	78.5	207	82.8	107	71.3
من 4 الى 7 ساعات.	69	17.3	33	13.2	36	24
أكثر من 7 ساعات	17	4.3	10	4	7	4.7
الإجمالي	400	100	250	100	150	100
كا 2: 8.007	معامل التوافق: 0.140		مستوى المغنوية: 0.000 دال		درجة الحرية: 2	

يكشف الجدول السابق عن متوسط التعرض اليومي والمتابعة للمنصات المتعددة للصحف المصرية وهو ما يتقارب مع نتائج الجدول السابق من حيث متوسط التعرض الأسبوعي للمضمون الصحفي عبر المنصات المتعددة، حيث جاء في المقدمة بنسبة 78.5% من إجمالي عينة الدراسة تتعرض لهذه المنصات بمعدل أقل من ثلاث ساعات، وجاءت بنسبة 71.3% من إجمالي عينة الذكور وبنسبة 82.8% من إجمالي عينة الإناث، وفي المرتبة الثانية جاء التعرض اليومي من 4 إلى 7 ساعات بنسبة 17.3% من إجمالي عينة الدراسة، وبنسبة 24% لعينة الذكور وبنسبة 13.2% لعينة الإناث، وفي الترتيب الثالث جاء التعرض اليومي لأكثر من 7 ساعات بنسبة 4.3% من إجمالي عينة الدراسة، وبنسبة 4.7% لعينة الذكور وبنسبة 4% لعينة الإناث. وتؤكد هذه النتيجة من وجهة نظر الباحثة على حرص عينة الدراسة على تخصيص عدد ساعات يومي متوسط القيمة لمتابعة الأخبار عبر المنصات التي توظفها الصحف المصرية، ونجد أن إمكانية مطالعة هذه المنصات الرقمية عبر الهواتف الذكية ساعد على إمكانية سرعة المطالعة للأخبار وتصفحها في أي مكان وفي أي وقت، ويلخص الشكل التالي نسب التعرض اليومي لعينة الدراسة لمواقع الصحف المصرية، وذلك على النحو التالي:



#### شكل (4)

عدد الساعات التي تقضيها عينة الدراسة في متابعة المضمون الصحفي عبر هذه المنصات وأشارت نتائج الجدول السابق لوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين عدد الساعات التي تقضيها عينة الدراسة في متابعة المضمون الصحفي عبر المنصات الرقمية لها ونوع عينة الدراسة، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup> (8.007) عند درجة حرية (2) وبمستوى مغنوية (0.00)، حيث بلغ معامل توافقها (0.140).

## - أسباب استخدام عينة الدراسة للمنصات الخاصة بمواقع الصحف:

## جدول (5)

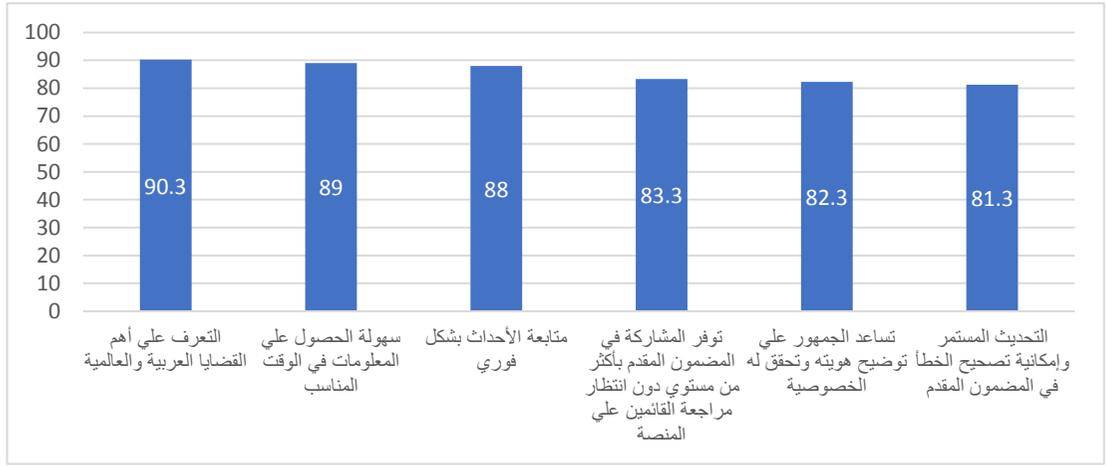
## أسباب استخدام عينة الدراسة في للمنصات الخاصة بمواقع الصحف

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
92.0	0.459	2.76	1.5	6	20.5	82	78.0	312	أنها متاحة في أي وقت
90.3	0.497	2.71	2.0	8	25.0	100	73.0	292	التعرف على أهم القضايا العربية والعالمية
89.0	0.542	2.67	3.5	14	26.5	106	70.0	280	سهولة الحصول على المعلومات في الوقت المناسب
88.0	0.53	2.64	2.5	10	31.0	124	66.5	266	متابعة الأحداث بشكل فوري
86.0	0.587	2.58	5.0	20	32.0	128	63.0	252	استخدام الوسائط المتعددة صوت وصورة ونص
85.7	0.613	2.57	6.5	26	30.0	120	63.5	254	صياغة المضمون جيدة ويسهل فهمها
83.3	0.629	2.5	7.3	29	35.8	143	57.0	228	توفر المشاركة في المضمون المقدم بأكثر من مستوى دون انتظار مراجعة القارئ على المنصة
82.3	0.664	2.47	9.5	38	33.8	135	56.8	227	تساعد الجمهور على توضيح هويته وتحقق له الخصوصية
81.3	0.635	2.44	7.8	31	40.3	161	52.0	208	التحديث المستمر وإمكانية تصحيح الخطأ في المضمون المقدم
81.0	0.668	2.43	10.0	40	37.0	148	53.0	212	متابعة ما ينشر من تعليقات الجمهور
79.3	0.645	2.38	9.0	36	44.3	177	46.8	187	تتيح فرص التفاعل مع الآخرين

يكشف الجدول السابق عن أسباب تفضيل عينة الدراسة لمتابعة المنصات التي توظفها الصحف المصرية في تقديم مضمونها الصحفي، والتي انقسمت ما بين أسباب نفعية وأسباب تتعلق بالتعود على متابعتها لمميزات هذه المنصات، وذلك على النحو التالي:

أولاً: الأسباب النفعية: ارتفاع مستوى الانتفاع من متابعة المنصات الرقمية للصحف المصرية، حيث جاء في المقدمة سبب "التعرف على أهم القضايا العربية والعالمية" بوزن نسبي بلغ 90.3 درجة، ثم جاء سبب "سهولة الحصول على المعلومات في الوقت المناسب" بوزن نسبي بلغ 89 درجة، ثم في الترتيب الثالث جاء سبب "متابعة الأحداث بشكل فوري" بوزن نسبي بلغ 88 درجة، ثم في الترتيب الرابع سبب "توفر المشاركة في المضمون المقدم بأكثر من مستوى دون انتظار مراجعة القارئ على المنصة" بوزن نسبي بلغ 83.3 درجة، ثم جاء سبب "تساعد الجمهور على توضيح هويته وتحقق له الخصوصية" بوزن نسبي بلغ 82.3 درجة، ثم جاء سبب "التحديث المستمر وإمكانية تصحيح الخطأ في المضمون المقدم" بوزن نسبي 81.3 درجة، وتدلل النتائج السابقة على ارتفاع القيمة المعلوماتية لهذه المواقع الإلكترونية الصحفية وما تنشره عبر منصات الرقمية، إلى جانب الثقة في المعلومات المنشورة بأنها دقيقة، وأنه يتم تصحيح ما يمكن أن يكون قد نُشر خطأ، ويلخص الشكل

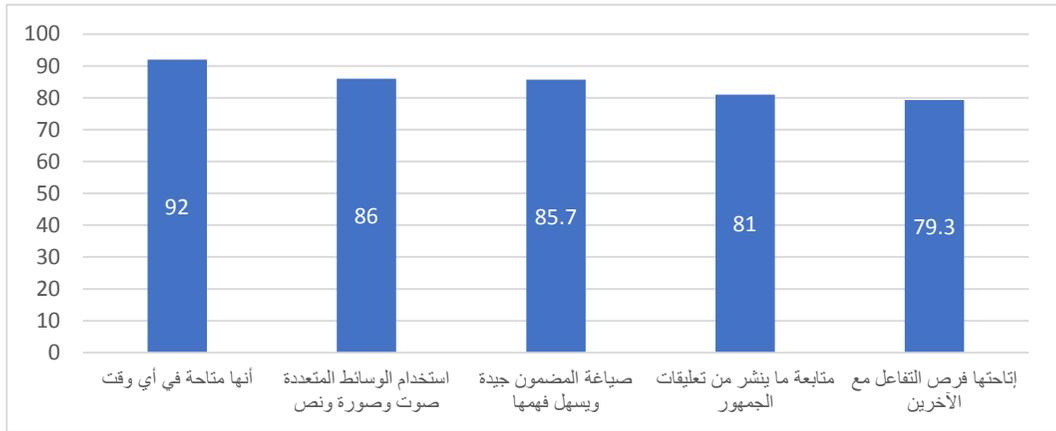
التالي أسباب متابعة عينة الدراسة للمنصات الرقمية للصحف المصرية للانتفاع منها معلوماتيًا، وذلك على النحو التالي:



شكل (5)

أسباب متابعة عينة الدراسة للمنصات الرقمية للصحف المصرية للانتفاع منها معلوماتيًا

- ثانيا الأسباب المتعلقة بالعود: تميز هذه المنصات الرقمية بالتفاعلية ومطالعة آراء الآخرين والاعتقاد عليها لسهولة استخدامها، حيث جاء في المقدمة سبب "أنها متاحة في أي وقت" بوزن نسبي بلغ 92 درجة، ثم جاء سبب "استخدام الوسائط المتعددة صوت وصورة ونص" بوزن نسبي بلغ 86 درجة، ثم في الترتيب الثالث جاء سبب "صياغة المضمون جيدة ويسهل فهمها" بوزن نسبي بلغ 85.7 درجة، وفي الترتيب الرابع جاء سبب "متابعة ما ينشر من تعليقات الجمهور" بوزن نسبي 81 درجة، وفي الترتيب الخامس والأخير جاء سبب "إتاحتها فرص التفاعل مع الآخرين" بوزن نسبي 79.3 درجة، ويلخص الشكل التالي أسباب متابعة عينة الدراسة للمنصات الرقمية للصحف المصرية لتفاعليتها والاعتقاد عليها، وذلك على النحو التالي:



شكل (6)

أسباب متابعة عينة الدراسة للمنصات الرقمية للصحف المصرية لتفاعليتها والاعتقاد عليها

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة- التي توضح أسباب استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية الخاصة بمواقع الصحف- مقياساً عاماً، جاءت مستوياته على النحو التالي:

### جدول (6)

مستويات المقياس العام لأسباب استخدام عينة الدراسة للمنصات الخاصة بمواقع الصحف

	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
منخفض	4	2.7	4	1.6	8	2
متوسط	49	32.7	66	24.4	115	28.7
مرتفع	97	64.7	180	72	277	69.3
الإجمالي	150	100	250	100	400	100

كا 2: 2.542 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.281 غير دال

يكشف الجدول السابق عن مستويات تقييم عينة الدراسة لأسباب استخدامهم للمنصات المتعددة الخاصة بالصحف كمصادر إخبارية للقضايا والأحداث المختلفة، حيث جاء نسبة 69.3% من عينة الدراسة كان تقييمها لقوة أسباب المتابعة مرتفعاً، ونسبة 28.7% من عينة الدراسة كان تقييمها متوسطاً، وأخيراً نسبة بسيطة جاء تقييمها منخفضاً بنسبة 2%، ويؤكد ذلك- بالإضافة لنتائج الجدول (5)- أن استخدام هذه المنصات بشكل مرتفع كان نتيجة تنوع الوسائل والآليات التي تجعلها جذابة وتخلق لدى الجمهور الدافع لمتابعتها، فضلاً عن استثمار هذه المنصات للتقنيات الجرافيكية والرقمية في تقديم مضامين صحفية متميزة شكلاً ومضموناً. وأشارت نتائج الجدول السابق لعدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المقياس العام لأسباب استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية الخاصة بمواقع الصحف كمصادر إخبارية للقضايا المجتمعية ونوع عينة الدراسة، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup> (2.542) عند درجة حرية (2) وبمستوى معنوية (0.281).

