

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



■ رئيس مجلس الإدارة: أ.د / سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

■ رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

■ نائب رئيس التحرير: أ.م.د / سامح عبدالغني - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

■ مساعدو رئيس التحرير:

● أ.د / محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

● أ.د / فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

● أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

● أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

■ مدير التحرير: أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية. ■ سكرتير التحرير:

د / أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د / محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / جمال أبو جبل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية. ■ التدقيق اللغوي:

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

- الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

● العدد الرابع والسبعون - الجزء الثالث - شوال ١٤٤٦هـ - أبريل ٢٠٢٥م

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ X

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د/ على عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.

٢. أ.د/ محمد معوض. (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.

٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)

أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.

٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)

أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.

٥. أ.د/ مي عبدالله (لبنان)

أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.

٦. أ.د/ وديع العززي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة
المكرمة.

٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم،
الجزائر.

٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة
الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

١٠. أ.د/ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات
ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات
وفقاً للقواعد الآتية:

○ يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين
المتخصصين في تحديد صلاحية المادة
للتنشر.

○ ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة
علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.

○ لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا
يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة
الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.

○ يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي
والفرعي) عن ٢٠ كلمة.

○ يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية
وأخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠
كلمة.

○ يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث
مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD،
على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه
على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع
والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في
نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.

○ لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها
وتحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم
الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر
مادة نشرت فيها.

○ تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.

○ ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

محتويات العدد

- اختلافات النوع الاجتماعي (الجندر) في تجارب الاتصال عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى جيل زد (Z) - دراسة ظاهرانية في إطار نظريتي الحتمية الاجتماعية والحتمية التكنولوجية
أ.م.د/ شيرين سلامة السعيد الدسوقي
١٤٣١
-
- الموضوعات المطروحة وأساليب الدعاية المستخدمة على الصفحات الإسرائيلية عبر موقع فيسبوك أثناء حرب ٧ أكتوبر - دراسة تحليلية لصفحة «إسرائيل تتكلم بالعربية»
أ.م.د/ أميرة سمير طه درويش
١٥٥٥
-
- دور القيادات الأكاديمية في تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي بمؤسسات التعليم العالي قطاع الإعلام
أ.م.د/ ولاء يحيى مصطفى
١٦٣١
-
- فاعلية التخصصات البينية في تعميق الأداء المهني لكوادر العمل الإذاعي والتلفزيوني.. دراسة نقدية
د/ طارق بن ناصر الشدوخي
١٧٠٩
-
- المعلومات الصحفية وآليات اختيار مصادرها في تغطية الصحافة الرقمية للشائعات المستهدفة للأمن القومي المصري .. في ضوء تطور حروب المعلومات وتكنولوجيا التزييف
د/ محمد جمال بدوي أحمد
١٧٦٩
-
- تعدد مصادر الأخبار عبر وسائل الإعلام الاجتماعي وانعكاساته على أنماط استهلاك المستخدمين وتصوراتهم نحوها
د/ عمرو مصطفى على عمرو
١٨٤٧

- دمج العلامة التجارية في الألعاب: دراسة تطبيقية لنموذج MEGA
على الإعلان الضمني في الألعاب الإلكترونية د/ نسرين الشربيني
١٩٠٧
-
- التكس الإخباري وعلاقته بسلوك تجنب الأخبار على المنصات
الرقمية- دراسة في إطار مدركات الجمهور لظاهرة «الأخبار تجدني-
News Finds Me د/ نها السيد عبد المعطي
١٩٨٥
-
- محددات ظاهرة فوبيا الذكاء الاصطناعي وعلاقتها بتجنب الشراء
الإلكتروني د/ رماح محمد إبراهيم يونس
٢٠٧٧
-
- اتجاهات النخبة نحو توظيف تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي
بالمواقع الإلكترونية المتخصصة - دراسة ميدانية على مواقع المرأة
الرسمية د/ إسراء علي البهنساوي
٢١٧٩
-
- The Role of Podcasts in Shaping Cognitions and Attitudes of UAE
University Students: A Media Dependency Perspective
Dr. Ghada Salih , Dr. Rania Dafalla
٢٢٤٩
-
- The Relationship Between Marketing Strategies and Consumers' Car
Purchasing Decisions In Egypt Dr. Fedaa Mohamed, et al.
٢٢٨٩
-

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنة	نقاط المجته
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	2536- 9393	2735- 4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 914X	2682- 4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536- 9237	2735- 4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9158	2682- 4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9131	2682- 4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110- 5836	2682- 4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	1110- 5844	2682- 4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110- 9297	2682- 292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالقشوق	2357- 0407	2735- 4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	2356- 9891	2682- 4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314- 8721	2314- 873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	2735- 3796	2735- 377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات	جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812- 4812	2812- 4820	2023	7