المحور الثاني: محددات تعامل الجمهور مع المضمون الصحفي المقدم في المنصات المختلفة التي توظفها الصحف المصرية.

- معدل متابعة المضمون الصحفي التي تقدمه الصحف المصرية عبر منصات المتعددة:

### جدول (7)

معدل متابعة المنشورات التي تقدمها الصحف المصرية عبر منصات المتعددة

	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أتابعها بدرجة كبيرة.	41	27.3	45	18	86	21.5
أتابعها بدرجة متوسطة.	83	55.3	151	60.4	234	58.5
أتابعها قليلاً.	26	17.3	54	21.6	80	20
الإجمالي	150	100	250	100	250	100

كا 2: 5.063 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.080 غير دال

يكشف الجدول السابق عن مستويات متابعة عينة الدراسة للمضمون الصحفي المقدم في الصحف المصرية عبر منصات المتعددة، حيث جاء نسبة 58.5% من عينة الدراسة تتابعها بدرجة متوسطة في المقدمة، وذلك بنسبة 55.3% لعينة الدراسة من الذكور وبنسبة 60.4% لعينة الدراسة من الإناث، وفي الترتيب الثاني جاء متابعة نسبة 21.5% من عينة الدراسة للمنصات الرقمية للصحف المصرية بدرجة كبيرة، وذلك بنسبة 27.3% لعينة الدراسة من الذكور وبنسبة 18% لعينة الدراسة من الإناث، وفي الترتيب الثالث جاء نسبة 20% من عينة الدراسة تتابعها بشكل قليل، وذلك بنسبة 17.3% لعينة

الدراسة من الذكور وبنسبة 21.6% لعينة الدراسة من الإناث. وأشارت نتائج الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة المنشورات التي تقدمها الصحف المصرية عبر منصاتها الرقمية المتعددة ونوع عينة الدراسة، حيث بلغت قيمة  $\chi^2$  (5.063) عند درجة حرية (2) وبمستوى معنوية (0.080).

- أسباب متابعة المضمون الصحفي التي تقدمه الصحف المصرية عبر منصاتها المتعددة:

### جدول (8)

أسباب متابعة المضمون الصحفي التي تقدمه الصحف المصرية عبر منصاتها المتعددة

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
متابعة أهم المستجدات	288	72.0	106	26.5	6	1.5	2.71	0.488	90.3
معرفة ما يدور حولي من أحداث	284	71.0	110	27.5	6	1.5	2.7	0.493	90.0
الفورية والسرعة في نقل الأحداث	283	70.8	102	25.5	15	3.8	2.67	0.545	89.0
متابعة الأحداث أولاً وبأول	276	69.0	114	28.5	10	2.5	2.67	0.523	89.0
تتميز المنصات بخصائص التفاعلية المختلفة	240	60.0	144	36.0	16	4.0	2.56	0.572	85.3
تقوم بدور كبير في توضيح الأحداث	245	61.3	134	33.5	21	5.3	2.56	0.594	85.3
تقديم تغطية شاملة ومتعمقة لأغلب القضايا	229	57.3	157	39.3	14	3.5	2.54	0.565	84.7
تناول الموضوعات بحرية وجرأة وصراحة	207	51.8	168	42.0	25	6.3	2.46	0.611	82.0

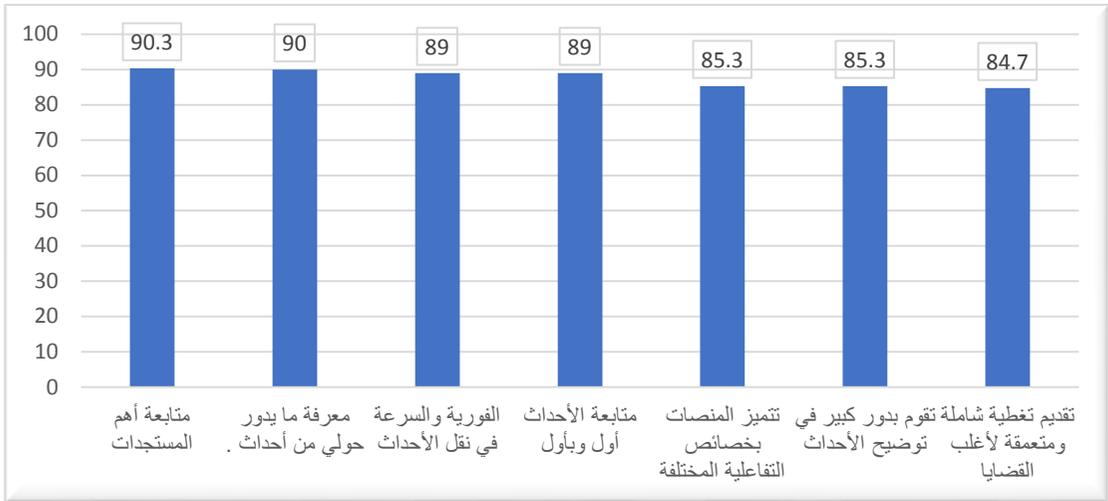
يكشف الجدول السابق عن أسباب متابعة عينة الدراسة للمضمون الصحفي المقدم عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية، وذلك على النحو التالي:

- الفورية في متابعة الأحداث المجتمعية والتفاعلية معها، حيث جاء في المقدمة سبب "متابعة أهم المستجدات" بوزن 90.3 درجة، تلاه في المرتبة الثانية سبب "معرفة ما يدور حولي من أحداث" بوزن 90 درجة، ثم في الترتيب الثالث جاء سبب "الفورية والسرعة في نقل الأحداث" بوزن 89 درجة، وبذات الوزن السابق جاء سبب "متابعة الأحداث أولاً بأول"، ثم جاء في الترتيب الرابع سبب "تتميز المنصات بخصائص التفاعلية المختلفة" بوزن 85.3 درجة.

- القدرة على توضيح الحقائق بعمق، حيث جاء سبب "قيامها بدور كبير في توضيح الأحداث" بوزن 85.3 درجة، ثم سبب "تقديم تغطية شاملة ومتعمقة لأغلب القضايا" بوزن 84.7 درجة، ثم سبب "تناول الموضوعات بحرية وجرأة وصراحة" بوزن 82 درجة.

وتدل بيانات الجدول السابق أن الجمهور عينة الدراسة يتابع المضمون الصحفي المقدم عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية لأسباب تتعلق بالتفاعلية، والتناول العميق للموضوعات الصحفية، والفورية في متابعة الأحداث.

- ويلخص الشكل التالي أسباب متابعة عينة الدراسة للمضمون الصحفي المقدم عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية، وذلك على النحو التالي:



شكل (7)

أسباب متابعة عينة الدراسة للمضمون الصحفي المقدم عبر المنصات الرقمية المتعددة للصحف المصرية ويُستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة- التي توضح أسباب متابعة عينة الدراسة للمضمون الصحفي المقدم عبر المنصات الرقمية المتعددة للصحف المصرية- مقياساً عامًا، جاءت مستوياته على النحو التالي:

جدول (9)

مستويات متابعة عينة الدراسة للمضمون الصحفي المقدم عبر المنصات الرقمية المتعددة للصحف المصرية

	الإجمالي		الإناث		الذكور	
	ك	%	ك	%	ك	%
منخفض	6	1.5	2	0.8	4	2.7
متوسط	85	21.3	47	18.8	38	25.3
مرتفع	309	77.3	201	80.4	108	72
الإجمالي	400	100	250	100	150	100
كا 2: 4.917	مستوى المعنوية: 0.086 غير دال				درجة الحرية: 2	

يكشف الجدول السابق عن مستويات تقييم عينة الدراسة لأسباب متابعتهم للمضمون الصحفي المقدم عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية، حيث كان مستوى تقييم أكثر من نصف العينة مرتفعاً حيال أسباب متابعتهم للمضمون الصحفي المقدم عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية؛ ويدل ذلك على ارتفاع قوة تأثير هذه المنصات على الجمهور، وأنها قادرة على جذبهم لمتابعة هذا المضمون؛ نتيجة لاستثمار هذه المنصات لخصائصها في النقل الفوري للأحداث المختلفة، فضلاً عن التفاعل مع تعليقات الجمهور واستفساراته. وأشارت نتائج الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المقياس العام لأسباب استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية الخاصة بمواقع الصحف كمصادر إخبارية للقضايا المجتمعية ونوع عينة الدراسة، حيث بلغت قيمة  $\chi^2(4.917)$  عند درجة حرية (2) وبمستوى معنوية (0.086).

– المنصات الخاصة بالصحف المصرية والتي يحرص الجمهور على متابعة المضمون الصحفي المقدم بها:

#### جدول (10)

المنصات الخاصة بالصحف المصرية والتي يحرص الجمهور على متابعة المضمون الصحفي المقدم بها

العبارة	الأهرام		الجمهورية		أخبار اليوم	
	ك	%	ك	%	ك	%
فيس بوك	352	88.0	301	75.3	328	82.0
X	38	9.5	72	18.0	63	15.8
إنستجرام	48	12.0	54	13.5	56	14.0
تيلجرام	11	2.8	10	2.5	12	3.0
الإجمالي	400		400		400	

#### تابع جدول (10)

المنصات الخاصة بالصحف المصرية والتي يحرص الجمهور على متابعة المضمون الصحفي المقدم بها

العبارة	الوفد		اليوم السابع		الوطن		المصري اليوم		الشروق	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
فيس بوك	314	78.5	303	75.8	320	80.0	322	80.5	316	79.0
X	66	16.5	60	15.0	47	11.8	60	15.0	55	13.8
إنستجرام	48	12.0	134	33.5	72	18.0	75	18.8	49	12.3
تيلجرام	8	2.0	16	4.0	8	2.0	6	1.5	2	0.5
الإجمالي	400		400		400		400		400	

يكشف الجدول السابق عن طبيعة المنصات الخاصة بالصحف المصرية والتي يحرص الجمهور على متابعة المضمون الصحفي المقدم عبرها، وكانت النتائج كما يلي:

– مؤسسة الأهرام: جاءت متابعة مضمونها الصحفي في المقدمة عبر منصة "فيس بوك" بنسبة 88% من إجمالي عينة الدراسة، تلاه في الترتيب الثاني منصة "إنستجرام" بنسبة 12%، ثم في الترتيب الثالث جاء منصة "X" بنسبة 9.5%، وأخيراً في الترتيب الرابع جاءت منصة تيلجرام بنسبة 2.8%.

– مؤسسة الجمهورية: جاء متابعة مضمونها الصحفي في المقدمة عبر منصة "الفيس بوك" بنسبة 75.3% من إجمالي عينة الدراسة، تلاه في الترتيب الثاني منصة X بنسبة 18%، ثم في الترتيب الثالث جاء منصة إنستجرام بنسبة 13.5%، وأخيراً في الترتيب الرابع جاءت منصة تيلجرام بنسبة 2.5%.

– مؤسسة أخبار اليوم: جاءت متابعة مضمونها الصحفي في المقدمة عبر منصة "فيس بوك" بنسبة 82% من إجمالي عينة الدراسة، تلاه في الترتيب الثاني منصة X بنسبة 15.8%، ثم في الترتيب الثالث جاء منصة إنستجرام بنسبة 14%، وأخيراً في الترتيب الرابع جاءت منصة تيلجرام بنسبة 3%.

– مؤسسة الوفد: جاء متابعة مضمونها الصحفي في المقدمة عبر منصة "فيس بوك" بنسبة 78.5% من إجمالي عينة الدراسة، تلاه في الترتيب الثاني منصة X بنسبة 16.5%، ثم في الترتيب الثالث جاء منصة إنستجرام بنسبة 12%، وأخيراً في الترتيب الرابع جاءت منصة تيلجرام بنسبة 2%.

– مؤسسة اليوم السابع: جاء متابعة مضمونها الصحفي في المقدمة عبر منصة "فيس بوك" بنسبة 75.8% من إجمالي عينة الدراسة، تلاه في الترتيب الثاني منصة إنستجرام بنسبة 33.5%، ثم في

الترتيب الثالث جاء منصة X بنسبة 15%، وأخيراً في الترتيب الرابع جاءت منصة تيلجرام بنسبة 4%.

- مؤسسة الوطن: جاء متابعة مضمونها الصحفي في المقدمة عبر منصة "فيس بوك" بنسبة 80.5% من إجمالي عينة الدراسة، تلاه في الترتيب الثاني منصة إنستجرام بنسبة 18%، ثم في الترتيب الثالث جاء منصة X بنسبة 11.8%، وأخيراً في الترتيب الرابع جاءت منصة تيلجرام بنسبة 2%.

- مؤسسة المصري اليوم: جاء متابعة مضمونها الصحفي في المقدمة عبر منصة "فيس بوك" بنسبة 80.5% من إجمالي عينة الدراسة، تلاه في الترتيب الثاني منصة إنستجرام بنسبة 18.8%، ثم في الترتيب الثالث جاء منصة X بنسبة 15%، وأخيراً في الترتيب الرابع جاءت منصة تيلجرام بنسبة 1.5%.

- مؤسسة الشروق: جاء متابعة مضمونها الصحفي في المقدمة عبر منصة "فيس بوك" بنسبة 79% من إجمالي عينة الدراسة، تلاه في الترتيب الثاني منصة X بنسبة 13.8%، ثم في الترتيب الثالث جاء منصة إنستجرام بنسبة 12.3%، وأخيراً في الترتيب الرابع جاءت منصة تيلجرام بنسبة 0.5%.

ويتضح من النتائج السابقة أن منصة الفيس بوك تحتل الصدارة من بين المنصات المتعددة التي يعتمد عليها الجمهور في متابعة المضمون الصحفي، وأنها احتلت الصدارة بنسبة كبيرة وبفارق كبير جداً عن بقية المنصات، ربما يعزو ذلك لإمكانياته التفاعلية العالية، وجمعه بين خصائص البث النصي والفيديو والصور، والبث الحي، وغيره من المميزات التي يتمتع بها فيس بوك؛ حيث يعد منصة شاملة، في حين أن منصة X يتميز بالنشر النصي الأكثر، الانستجرام النشر المرئي أكثر حيث فيديوهات قصيرة وصور، ومنصة تيلجرام البث المرئي أكثر، وأن التفاعلية عبر هذه المواقع الثلاثة لا يكون بالشكل الجاذب والواضح مثلما يحدث عبر منصة فيس بوك.

- أهم مميزات المنصات الخاصة بمواقع الصحف المصرية:

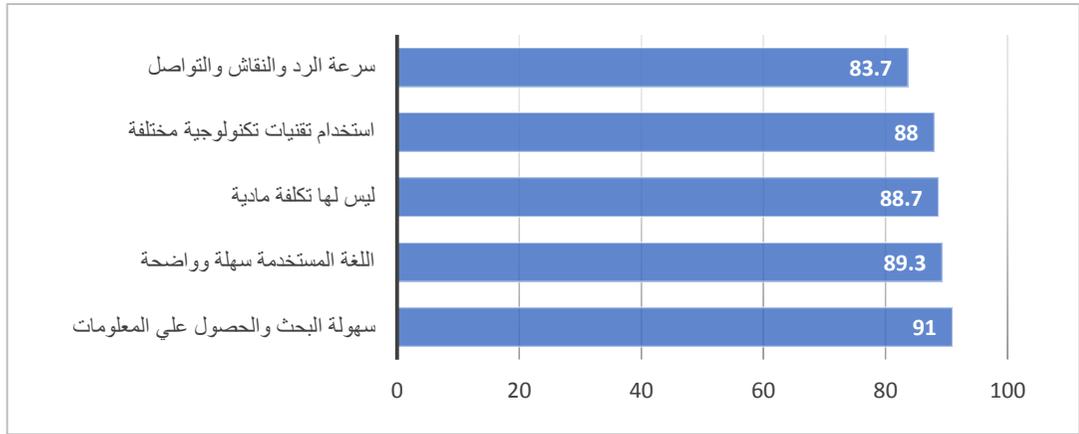
### جدول (11)

#### أهم مميزات المنصات الخاصة بمواقع الصحف المصرية

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
سهولة البحث والحصول على المعلومات	300	75.0	92	23.0	8	2.0	2.73	0.488	91.0
اللغة المستخدمة سهلة وواضحة	282	70.5	108	27.0	10	2.5	2.68	0.518	89.3
ليس لها تكلفة مادية	289	72.3	86	21.5	25	6.3	2.66	0.592	88.7
استخدام تقنيات تكنولوجية مختلفة	271	67.8	113	28.3	16	4.0	2.64	0.558	88.0
سرعة الرد والنقاش والتواصل	239	59.8	128	32.0	33	8.3	2.51	0.645	83.7

يكشف الجدول السابق عن أهم مميزات المنصات المتعددة للصحف المصرية من وجهة نظر الجمهور لنشر المضمون الصحفي عبرها، حيث جاء في المقدمة السبب المتعلق بـ "سهولة البحث والحصول على المعلومات" بوزن 91 درجة، تلاه في المرتبة الثانية سبب "اللغة المستخدمة سهلة وواضحة" بوزن 89.3 درجة، ثم في الترتيب الثالث جاء سبب "ليس لها تكلفة مادية" بوزن 88.7 درجة، ثم جاء في الترتيب الرابع سبب "استخدام تقنيات تكنولوجية مختلفة" بوزن 88 درجة، وفي الترتيب الخامس والأخير جاء سبب "سرعة الرد والنقاش والتواصل" بوزن نسبي 83.7 درجة، وتؤكد هذه النتيجة على تميز المضمون الصحفي المقدم عبر المنصات - من وجهة نظر الجمهور - بالتفاعلية، والتناول العميق للموضوعات الصحفية، والفورية في متابعة الأحداث، والتكلفة المادية

الأقل، واستخدام التكنولوجيا الحديثة في تحقيق الجاذبية في العرض، ويلخص الشكل التالي أهم مميزات المنصات الرقمية المتعددة للصحف المصرية، وذلك على النحو التالي:



شكل (8)

أهم مميزات المنصات الرقمية المتعددة للصحف المصرية لنشر المضمون عبرها  
- اتجاهات عينة الدراسة نحو توظيف الصحف المصرية للمنصات المختلفة:

جدول (12)

اتجاهات عينة الدراسة نحو توظيف الصحف المصرية للمنصات المختلفة

العبارة	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
المنصات توفر السرعة في تغطية القضايا والأحداث المختلفة.	280	70.0	109	27.3	11	2.8	2.67	0.525	89.0
المنصات أصبحت أحد أشكال الإعلام البديل في ظل تراجع وسائل الإعلام التقليدية	269	67.3	115	28.8	16	4.0	2.63	0.56	87.7
تعتبر ساحة مفتوحة للنقاش المجتمعي	254	63.5	134	33.5	12	3.0	2.61	0.547	87.0
أكثر شمولية وتكاملاً في تغطية الأحداث والقضايا بأساليب منطوية	243	60.8	141	35.3	16	4.0	2.57	0.571	85.7
أصبحت أعمد عليها بشكل كبير في الحصول على المعلومات تجاه القضايا والأحداث	251	62.8	124	31.0	25	6.3	2.57	0.61	85.7
توفر المنصات إمكانية التحديث وتصحيح الخطأ في المضمون المقدم	236	59.0	150	37.5	14	3.5	2.55	0.564	85.0

العبارة	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
تعكس القضايا من منظور الجمهور نفسه جنباً إلى جنب من منظور الدولة والحكومة	234	58.5	133	33.3	33	8.3	2.5	0.645	83.3
تتمتع بدرجة أكبر من حرية الرأي	204	51.0	178	44.5	18	4.5	2.47	0.583	82.3
تعكس رؤى وتوجهات كل أطراف المجتمع بشكل عادل ومتوازن	220	55.0	147	36.8	33	8.3	2.47	0.644	82.3
تسمح لي بالتعبير عن رأبي والقدرة على التفاعل مع الجمهور	212	53.0	158	39.5	30	7.5	2.46	0.632	82.0
تتمتع بالمصادقية خلال تناولها للأحداث والقضايا المختلفة	191	47.8	173	43.3	36	9.0	2.39	0.647	79.7

تتنوع اتجاهات تقييم عينة الدراسة لاستخدام الصحف المصرية للمنصات الإلكترونية المختلفة في تناولها للأحداث المجتمعية، وذلك على النحو التالي:

- كونها مصدرًا رئيسًا للمعلومات عن الأحداث المجتمعية، حيث أوضحت عينة الدراسة أن المنصات توفر السرعة في تغطية القضايا والأحداث المختلفة بوزن 89 درجة، ثم إنها أصبحت أحد أشكال الإعلام البديل في ظل تراجع وسائل الإعلام التقليدية بوزن نسبي 87.7 درجة؛ لذا أصبحت تعتبر ساحة مفتوحة للنقاش المجتمعي، وجاء ذلك الرأي بوزن 87 درجة، وبالتالي جاء تأكيد عينة الدراسة أنهم أصبحوا يعتمدون عليها بشكل كبير في الحصول على المعلومات تجاه القضايا والأحداث المجتمعية بوزن 85.7 درجة.

- الموضوعية وتقديم الرأي والرأي الآخر فيما يتعلق بالأحداث المجتمعية، حيث جاء الرأي بأنها أكثر شمولية وتكاملاً في تغطية الأحداث والقضايا بأساليب متطورة بوزن 85.7 درجة، ثم أوضحت عينة الدراسة أنها تعكس القضايا من منظور الجمهور نفسه جنباً إلى جنب من منظور الدولة والحكومة وذلك بوزن نسبي 83.3 درجة، وأنها تعكس رؤى وتوجهات كل أطراف المجتمع بشكلٍ عادلٍ ومتوازنٍ بوزن نسبي 82.3 درجة.