**تعدد مصادر الأخبار عبر وسائل الإعلام الاجتماعي وانعكاساته
على أنماط استهلاك المستخدمين وتصوراتهم نحوها**

- **The Multiplicity of News Sources Across Social Media
and Its Implications on Users' Consumption Patterns
and Perceptions**

● د/ عمرو مصطفى على عمرو

مدرس الصحافة والنشر بكلية الإعلام جامعة الأزهر

Email: Amramr203.el@azhar.edu.eg

ملخص الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحليل انعكاس تعدد مصادر الأخبار عبر وسائل الإعلام الاجتماعي على أنماط استهلاك المستخدمين وتصوراتهم تجاه الأخبار، من خلال دراسة ميدانية تستهدف عينة من مستخدمي المنصات الرقمية، وتعتمد الدراسة على استبانة شاملة تغطي خمسة محاور رئيسية: مدى اعتماد المستخدمين على وسائل الإعلام الاجتماعي مصدرًا أساسيًا للأخبار، وتعدد المصادر من حيث الكم والنوعية وإدراك التكرار والتناقض، وأنماط التفاعل النشط والسلبي مع الأخبار، وتأثير التعدد على عادات الاستهلاك مثل التكرار والتحقق والتعرض العَرَضِي، وأخيرًا التغيرات في التصورات بما يشمل الثقة، والتفكير النقدي، والإرهاق المعلوماتي، وتوصلت الدراسة إلى أن تعدد المصادر يؤثر بشكل ملحوظ على أنماط الاستهلاك بزيادة تكرار المتابعة والتعرض العَرَضِي، مع ميل نحو الاستهلاك السطحي، كما يؤثر على التصورات بتعزيز التفكير النقدي والثقة في الأخبار المتكررة مقابل زيادة الإرهاق المعلوماتي عند التناقض، وتهدف الدراسة إلى تقديم رؤى لكيفية تشكيل التعدد لتجارب المستخدمين في بيئة رقمية متسارعة، مما يساهم في تعزيز فهم ديناميكيات الإعلام الرقمي.

الكلمات المفتاحية: تعدد المصادر – وسائل الإعلام الاجتماعي – استهلاك الأخبار – تصورات الأخبار

Abstract

This study seeks to examine the Implications of news source diversity on social media on users' consumption patterns and perceptions through a field study targeting a sample of digital platform users. It employs a comprehensive questionnaire addressing five core dimensions: the extent to which users rely on social media as a primary news source, the quantitative and qualitative multiplicity of sources and perceptions of repetition and contradiction, patterns of active and passive interaction with news, the influence of diversity on consumption habits such as frequency, verification, and incidental exposure, and finally, shifts in perceptions encompassing trust, critical thinking, and information overload. The study found that source diversity significantly impacts consumption patterns by increasing frequency and incidental exposure while leaning toward shallow consumption, and it influences perceptions by enhancing critical thinking and trust in repeated news alongside heightened information overload during contradictions.

Keywords: Multi-source – Social media – News consumption – News perceptions

في عصر التحولات الرقمية المتسارعة، لم تعد وسائل الإعلام الاجتماعي مجرد منصات تواصل، بل تحولت إلى مصادر رئيسية للأخبار والمعلومات، حيث أصبح الجمهور فاعلاً نشطاً في اختيار المحتوى الإخباري ونشره، وحتى إنتاجه، ومع تعدد المصادر- الرسمية والشعبية والشخصية- أصبحت البيئة الإعلامية أكثر ديناميكية، مما فرض واقعاً جديداً يعيد تشكيل العلاقة التقليدية بين المستخدمين والمحتوى الإعلامي.

في السياق المصري، تكتسب هذه الظاهرة أهمية خاصة نظراً للانتشار الواسع للمنصات الرقمية، التي باتت تلبي حاجة المجتمع للاطلاع الفوري على الأحداث في بيئة إعلامية تتسم بالتنافسية والتناقضات، ومع تعدد مصادر الأخبار عبر وسائل الإعلام الاجتماعي يتعرض المستخدمون يومياً لكم هائل من المحتوى المتنوع شكلاً ومضموناً، المتكامل في جزء منه، والمتداخل بل والمتناقض في أجزاء أخرى، مما يثير تساؤلات تجاه انعكاس هذا التعدد على سلوكيات الأفراد، وأنماط استهلاكهم للأخبار والمعلومات، وصولاً إلى دوره في تشكيل عمليات الإدراك والتصورات لديهم نحو الأحداث.

ورغم أن الدراسات السابقة تناولت هذه الظاهرة من زوايا متعددة، فإن الأبحاث التي تدرس هذا التأثير المنعكس في السياق المصري تظل محدودة، من هنا، يسعى هذا البحث إلى دراسة تعدد مصادر الأخبار عبر وسائل الإعلام الاجتماعي وانعكاساته على أنماط استهلاك المستخدمين للأخبار وتصوراتهم، وذلك من خلال تحليل ميداني لاستكشاف العلاقة بين التعدد والسلوكيات المختلفة وتقديم فهم أعمق لديناميكيات استهلاك الأخبار في العصر الرقمي، من جهة، وانعكاسات ذلك التعدد على وعي المستخدمين وتصوراتهم تجاه الأخبار من جهة أخرى، وهو ما يمكن أن يساهم في تطوير

سياسات إعلامية واستراتيجية تواصل أكثر فاعلية، سواء من قبل المؤسسات الإعلامية أو الجهات المعنية بتنظيم المحتوى الرقمي.