- المصادقية في نقل الأحداث المجتمعية، حيث أشارت عينة الدراسة أنها توفر إمكانية التحديث وتصحيح الخطأ في المضمون المقدم بوزن نسبي 85 درجة، ثم جاء التأكيد على تمتعها بالمصادقية خلال تناولها للأحداث والقضايا المختلفة بوزن 79.7 درجة.

- زاوية التفاعل مع آراء الجمهور والحرية في التغطية الصحفية، حيث أوضحت عينة الدراسة أنها تتمتع بدرجة أكبر من حرية الرأي بوزن نسبي 82.3 درجة، ثم أنها تسمح لهم بالتعبير عن رأيهم والقدرة على التفاعل معها بوزن 82 درجة.

- وترى الباحثة أن هناك عوامل تساعد على تحقيق الجاذبية لدى المنصات التي توظفها الصحف المصرية في تقديم المضمون الصحفي من خلالها، والتي يمكن ترتيبها في إطار النتائج السابقة على النحو التالي:

مصدر رئيسي  
للمعلومات  
87.4 درجة

الموضوعية  
وتقديم الرأي  
والرأي الآخر  
83.8 درجة

المصدقية  
82.4 درجة

التفاعل مع  
الجمهور وحرية  
التعبير  
82.2 درجة

ويتضح مما سبق ارتفاع اتجاهات الجمهور عينة الدراسة نحو توظيف الصحف المصرية للمنصات المختلفة في تقديم مضمونها الصحفي؛ الأمر الذي يدل على ارتفاع وعي الجمهور وإدراكه لأهمية توظيف مثل هذه النوعية من المنصات في تقديم المضمون الصحفي؛ حيث يتميز المضمون المقدم بوضوح المعلومة، وبساطة اللغة المستخدمة، والموضوعية، والمصدقية، بالإضافة إلى تحقيق الجاذبية في العرض؛ من خلال توظيف التقنيات الجرافيكية الحديثة، هذا إلى جانب التفاعل مع الآخرين، وكل ما سبق يحقق سرعة النشر الجاذب مع انخفاض التكلفة المادية والوقت المطلوبين لتحقيق ذلك؛ وهو الأمر الذي يعود على المؤسسات الصحفية في نهاية الأمر بالعائد المادي، وتحقيق اقتصادات ربحية ملائمة تمكن من الاستمرارية والتطور.

– أهم المضامين الصحفية التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها في المضمون الصحفي المقدم في المنصات السابق اختيارها:

### جدول (13)

أهم المضامين الصحفية التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها في المضمون الصحفي المقدم عبر المنصات الرقمية

المضامين الصحفية	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
المضامين السياسية.	106	70.7	131	52.4	237	59.3
المضامين الاجتماعية.	74	49.3	161	64.4	235	58.8
المضامين الفنية.	61	40.7	142	56.8	203	50.8
المضامين المتعلقة بالحوادث والجرائم	63	42.0	139	55.6	202	50.5
المضامين الاقتصادية.	90	60.0	100	40.0	190	47.5
المضامين الرياضية.	92	61.3	82	32.8	174	43.5
المضامين الثقافية.	67	44.7	90	36.0	157	39.3
الإجمالي	150		250		400	

يكشف الجدول السابق عن أهم المضامين الصحفية التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها في المضمون الصحفي المقدم عبر المنصات الرقمية، حيث جاء نسبة 59.3% من عينة الدراسة تتابع في المقدمة المضامين السياسية بحرص وثقة عبر هذه المنصات الرقمية، وذلك بنسبة 70.7% لعينة الدراسة من الذكور وبنسبة 52.4% لعينة الدراسة من الإناث، وفي الترتيب الثاني جاءت متابعة المضامين الاجتماعية بنسبة 58.8% من عينة الدراسة، وذلك بنسبة 49.3% لعينة الدراسة من الذكور وبنسبة 64.4% لعينة الدراسة من الإناث، وفي الترتيب الثالث جاءت متابعة المضامين الفنية بنسبة 50.8% من عينة الدراسة، وذلك بنسبة 40.7% لعينة الدراسة من الذكور وبنسبة 56.8% لعينة الدراسة من الإناث، وفي الترتيب الرابع جاءت متابعة المضامين المتعلقة بالحوادث والجرائم بنسبة

50.5% من عينة الدراسة، وذلك بنسبة 42% لعينة الدراسة من الذكور وبنسبة 55.6% لعينة الدراسة من الإناث، وفي الترتيب الخامس جاءت متابعة المضامين الاقتصادية بنسبة 47.5% من عينة الدراسة، وذلك بنسبة 60% لعينة الدراسة من الذكور وبنسبة 40% لعينة الدراسة من الإناث، وفي الترتيب السادس جاءت متابعة المضامين الرياضية بنسبة 43.5% من عينة الدراسة، وذلك بنسبة 61.3% لعينة الدراسة من الذكور وبنسبة 32.8% لعينة الدراسة من الإناث، وفي الترتيب السابع والأخير جاءت متابعة المضامين الثقافية بنسبة 39.3% من عينة الدراسة، وذلك بنسبة 44.7% لعينة الدراسة من الذكور وبنسبة 36% لعينة الدراسة من الإناث.

ويتضح مما سبق أن الأحداث المجتمعية السياسية والاجتماعية تحتل الصدارة من اهتمام عينة الدراسة؛ ويرجع ذلك لأنها ترتبط بشكل مباشر بحياتهم اليومية، فأى قرارات سياسية تعبر عن توجه الدولة في إدارة شؤون المجتمع على كافة الأصعدة، كما أن القضايا الاجتماعية تعبر عن احتياجاتهم وهمومهم المعيشية التي تعكس رؤيتهم لمستقبلهم وواقعهم، كما أن الاهتمام بالقضايا الفنية يرجع إلى أنها تمثل الجانب الترفيهي الذي يجذب انتباههم، وتلبي احتياجاتهم للتسلية والترفيه.

- مستوى ثقة عينة الدراسة في المضمون الصحفي المقدم عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية:

#### جدول (14)

مستوى ثقة عينة الدراسة في المضمون الصحفي المقدم عبر المنصات المتعددة للصحف

مستوى الثقة	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أثق بدرجة كبيرة.	43	28.7	55	22	98	24.5
أثق به بدرجة متوسطة.	83	55.3	160	64	243	60.8
أثق بدرجة قليلة.	24	16	35	14	59	14.7
الإجمالي	150	100	250	100	400	100

كا 2: 3.114 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.211 غير دال

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر من نصف العينة كانت تثقتها في المضمون الصحفي المقدم عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية بدرجة متوسطة، وفي الترتيب الثاني جاء ثقة نسبة 24.5% من عينة الدراسة في المنصات الرقمية للصحف المصرية بدرجة كبيرة، وذلك بنسبة 28.7% لعينة الدراسة من الذكور وبنسبة 22% لعينة الدراسة من الإناث، وفي الترتيب الثالث جاء نسبة 14.7% من عينة الدراسة تثق بشكل قليل في المنصات الرقمية، وذلك بنسبة 16% لعينة الدراسة من الذكور وبنسبة 14% لعينة الدراسة من الإناث؛ ويتضح مما سبق أن هناك درجة من الثقة بشكل عام في المضامين الصحفية على اختلاف مجالاتها، وأن هذه الثقة تحققت نتيجة العمق في معالجة الأحداث، هذا ما أكدت عليه نتائج الجداول السابقة، ومراعاة الموضوعية، والتعبير عن كافة أطراف الأحداث المجتمعية، إلى جانب الاستعانة بالتقنيات الجرافيكية في تقديم المضمون الصحفي في شكل جاذب وممتع. وأشارت نتائج الجدول السابق لعدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة المنشورات التي تقدمها الصحف المصرية عبر منصات الرقمية المتعددة ونوع عينة الدراسة، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup> (3.114) عند درجة حرية (2) وبمستوى معنوية (0.211).

– أسباب ثقة وحرص عينة الدراسة على متابعة المضامين الصحفية المقدمة عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية:

جدول (15)  
أسباب ثقة وحرص عينة الدراسة على متابعة المضامين الصحفية المقدمة عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
اسم الصحيفة وشهرتها	285	71.3	106	26.5	9	2.3	2.69	0.509	89.7
تحديث المحتوى بشكل دوري	267	66.8	121	30.3	12	3.0	2.64	0.54	88.0
سهولة الوصول لهذه المنصات	260	65.0	124	31.0	16	4.0	2.61	0.565	87.0
تفسير الأحداث بشكل مستمر	262	65.5	119	29.8	19	4.8	2.61	0.578	87.0
تضمن المنصة للفيديوهات والصور مما يؤثر على جاذبية العرض	255	63.8	132	33.0	13	3.3	2.6	0.552	86.7
مصادقية وحيادية الصفحة في نشر مضمونها	231	57.8	142	35.5	27	6.8	2.51	0.621	83.7
إتاحة الحرية للجمهور للتعليق	219	54.8	157	39.3	24	6.0	2.49	0.609	83.0

يكشف الجدول السابق عن تنوع أسباب ارتفاع الثقة من قبل عينة الدراسة في متابعة المضامين الصحفية المقدمة عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية، ومن الملاحظ أن كافة الأسباب التي عبّرت عنها عينة الدراسة قد حظيت بأوزان نسبية مرتفعة جداً، وتعبّر عن أن هناك رضا من قبل عينة الدراسة عن العناصر التي تكون التغطية الصحفية، وبالتالي تمثل من وجهة نظر عينة الدراسة مقومات نجاح التغطيات الصحفية والتي ترتب عليها قدرتها على جذب ثقة عينة الدراسة لمتابعة التغطيات الصحفية عبر المنصات الرقمية للصحف المصرية، وتمثلت هذه الأسباب فيما يلي:

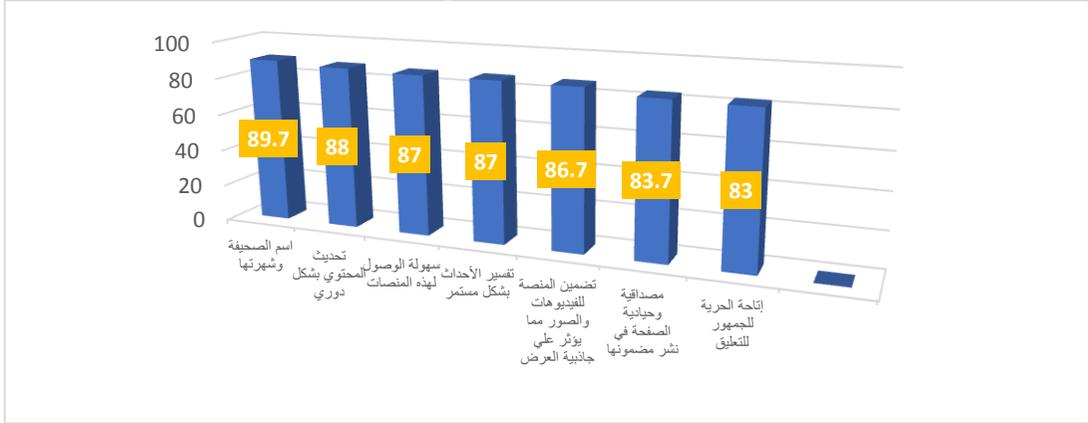
– تراعي المؤسسة الصحفية "اسمها وشهرتها" في التغطية الصحفية وذلك بوزن 89.7 درجة، حيث إن مراعاة المؤسسات الصحفية على أن يكون لها طابع صحفي معين تتميز به وتشتهر به يعبر عن وجود رؤية ورسالة لدى هذه المؤسسة الصحفية.

– العمق في تناول الأحداث المجتمعية وتقديمها للجمهور، حيث أكدت عينة الدراسة على أنه يتم تحديث المحتوى بشكل دوري وذلك بوزن 88 درجة، وكذلك يتم تفسير الأحداث بشكل مستمر عبر المنصات الرقمية للمؤسسات الصحفية بوزن 87 درجة، ومصادقيتها وحيادتها في نشر مضمونها الصحفي بوزن 83.7 درجة.

– تمثل خصائص الوسيلة ذاتها سبب من أسباب الثقة بها، خاصة لو كانت تحقق مميزات إيجابية للجمهور، حيث جاء ما يلي:

أ- سهولة الاستخدام، حيث تؤكد عينة الدراسة على سهولة الوصول لهذه المنصات بوزن 87 درجة.  
ب- الإبهار في تقديم النصوص الصحفية، حيث أشارت عينة الدراسة لتضمينها للفيديوهات والصور التي تؤثر على جودة تقديم النصوص الصحفية، وبالتالي تحقق جاذبية العرض بوزن 86.7 درجة.  
ت- التفاعل مع الجمهور، حيث أكدت عينة الدراسة على إتاحة المنصات الرقمية الحرية للجمهور للتفاعل والتعبير عن الرأي بوزن نسبي 83 درجة.

ويخلص الشكل التالي أسباب الثقة من قبل عينة الدراسة في متابعة المضامين الصحفية المقدمة عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية، وذلك على النحو التالي:



الشكل (9)

المحور الثالث: مستويات مشاركة الجمهور في المضمون الصحفي المقدم عبر المنصات المختلفة للصحف المصرية.

- قيام عينة الدراسة بالمشاركة في المضمون الصحفي المقدم عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية:

جدول (16)

قيام عينة الدراسة بالمشاركة في المضمون الصحفي المقدم عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية

المشاركة	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أشارك بشكل دائم	28	18.7	23	9.2	51	12.8
أحياناً أقوم بالمشاركة.	90	60	88	35.2	178	44.5
نادرًا ما أقوم بالمشاركة.	32	21.3	139	55.6	171	42.8
الإجمالي	150	100	250	100	400	100

كا 2: 45.297 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق: 0.319

يكشف الجدول السابق عن مستويات قيام عينة الدراسة بالمشاركة في المضمون الصحفي المقدم عبر المنصات الرقمية للصحف المصرية، حيث جاء نسبة 44.5% من عينة الدراسة تشارك أحياناً في المقدمة، وذلك بنسبة 60% لعينة الدراسة من الذكور وبنسبة 35.2% لعينة الدراسة من الإناث، وفي الترتيب الثاني جاءت المشاركة النادرة بنسبة 42.8% من عينة الدراسة في المنصات الرقمية للصحف المصرية، وذلك بنسبة 21.3% لعينة الدراسة من الذكور وبنسبة 55.6% لعينة الدراسة من الإناث، وفي الترتيب الثالث جاءت نسبة 12.8% من عينة الدراسة تشارك بشكل دائم بالتعليق على المنصات الرقمية، وذلك بنسبة 18.7% لعينة الدراسة من الذكور وبنسبة 9.2% لعينة الدراسة من الإناث. ويتضح مما سبق أن هناك إقبالاً بدرجة متوسطة على المشاركة مع المضمون الصحفي، وهو ما يتقارب مع ما ذكرته سابقاً عينة الدراسة بأنه من أسباب الثقة في المضمون الصحفي، وكذلك من أسباب متابعة المضمون الصحفي عبر هذه المنصات الرقمية، إتاحة التفاعل، والمشاركة بالرأي، والتعليق، وكافة صور التفاعلات مع المضمون الصحفي. وأشارت نتائج الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات قيام عينة الدراسة بالمشاركة أو التعليق على

المضمون الصحفي المقدم عبر المنصات الرقمية للصحف المصرية ونوع عينة الدراسة، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup> (45.297) عند درجة حرية (2) وبمستوى معنوية (0.000) وكانت قيمة معامل التوافق (0.319).

– أسلوب مشاركة عينة الدراسة في متابعة المضمون الصحفي التي تقدمه الصحف المصرية عبر منصاتها المتعددة:

### جدول (17)

أسلوب مشاركة عينة الدراسة في متابعة المضمون الصحفي الذي تقدمه الصحف المصرية عبر منصاتها المتعددة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرًا		أحيانًا		دائمًا		العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك	
84.3	0.583	2.53	4.5	18	38.0	152	57.5	230	أقرأ المضمون الصحفي.
84.3	0.608	2.53	6.0	24	34.5	138	59.5	238	أشاهد الصور والفيديوهات المصاحبة للمضمون الصحفي المقدم.
82.7	0.641	2.48	8.0	32	35.8	143	56.3	225	أكتفي بقراءة المضمون الصحفي المقدم، ولا أعلق عليه بأي شكل
76.7	0.676	2.3	12.3	49	45.3	181	42.5	170	أضغط (Like) على المضمون الصحفي المقدم
73.7	0.709	2.21	16.8	67	45.5	182	37.8	151	أقرأ صفحات المتابعين للمنصات الصحفية المختلفة
73.0	0.716	2.19	18.0	72	45.5	182	36.5	146	لا أهتم بقراءة تعليقات الآخرين على المضمون الصحفي المقدم.
70.0	0.756	2.1	24.0	96	42.0	168	34.0	136	أقوم بعمل (Share) للمضمون الصحفي المقدم.
68.7	0.768	2.06	26.5	106	40.8	163	32.8	131	أكتب بوسئًا متعلقًا بالمضمون الصحفي المقدم وأشره على منصات التواصل الاجتماعي الخاصة بي.
68.7	0.793	2.06	28.8	115	37.0	148	34.3	137	أرفع عددًا من الصور والفيديوهات المتعلقة بالمضمون الصحفي المقدم على منصات التواصل الاجتماعي الخاصة بي.
67.3	0.794	2.02	30.3	121	37.0	148	32.8	131	أكتب تعليقًا على المضمون الصحفي المقدم في المنصات المتعددة.
65.0	0.807	1.95	35.3	141	34.8	139	30.0	120	أقوم بالرد على تعليقات المتابعين الآخرين.

وفقًا لبيانات الجدول السابق تتنوع أساليب مشاركة عينة الدراسة مع المضمون الصحفي الذي تقدمه الصحف المصرية عبر منصاتها المتعددة وتتابعه، وذلك على النحو التالي:

**أولاً: القراءة للمضمون الصحفي فقط ومتابعته: (التعرض المستوى الأول من المشاركة):**

أ- القراءة والمتابعة للمضمون الصحفي فقط بدون أي تفاعل، حيث جاء في المقدمة الاهتمام بقراءة المضمون الصحفي المقدم عبر هذه المنصات الرقمية وذلك بوزن 84.3 درجة، تلاه بذات الوزن السابق المشاهدة للصور والفيديوهات المصاحبة للمضمون الصحفي المقدم عبر المنصات الرقمية، ثم جاء الاكتفاء بقراءة المضمون الصحفي المقدم وعدم التعليق عليه بأي شكل وذلك بوزن 82.7 درجة.

ب- قراءة ومتابعة صفحات المتابعين للمنصات الصحفية المختلفة التي أشاهدها وأقرأ أخبارها وذلك بوزن 73.7 درجة.

ت- جاء بوزن نسبي قيمته 73 درجة، عينة الدراسة التي تهتم بقراءة المضمون الصحفي ولا تهتم بقراءة تعليقات الآخرين على المضمون الصحفي المقدم عبر المنصات الرقمية.

ثانياً: التفاعل مع المضمون الصحفي المنشور عبر المنصات المتعددة (المستوى الثاني من المشاركة):

- الضغط على الإعجاب للمضمون الصحفي المقدم بوزن 76.7 درجة.

- القيام بإعادة المشاركة للمضمون الصحفي المقدم بوزن 70 درجة.

- كتابة تعليق على المضمون الصحفي المقدم في المنصات الصحفية المتعددة بوزن 67.3 درجة.

- القيام بالرد على تعليقات المتابعين الآخرين بوزن 65 درجة.

ثالثاً: الإنتاج مضمون (المستوى الثالث من المشاركة):

- كتابة منشور متعلق بالمضمون الصحفي المقدم، ثم إعادة نشره على منصات التواصل الاجتماعي الخاصة بعينة الدراسة وذلك بوزن 68.7 درجة.

- رفع عدد من الصور والفيديوهات المتعلقة بالمضمون الصحفي المقدم على منصات التواصل الاجتماعي الخاصة بعينة الدراسة بوزن 68.7 درجة.

- وتكشف إجابات عينة الدراسة عن تنوع صور مشاركتهم مع المضامين الصحفية المنشورة عبر المنصات المتعددة للمؤسسات الصحفية ما بين التعرض فقط، أو التفاعل، أو الإنتاج.

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات- التي تعبر عن أساليب مشاركة عينة الدراسة مع المضمون الصحفي الذي تقدمه الصحف المصرية عبر منصات المتعددة وتتابعه- مقياساً عاماً، جاءت نتائجه على النحو التالي:

### جدول (18)

نتائج المقياس العام لتقييم عينة الدراسة لأسلوب مشاركتها في متابعة المضمون الصحفي الذي تقدمه الصحف المصرية عبر منصات المتعددة

المقياس	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
منخفض	9	6	42	16.8	51	12.8
متوسط	77	51.3	131	52.4	208	52
مرتفع	64	42.7	77	30.8	141	35.2
الإجمالي	150	100	250	100	400	100
كا 2: 12.342	درجة الحرية: 2		مستوى المعنوية: 0.000 دال		معامل التوافق: 0.173	

يكشف الجدول السابق عن مستويات تقييم عينة الدراسة لأسلوب مشاركتها في متابعة المضمون الصحفي الذي تقدمه الصحف المصرية عبر منصات المتعددة، حيث أكدت أكثر من نصف عينة الدراسة أن تقييمها لأسلوب المشاركة كان تقييماً متوسطاً، وجاء ذلك بنسبة 51.3% من قبل عينة الدراسة ذكوراً وبنسبة 52.4% من قبل عينة الدراسة "الإناث"، وفي الترتيب الثاني جاء نسبة 35.2% من عينة الدراسة كان تقييمها مرتفعاً، وجاء ذلك بنسبة 42.7% من قبل عينة الدراسة ذكوراً وبنسبة 30.8% من قبل عينة الدراسة "الإناث"، وأخيراً نسبة بسيطة جاء تقييمها منخفضاً بنسبة 12.8%، وجاء ذلك بنسبة 6% من قبل عينة الدراسة ذكوراً وبنسبة 16.8% من قبل عينة الدراسة

"الإناث"، تعد هذه النتيجة نتيجة منطقية- خاصة عند مقارنتها بنتائج الجدول (17) والخاص بأساليب مشاركة الجمهور في المضمون الصحفي المقدم،- وفقاً لنتائج هذا الجدول نجد أن أكثر مستويات المشاركة التي اعتمدها الجمهور عينة الدراسة خلال تعرضه للمضمون المقدم عبر المنصات كان المستوى الأول من المشاركة والخاص بالتعرض فقط؛ حيث حصلت العبارات المتعلقة بهذا المستوى من المشاركة على أعلى الأوزان النسبية، بينما حصلت العبارات المتعلقة بالمستوى الثاني من المشاركة أوزان نسبية أقل؛ ولذلك نجد أن تقييم عينة الدراسة لأسلوب مشاركتهم كان متوسطاً؛ إذ تؤكد هذه النتيجة أنهم يحرصون على التعرض والتفاعل مع المضمون المقدم أكثر من حرصهم على صناعة المحتوى ذاته.

وأشارت نتائج الجدول السابق لوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المقياس العام لتقييم عينة الدراسة لأسلوب مشاركتها في متابعة المضمون الصحفي التي تقدمه الصحف المصرية عبر منصات متعددة ونوع عينة الدراسة، حيث بلغت قيمة  $\chi^2$  (12.342) عند درجة حرية (2) وبمستوى معنوية (0.000) وكان قيمة معامل التوافق (0.173).

**الجزء الثاني: نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة:**

الفرض الرئيس الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المنصات المتعددة الخاصة بالصحف المصرية والثقة في المضمون الصحفي المقدم عبر هذه المنصات.

#### جدول (19)

**نتائج معامل الارتباط بيرسون لوجود علاقة ارتباطية بين استخدام المنصات المتعددة الخاصة بالصحف المصرية والثقة في المضمون الصحفي المقدم عبر هذه المنصات**

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	مميزات استخدام المنصات المتعددة الخاصة بالصحف المصرية
دال	0.000	**0.305	والثقة في المضمون الصحفي المقدم عبر هذه المنصات.

توضح نتائج الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المنصات المتعددة الخاصة بالصحف المصرية والثقة في المضمون الصحفي المقدم عبر هذه المنصات؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.305) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية متوسطة القوة؛ مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مميزات استخدام المنصات المتعددة الخاصة بالصحف المصرية والثقة في المضمون الصحفي المقدم عبر هذه المنصات. وبذلك يتم قبول هذا الفرض؛ مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى إدراك عينة الدراسة لمميزات استخدام المنصات المتعددة الخاصة بالصحف المصرية كلما دلت ذلك على ارتفاع مستوى الثقة في المضمون الصحفي المقدم عبر هذه المنصات.

الفرض الرئيس الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين استخدام الجمهور للصحافة المصرية متعددة المنصات والقيام بالمشاركة في المضمون الصحفي المقدم.

## جدول (20)

نتائج معامل الارتباط بيرسون لوجود علاقة ارتباطية بين استخدام الجمهور للصحافة المصرية متعددة المنصات والقيام بالمشاركة في المضمون الصحفي المقدم

الدالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	استخدام الجمهور للصحافة المصرية متعددة المنصات
دال	0.000	**0.265	القيام بالمشاركة في المضمون الصحفي المقدم.

توضح نتائج الجدول السابق مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور للصحافة المصرية متعددة المنصات ومستوى المشاركة في المضمون الصحفي المقدم عبر هذه المنصات الرقمية؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.265) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال؛ مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور للصحافة المصرية متعددة المنصات ومستوى المشاركة في المضمون الصحفي المقدم عبر هذه المنصات. وبذلك يتم قبول هذا الفرض؛ مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى استخدام الجمهور للصحافة المصرية متعددة المنصات كلما كان ذلك سبباً في ارتفاع قيامهم بالمشاركة مع المضمون الصحفي المقدم عبر هذه المنصات الرقمية.

الفرض الرئيس الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أسباب حرص العينة على متابعة المضامين الصحفية المقدمة عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية والقيام بالتفاعل (المستوى الثاني من المشاركة) مع المضمون الصحفي المقدم.

## جدول (21)

نتائج معامل الارتباط بيرسون لوجود علاقة ارتباطية بين أسباب حرص العينة على متابعة المضامين الصحفية المقدمة عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية والتفاعل مع المضمون الصحفي المقدم.

الدالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	حرص العينة على متابعة المضامين الصحفية المقدمة عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية
دال	0.000	**0.528	والقيام بالتفاعل مع المضمون الصحفي المقدم.

توضح نتائج الجدول السابق مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسباب حرص العينة على متابعة المضامين الصحفية المقدمة عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية والتفاعل مع المضمون الصحفي المقدم عبر هذه المنصات؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.528) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسباب حرص العينة على متابعة المضامين الصحفية المقدمة عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية والقيام بالتفاعل مع المضمون الصحفي المقدم عبر هذه المنصات. وبذلك يتم قبول هذا الفرض؛ مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى دوافع وحرص عينة الدراسة على متابعة المضامين الصحفية المقدمة عبر المنصات الرقمية المتعددة للصحف المصرية كلما كان ذلك سبباً في ارتفاع قيامهم بالتفاعل مع هذا المضمون.

الفرض الرئيس الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام عينة الدراسة للصحف المصرية عبر منصاتها المتعددة والمتغيرات الديموغرافية المتمثلة في (النوع- الفئة العمرية- المستوى التعليمي- المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

## جدول (22)

نتائج اختبار الفروق المعنوية بين استخدام عينة الدراسة للصحف المصرية عبر منصات المتعددة والمتغيرات الديموجرافية

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	استخدام عينة الدراسة للصحف المصرية عبر منصات المتعددة	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموجرافية	النوع
0.711 غير دال	398	ت=0.137	.591	1.60	150	ذكر	النوع
			.648	1.62	250	أنثى	
0.608 غير دال	2 397	ف=0.499	.577	1.50	4	متوسط	المستوى التعليمي
			.621	1.63	358	جامعي	
			.687	1.53	38	أعلى من الجامعي	
			.627	1.62	400	الإجمالي	
0.124 غير دال	2 397	ف=2.100	.622	1.61	246	من 18 إلى 25	الفئة العمرية
			.620	1.71	91	من 25 إلى أقل 30	
			.644	1.51	63	من 30 إلى 35	
			.627	1.62	400	الإجمالي	
0.338 غير دال	2 397	ف=1.087	.636	1.82	17	منخفض	المستوى الاقتصادي والاجتماعي
			.614	1.62	215	متوسط	
			.641	1.59	168	مرتفع	
			.627	1.62	400	الإجمالي	

توضح نتائج الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام عينة الدراسة للصحف المصرية عبر منصات المتعددة والمتغيرات الديموجرافية، تم استخدام اختبار "ت" لقياس الفروق وفقاً للنوع، وتم استخدام اختبار "ف" لقياس الفروق وفقاً للعمر والمستوى التعليمي والمستوى الاقتصادي الاجتماعي، وجاءت النتائج على النحو التالي:

- فيما يتعلق بالنوع، بلغت قيمة ت (0.137) عند درجة حرية (398) ومستوى معنوية (0.711)، وهو مستوى معنوية غير دال؛ مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق باستخدام عينة الدراسة للصحف المصرية عبر منصات المتعددة الرقمية ومتغير النوع.
- فيما يتعلق بالعمر، بلغت قيمة ت (2.100) عند درجة حرية (2) و(397) ومستوى معنوية (0.124)، وهو مستوى معنوية غير دال؛ مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين العمر فيما يتعلق باستخدام عينة الدراسة للصحف المصرية عبر منصات المتعددة الرقمية.
- وعن المستوى التعليمي، بلغت قيمة ت (0.499) عند درجة حرية (2) و(397) ومستوى معنوية (0.608) وهو مستوى معنوية غير دال؛ مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين استخدام عينة الدراسة للصحف المصرية عبر منصات المتعددة الرقمية.
- فيما يتعلق بالمستوى الاقتصادي، بلغت قيمة ف (1.087) عند درجتى حرية (2) و(397) ومستوى معنوية (0.338) وهو مستوى معنوية غير دال؛ مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين عينة الدراسة من الجمهور المصري فيما يتعلق باستخدام عينة الدراسة للصحف المصرية عبر منصات المتعددة الرقمية.

وبذلك يتم رفض هذا الفرض كلياً؛ حيث ثبت عدم وجود فروق معنوية بين عينة الدراسة من الجمهور المصري من حيث استخدام عينة الدراسة للصحف المصرية عبر منصات متعددة الرقمية وفقاً للنوع، والمستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي، والعمر.

الفرض الرئيس الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة مشاركة عينة الدراسة في المضمون الصحفي الذي تقدمه الصحف المصرية عبر منصات متعددة والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في (النوع- الفئة العمرية- المستوى التعليمي- المستوى الاقتصادي الاجتماعي)

### جدول (23)

نتائج اختبار الفروق المعنوية بين درجة مشاركة عينة الدراسة في المضمون الصحفي الذي تقدمه الصحف المصرية عبر منصات متعددة والمتغيرات الديموجرافية

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	درجة مشاركة عينة الدراسة في المضمون الصحفي الذي تقدمه الصحف المصرية عبر منصات متعددة	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموجرافية	النوع
0.000 دال	398	ت=42.461	.634	2.03	150	ذكر	النوع
			.659	2.46	250	أنثى	
0.052 دال	2 397	ف=2.801	.577	1.50	4	متوسط	المستوى التعليمي
			.682	2.31	358	جامعي	
			.662	2.32	38	أعلى من الجامعي	
			.683	2.30	400	الإجمالي	
0.138 غير دال	2 397	ف=1.987	.701	2.25	246	من 18 إلى 25	الفئة العمرية
			.579	2.42	91	من 25 إلى أقل 30	
			.737	2.32	63	من 30 إلى 35	
			.683	2.30	400	الإجمالي	
0.033 دال	2 397	ف=3.442	.748	2.06	17	منخفض	المستوى الاقتصادي الاجتماعي
			.650	2.38	215	متوسط	
			.707	2.23	168	مرتفع	
			.683	2.30	400	الإجمالي	

توضح نتائج الجدول السابق مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة مشاركة عينة الدراسة في المضمون الصحفي الذي تقدمه الصحف المصرية عبر منصات متعددة وفقاً للمتغيرات الديموجرافية، تم استخدام اختبار "ت" لقياس الفروق وفقاً للنوع، وتم استخدام اختبار "ف" لقياس الفروق وفقاً للعمر والمستوى التعليمي والمستوى الاقتصادي الاجتماعي، وجاءت النتائج على النحو التالي:

- فيما يتعلق بالنوع، بلغت قيمة ت (42.461) عند درجة حرية (398) ومستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال؛ مما يوضح وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بدرجة المشاركة في المضمون الصحفي الذي تقدمه الصحف المصرية عبر منصات الرقمية، وذلك لصالح عينة الدراسة من الإناث بمتوسط حسابي (2.46) وانحراف معياري (0.659). ثم عينة الدراسة من الذكور بمتوسط حسابي (2.03) وانحراف معياري (0.634).

- فيما يتعلق بالعمر، بلغت قيمة ت (1.987) عند درجة حرية (2) و(397) ومستوى معنوية (0.138)، وهو مستوى معنوية غير دال؛ مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين العمر فيما يتعلق بدرجة المشاركة في المضمون الصحفي الذي تقدمه الصحف المصرية عبر منصات الرقمية.

- وعن المستوى التعليمي، بلغت قيمة ت (2.801) عند درجة حرية (2) و(397) ومستوى معنوية (0.052) وهو مستوى معنوية دال؛ مما يوضح وجود فروق دالة إحصائية بين المؤهل العالي وكذلك مؤهل دراسات عليا (ماجستير/ دكتوراه) والمؤهل المتوسط فيما يتعلق بدرجة المشاركة في المضمون الصحفي الذي تقدمه الصحف المصرية عبر منصاتها الرقمية؛ وذلك لصالح عينة الدراسة من حاملي مؤهل دراسات عليا (ماجستير/ دكتوراه) بمتوسط حسابي (2.32) وانحراف معياري (0.662)، ثم لصالح عينة الدراسة من حاملي مؤهل عالي جامعي بمتوسط حسابي (2.31) وانحراف معياري (0.682)، تلاه عينة الدراسة من حاملي مؤهل متوسط بمتوسط حسابي (1.50) وانحراف معياري (0.577).

- فيما يتعلق بالمستوى الاقتصادي، بلغت قيمة ف (3.442) عند درجتى حرية (2) و(397) ومستوى معنوية (0.033) وهو مستوى معنوية دال؛ مما يوضح وجود فروق دالة إحصائية بين عينة الدراسة من الجمهور المصري فيما يتعلق بدرجة المشاركة في المضمون الصحفي الذي تقدمه الصحف المصرية عبر منصاتها الرقمية؛ وذلك لصالح عينة الدراسة التي مستواها الاقتصادي متوسط بمتوسط حسابي (2.38) وانحراف معياري (0.650)، تلاه عينة الدراسة التي مستواها الاقتصادي مرتفع بمتوسط حسابي (2.23) وانحراف معياري (0.707)، تلاه عينة الدراسة التي مستواها الاقتصادي منخفض بمتوسط حسابي (2.06) وانحراف معياري (0.748).

وبذلك يتم **التحقق الجزئي من صحة هذا الفرض**؛ حيث ثبت وجود فروق معنوية بين عينة الدراسة من الجمهور المصري من حيث درجة المشاركة في المضمون الصحفي الذي تقدمه الصحف المصرية عبر منصاتها الرقمية وفقاً للنوع والمستوى التعليمي والمستوى الاقتصادي، في حين ثبت عدم وجود فروق دالة إحصائية بين عينة الدراسة من الجمهور المصري من حيث درجة المشاركة في المضمون الصحفي الذي تقدمه الصحف المصرية عبر منصاتها الرقمية وفقاً للعمر.

#### مناقشة النتائج:

- كشفت نتائج التحليل الإحصائي ارتفاع التصفح والمتابعة الدائمة للمنصات المتعددة الخاصة بالصحف المصرية في المقدمة بنسبة 46.3% من إجمالي عينة الدراسة، وهو ما يؤكد علي انتشار استخدام هذه المنصات لأسباب كثيرة أهمها: إمكانية مطالعة هذه المنصات في أي وقت ، انعدام تكلفتها المادية ، إمكانية متابعتها من خلال الهواتف الذكية، ويتوسط عدد أيام التعرض للمنصات الرقمية المتعددة الخاصة بمواقع الصحف المصرية، حيث جاء في المقدمة بنسبة 48% من إجمالي عينة الدراسة تتعرض لهذه المنصات الرقمية من يوم لثلاثة أيام بالأسبوع، كما يتوسط التعرض اليومي والمتابعة للمنصات الرقمية المرتبطة بمواقع الصحف المصرية، حيث جاء في المقدمة بنسبة 78.5% من إجمالي عينة الدراسة تتعرض لهذه المنصات الرقمية بمعدل أقل من ثلاث ساعات، وجاءت منصة "فيس بوك" في مقدمة المنصات الرقمية التي تحظى بارتفاع متابعة عينة الدراسة لها، وأنها احتلت الصدارة بنسبة كبيرة وبفارق كبير جداً عن بقية المنصات التي وظفتها المؤسسات الصحفية الأخرى، وهنا نجد أن الدراسة الحالية اتفقت مع نتائج دراسات أخرى كدراسة نسرين عبد العزيز 2022 ودراسة أحمد محمد الرفاعي 2021 ، ويمكن تفسير ذلك أن منصة الفيس بوك نتيج التفاعلية العالية، وتجمع بين خصائص البث النصي، والفيديو، والصور، والبث الحي، وغيرها من المميزات التي يتمتع بها فيس بوك؛ حيث يعد منصة شاملة، وتدل هذه النتيجة على حرص عينة الدراسة على تخصيص عدد ساعات يومي متوسط القيمة لمتابعة الأخبار المجتمعية المتنوعة وخاصة تلك التي تمس واقعهم واحتياجاتهم اليومية.

- وفيما يتعلق بأسباب تفضيل عينة الدراسة لمتابعة المنصات المتعددة للصحف المصرية ، والتي انقسمت ما بين أسباب نفعية متفقة في ذلك مع (دراسة نسرين عبد العزيز 2022)، حيث أكدت عينة

الدراسة على ارتفاع القيمة المعلوماتية لهذه المواقع الإلكترونية الصحفية وما تنشره عبر منصاتها الرقمية، إلى جانب الثقة في المعلومات المنشورة بأنها دقيقة، وأنه يتم تصحيح ما يمكن أن يكون قد نُشر خطأ، كما عبّرت عينة الدراسة عن تميز هذه المنصات الرقمية بالتفاعلية اتقاها مع نتائج دراسة ( أسامة عبد الحميد 2021) و دراسة ( ايمن محمد حسن 2023) هذا بالإضافة الي مطالعة آراء الآخرين والاعتقاد عليها لسهولة استخدامها، وفيما يتعلق بأسباب متابعة عينة الدراسة للمضمون الصحفي المقدم عبر المنصات الرقمية المتعددة للصحف المصرية؛ أكدت الدراسة الحالية بأن ذلك يرجع لما تتميز به هذه المضامين بالتفاعلية الفورية في متابعة الأحداث المختلفة، إلى جانب تناول العميق للموضوعات الصحفية ، اختلفت الدراسة الحالية في هذه الجزئية مع دراسة( خالد زكي 2023) و التي حددت أسباب أخرى لاستخدام المنصات المتعددة

- أكدت الدراسة الحالية تنوع اتجاهات عينة الدراسة حيال توظيف المؤسسات الصحفية المنصات المختلفة في تقديم المضمون الصحفي وذلك علي النحو التالي كونها مصدر رئيس للمعلومات، وكذلك الموضوعية وتقديم الرأي والرأي الآخر، و المصادقية في نقل الأحداث، وأخيرًا التفاعل مع آراء الجمهور والحرية في التغطية الصحفية.

- تنوعت المضامين الصحفية التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها في المضمون الصحفي المقدم عبر المنصات المتعددة ، حيث أكدت أكثر من نصف العينة متابعتها المضامين السياسية، وفي الترتيب الثاني جاء متابعة المضامين الاجتماعية بنسبة 58.8% إجمالي عينة الدراسة، وفي الترتيب الثالث جاءت متابعة المضامين الفنية بنسبة 50.8% ، ويتضح مما سبق من وجهة نظر الباحثة أن الأحداث المجتمعية السياسية والاجتماعية تحتل الصدارة من اهتمام عينة الدراسة؛ ويرجع ذلك لأنها ترتبط بشكل مباشر بحياتهم اليومية، فأى قرارات سياسية تعبر عن توجه الدولة في إدارة شؤون المجتمع على كافة الأصعدة، كما أن القضايا الاجتماعية تعبر عن احتياجاتهم وهمومهم المعيشية التي تعكس رؤيتهم لمستقبلهم وواقعهم، كما أن الاهتمام بالقضايا الفنية يرجع إلى أنها تمثل الجانب الترفيهي الذي يجذب انتباههم، وتلبي احتياجاتهم للتسلية والترفيه، اذ اختلفت الدراسة الحالية مع دراسة ( خالد زكي 2023) و التي حددت أن المضامين الصحية و الرياضية كانت في مقدمة المضامين التي اهتم بها الجمهور.

- تنوعت أسباب ارتفاع الثقة من قبل عينة الدراسة في متابعة المضامين الصحفية المقدمة عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية، ومن الملاحظ أن كافة الأسباب التي عبّرت عنها عينة الدراسة قد حظيت بأوزان نسبية مرتفعة جدًا، وتعبّر عن أن هناك رضا من قبل عينة الدراسة عن العناصر التي تكون التغطية الصحفية، وبالتالي تمثل من وجهة نظر عينة الدراسة مقومات نجاح التغطيات الصحفية والتي ترتب عليها قدرتها على جذب ثقة عينة الدراسة لمتابعة التغطيات الصحفية عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية، وتمثل هذه الأسباب في مراعاة المؤسسة الصحفية "اسمها وشهرتها" في التغطية الصحفية؛ حيث إن مراعاة المؤسسات الصحفية على أن يكون لها طابع صحفي معين تتميز به وتشتهر به يعبر عن وجود رؤية ورسالة لدى هذه المؤسسة الصحفية، وكذلك مراعاة العمق في تناول الأحداث المجتمعية وتقديمها للجمهور، كما تمثل خصائص الوسيلة ذاتها سببًا من أسباب الثقة بها، خاصة لو كانت تحقق مميزات إيجابية للجمهور كسهولة الاستخدام، والإبهار في تقديم النصوص الصحفية، والتفاعل مع الجمهور.

- أكدت نتائج الدراسة الحالية مشاركة الجمهور في المضمون الصحفي المقدم عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية بشكل غير نشط في المقام الأول وذلك نتيجة اكتفاء عينة الدراسة بالتعرض فقط ( المستوي الأول من المشاركة) لهذا المضمون حيث أن الجمهور عينة الدراسة وفقا لهذا المستوي يقوم فقط بقراءة و متابعة المضمون الصحفي وقراءة تعليقات الآخرين علي هذا المضمون، بينما جاءت

مشاركة الجمهور في المضمون الصحفي المقدم بشكل نشط في الترتيب الثاني وذلك نتيجة قيام الجمهور ببعض الأفعال السلوكية المعبرة عن هذا التفاعل (المستوي الثاني من المشاركة) مع المضمون الصحفي المقدم و التي جاء في مقدمتها الضغط علي رمز الاعجاب و إعادة المشاركة وكتابة تعليق و الرد علي تعليقات الاخرين ، في حين جاءت الأفعال السلوكية المرتبطة بالمستوي الثالث للمشاركة(الإنتاج) في المرتبة الأخيرة ، يدل ذلك علي اهتمام الجمهور عينة الدراسة بمتابعة المضمون الصحفي المقدم عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية و التفاعل معه بعدة أفعال سلوكية متعلقة بكتابة التعليقات و إعادة نشر المضمون مرة أخرى و مازال المستوي الأخير من المشاركة و هو الإنتاج ضعيفا ، لم تختلف الدراسة الحالية في هذه الجزئية مع الدراسات التي قسمت مشاركة الجمهور في الاتصالات الالكترونية عبر المنصات المختلفة الي ثلاث مستويات مثل دراسة ( صبحي 2018) ودراسة (Conill 2023).

- وعن طبيعة العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة، ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مميزات استخدام المنصات المتعددة الخاصة بالصحف المصرية والثقة في المضمون الصحفي المقدم عبر هذه المنصات؛ مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى إدراك عينة الدراسة لمميزات استخدام المنصات المتعددة الخاصة بالصحف المصرية كلما دل ذلك على ارتفاع مستوى الثقة في المضمون الصحفي المقدم عبر هذه المنصات، كما ثبت الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسباب حرص العينة على متابعة المضامين الصحفية المقدمة عبر المنصات المتعددة للصحف المصرية والقيام بالتفاعل مع هذه المضامين، مما يدل على أنه كلما ارتفع مستوى دوافع و حرص العينة على متابعة المضامين الصحفية المقدمة كلما كان ذلك سببا في ارتفاع قيامهم بالتفاعل مع المضمون المقدم .

- وأثبتت الدراسة أيضا وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور للصحافة المصرية متعددة المنصات ومستوي المشاركة في المضمون الصحفي المقدم عبر هذه المنصات الرقمية؛ مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى استخدام الجمهور للصحافة المصرية متعددة المنصات كلما كان ذلك سبباً في ارتفاع قيامهم بالمشاركة في المضمون الصحفي المقدم عبر هذه المنصات الرقمية.

- أكدت الدراسة وجود فروق معنوية بين عينة الدراسة من حيث مستوى المشاركة في المضمون الصحفي الذي تقدمه الصحف المصرية عبر منصات مختلفة وفقاً لمتغير النوع والمستوى التعليمي والمستوى الاقتصادي، في حين ثبت عدم وجود فروق دالة إحصائية بين عينة الدراسة من الجمهور حيال مستوى المشاركة في المضمون الصحفي الذي تقدمه الصحف المصرية عبر منصات مختلفة وفقاً لمتغير العمر.

- أضافت الدراسة عدم وجود فروق معنوية بين عينة الدراسة من حيث استخدامهم للصحف المصرية عبر منصات متعددة وفقاً للنوع، والمستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي، والعمر.

#### **وتوصي الدراسة الحالية في ضوء نتائجها بما يلي:**

- أن يكون هناك المزيد من الإسهامات البحثية في مجال الصحافة وتوظيفها للبنية الاتصالية الرقمية؛ حيث ضرورة إعداد المزيد من الإسهامات البحثية في الصحافة الإلكترونية المتخصصة والعامة، وتحليل التغطيات الصحفية المنشورة على هذه المواقع الإلكترونية، وكذلك الكشف عن طبيعة توظيفها للمنصات الرقمية المختلفة والتطبيقات الذكية.

- إعداد دراسة مقارنة بين توظيف الصحف المصرية والعربية والأجنبية للمنصات الرقمية والتطبيقات الذكية في التغطيات الصحفية للقضايا المجتمعية، بما يعين في الوصول لمقترحات تطويرية لأساليب المعالجة الإعلامية الإلكترونية على مستوى الشكل والمضمون.

- أن يتم عقد مقابلات متعمقة مع المتخصصين في الشأن الصحفي والخبراء والأكاديميين في مجال الإعلام لمناقشتهم في تقييمهم لأثر التغطيات الصحفية الإلكترونية على تشكيل رؤى الجمهور المصري فيما يتعلق بالقضايا المجتمعية أياً كانت طبيعتها، وكذلك تشكيل التوجهات نحو المناسبات والمبادرات القومية، وغيرها.
- أن يتم إعداد دراسات ميدانية على الجمهور المصري بمختلف فئاته للتعرف على مستوى الوعي لديه فيما يتعلق بتقييمه لمدى نجاح توظيف التقنيات الرقمية في تحقيق التغطيات الصحفية الناجحة والمؤثرة، وكذلك التعرف على الأثر الوجداني والسلوكي لدى الجمهور نتيجة التأثر بهذه التقنيات الرقمية أثناء متابعتهم للتغطيات الصحفية للقضايا المجتمعية.

## المراجع:

- 1) مرآم أحمد محمد عبد النبي (2023). التماس الجمهور للمعلومات الصحية عبر تطبيق الإنستغرام: دراسة تحليلية وميدانية، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، مجلد 1، عدد 68، ص-ص 351-412.
- 2) نسرين محمد عبد العزيز (2022). دوافع استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة لديهم، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد 24، ص-ص 143-185.
- 3) ميرال مصطفى (2021). العوامل الخمسة الكبرى للشخصية وعلاقتها باستخدام الجمهور المصري لتطبيق الإنستغرام، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مجلد 20، عدد 2، ص-ص 263-305.
- 4) نانسي عبد السيد وهيب (2021). استخدام المراهقين للصفحات الأدبية على الفيسبوك وعلاقته بتنمية الوعي الثقافي لديهم، *مجلة دراسات الطفولة*، كلية دراسات الطفولة، جامعة عين شمس، مجلد 24، عدد 90، ص-ص 73-77.
- 5) عثمان فكري (2021). دوافع بناء الصحفيين المصريين هوياتهم الشخصية والمهنية على منصات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مجلد 20، عدد 1، ص-ص 197-227.
- 6) سهير عثمان (2020). استخدامات الصحفيين المصريين لصفحات تقييم الأداء المهني على شبكات التواصل الاجتماعي ورؤيتهم لحدود الاستفادة منها في تصحيح الممارسات المهنية اللامعيارية، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مجلد 19، عدد 2، ص-ص 1-33.
- 7) مروى ياسين بسيوني (2022). الإشباع المتحققة لاستخدام الشباب المصري لتطبيق التيك توك وعلاقتها بمستوى العزلة الاجتماعية، *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، المعهد العالي للإعلام بالشروق، عدد 19، ص-ص 311-413.
- 8) صفا محمد إبراهيم (2021). تأثير استخدام الشباب لتطبيق الإنستغرام على مستوى المقارنة الاجتماعية لديهم، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، عدد 34، ص-ص 456-510.
- 9) أحمد محمد الرفاعي (2021). استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي وإدراكهم لأضرار التنمر الإلكتروني، *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري*، كلية الإعلام، جامعة بني سويف، مجلد 2، عدد 1، ص-ص 176-195.
- 10) ريهام هشام، سارة طلعت، سامية موسى (2020). استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى الطموح لديهم، *مجلة دراسات الطفولة*، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، مجلد 23، عدد 86، ص-ص 133-138.
- 11) أميرة موهف (2023). استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالمهارات الاجتماعية لدى المسنين، *دراسات عربية في التربية وعلم النفس*، عدد 145، ص-ص 271-293.
- 12) Dwesini.XS, Mncedi (2021) Mapping Audience Perceptions of How Digital Media In Pacts the Reception of News Traditional Media Source, *Global Media Journal*, 19, S6.
- 13) الجوهرة بنت عويض المطيري، هالة بن علي برناط (2024). استخدامات السعوديين لمنصات التواصل الاجتماعي: الإنستغرام نموذجًا: دراسة مسحية، *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، الجمعية السعودية للإعلام وفنون الاتصال، العدد 37، ص-ص 127-166.
- 14) خالد زكي (2023). سمات الجمهور الرقمي وعلاقته بأنماط ومحددات تفاعله مع محتوى المنصات الإخبارية، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، عدد 43، ص-ص 373-431.
- 15) إيمان محمد حسن (2023). مستويات التفاعل مع التغطية الإعلامية للقضايا الاجتماعية في صفحات الصحف الإلكترونية على الفيسبوك: دراسة تحليلية، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد 25، ص-ص 355-392.
- 16) Michael Chan, Francis L. F. Lee, Hsuan-Ting Chen (2021) Examining the Roles of Multi-Platform Social Media News Use, Engagement, and Connections with News Organizations and Journalists on News Literacy: A Comparison of Seven Democracies, *Digital Journalism*, Volume 9, Issue 5, Pages 571-588, <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1890168>
- 17) Raul Ferrer, Conill, Michael Karlsson, Mario Haim Aske Kammer, Dag Elgesem, Helle Sjøvaag (2023) Toward 'Cultures of Engagement'? An exploratory comparison of engagement patterns on Facebook news posts *New Media & Society*, Volume 25, Issue 1, Pp 95-118 <https://doi.org/10.1177/14614448211009246>

- 18) رشا محمد سمير (2022). تفاعل الجمهور المصري مع الصفحات الرسمية للوزارات خلال الأزمات: دراسة تطبيقية على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية عبر شبكة الفيسبوك أثناء متحور أو ميكرون، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، ص-ص 120-161.
- 19) أسامة عبد الحميد محمد (2021). تفاعل الجمهور مع المعلومات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة جائحة كورونا: دراسة تحليلية لصفحة وزارة الصحة والسكان على موقع الفيسبوك، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، عدد 36.
- 20) بسنت مراد فهمي (2020). تفاعل الجمهور المصري حول أزمة فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهاتف الذكي، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مجلد 19، عدد3، ص-ص 167-235.
- 21) Ren, Dong, Popovic, Gaurav ,Jeffrey Nickerson (2024) Digital platforms in the news industry: how social media platforms impact traditional media news viewership, **In: European Journal of Information Systems** Volume 33, Issue 1, Pages 1-18, <https://doi.org/10.1080/0960085X.2022.2103046>
- 22) AYO-OBIREMI, Ife Kristi, ADELABU, Omowale (2020) Audience as Consumers: The Emergence of Media Audience as Gods, In: **International Journal of Humanities Social Sciences and Education**, Volume 7, Issue 7, PP 85-91, DOI: [10.20431/2349-0381.0707010](https://doi.org/10.20431/2349-0381.0707010)
- 23) Matti Nelimarkka, Salla-Maaria Laaksonen, Mari Tuokk, and Tarja Valkonen (2020) Platformed Interactions: How Social Media Platforms Relate to Candidate Constituent Interaction During Finnish 2015 Election Campaigning, **Social Media +Society**, Volume 6, Issue 2, <https://doi.org/10.1177/2056305120903856>
- 24) في هذه الجزئية رجعت الباحثة الي:  
 - Thomas R. Schmidt , Jacob L. Nelson, Regina G. Lawrence (2022) Conceptualizing the Active Audience: Rhetoric and Practice in “Engaged Journalism” **IN: Journalism**, Vol. 23, Issue (1), Pp 3–21 <https://doi.org/10.1177/1464884920934246>  
 - Lia-Paschalia Spyridou (2019) Analyzing the active audience: Reluctant, reactive, fearful, or lazy? Forms and motives of participation in mainstream journalism, **IN: Journalism**, Vol. 20, Issue (6), Pp 827–847. <https://doi.org/10.1177/1464884918784733>  
 - Bernadette Uth, HelenaStehle, Claudia Wilhelm (2023) The journalism-audience relationship in the digital age: A theoretical literature review **IN: Journalism**, Vol. 0(0) ,Pp 1–20 <https://doi.org/10.1177/14648849231221611>
- 25) في هذه الجزئية رجعت الباحثة الي:  
 - Bruno Stilinski, Daan G. Muntinga, Halley M. Pontes & Przemyslaw Lukasik (2019) Influencing COBRAs: the effects of brand equity on the consumer’s propensity to engage with brand-related content on social media, **Journal of Strategic Marketing**, DOI: 10.1080/0965254X.2019.1572641  
 - Cristian Buzeta, Partrick de Pelsmacker, Nathalie dens (2020) Motivations to use different social media types and their impact on consumers’ online brand-related activities (COBRAs), published by Elsevier. This manuscript is made available under the Elsevier user licens <https://www.elsevier.com/open-access/userlicense/1.0/>  
 - Man Lai Cheung, Guilherme D. Pires, Philip J. Rosenberger III, Mauro Jose De Oliveira (2021) Driving COBRAs: the power of social media marketing, **Marketing Intelligence & Planning** Vol. 39 No. 3, Pp. 361-376 DOI 10.1108/MIP-11-2019-0583  
 - مروة صبحي محمد (2018). العلاقة بين انغماس المستهلك مع المنتج واشترائه في الاتصالات الالكترونية للعلامة التجارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي دراسة تطبيقية على الأجهزة الالكترونية الذكية، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان**، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، عدد 15، ص-ص 143-198. <https://dx.doi.org/10.21608/sjocs.2018.104064>