الدراسات السابقة:

يتناول البحث الحالي انعكاسات تعدد مصادر الأخبار عبر وسائل الإعلام الاجتماعي على أنماط استهلاك المستخدمين وتصوراتهم نحوها، مع التركيز على ثلاثة محاور رئيسية في الأدبيات السابقة: تعدد مصادر الأخبار، وأنماط الاستهلاك الإخباري، وتصورات المستخدمين.

أولاً: تعدد مصادر الأخبار ووسائل الإعلام الاجتماعي:

شهدت البيئة الإعلامية تحولاً جذرياً في العصر الرقمي، حيث أصبحت وسائل الإعلام الاجتماعي منصة تجمع بين المصادر التقليدية والصحافة المواطنية والمؤثرين، ما أدى إلى تنوع غير مسبوق في تدفق الأخبار، وأشار تقرير Pew Research Center (2024)⁽¹⁾ إلى أن أكثر من نصف البالغين في الولايات المتحدة يعتمدون على منصات مثل فيسبوك ويوتيوب مصادر إخبارية رئيسية، مما يعكس انتشار التعددية ولكنه يثير تحديات تتعلق بالمصداقية، وفي السياق ذاته، أكد Loecherbach et al. (2020)⁽²⁾ أن الصحافة المواطنية والمؤثرين أصبحوا عناصر فاعلة في المشهد الإعلامي، مما يعزز التنوع ولكنه يطرح تساؤلات حول جودة المعلومات في ظل غياب الضوابط المهنية التقليدية، كما أوضحت Ihlebaek et al. (2022)⁽³⁾ أن الإعلام البديل، مثل المدونات، يسهم في إثراء المشهد الإعلامي، لكنه قد يؤثر سلباً على الموثوقية نتيجة افتقاره للمعايير الصحفية الصارمة.

من جهة أخرى، بين Scharkow et al (2020)⁽⁴⁾ أن الشبكات الاجتماعية توسع نطاق التعرض لمصادر متنوعة بفضل الخوارزميات، بينما أشار Kapoor et al (2018)⁽⁵⁾ إلى أن التفاعلية التي توفرها هذه المنصات تجعل التنوع عاملاً رئيسياً في تشكيل المشهد الإعلامي، ولكن تقرير World Economic Forum (2021)⁽⁶⁾ حذر من أن هذا التعدد قد يؤدي إلى تراجع جودة المعلومات إذا لم يكن مصحوباً بمعايير صارمة، وهو ما دعمه Lyubareva & Rochelandet (2021)⁽⁷⁾ بالدعوة إلى

التركيز على جودة الأخبار بدلاً من زيادة تنوعها، كما أشار Kumar (2023)⁽⁸⁾ إلى أن التعدد أصبح سمة عالمية بفضل الإعلام الاجتماعي، لكنه يعقد عملية التحقق من المحتوى، وهو ما أكدته دراسة Shearer & Mitchell (2021)⁽⁹⁾ التي وجدت أن منصات التواصل أصبحت مركزاً رئيسياً للأخبار، مما عزز التعددية.

في سياق متصل، لاحظ Fletcher & Nielsen (2018)⁽¹⁰⁾ أن الخوارزميات الرقمية تزيد فرص التعرض العرضي لمصادر متنوعة، بينما أشارت Bakshy et al. (2015)⁽¹¹⁾ إلى أن هذا التعرض قد يظل محدوداً بسبب الانحيازات الشخصية، وأكد Thorson (2020)⁽¹²⁾ أن الخوارزميات تؤدي دوراً مزدوجاً، حيث توسع الوصول إلى مصادر متعددة ولكنها قد تعزز الانتقائية بناءً على اهتمامات المستخدمين، كما أظهرت دراسة Napoli (2019)⁽¹³⁾ أن التعدد يزيد التعرض للأخبار عبر مواقع التواصل (سوشيال ميديا)، لكنه يقلل الثقة في المؤسسات التقليدية، مما يبرز التوتر بين التنوع والجودة في هذا المحور.

ثانياً: أنماط استهلاك الأخبار وتأثيرات تعدد المصادر عليها:

يركز هذا المحور على كيفية تأثير تعدد المصادر على سلوكيات استهلاك الجمهور للأخبار، وقد أوضحت Pentina & Tarafdar (2014)⁽¹⁴⁾ أن الخوارزميات تزيد من التعرض العرضي للأخبار، مما يوسع نطاق الاستهلاك، وهو ما أكدته تقرير Reuters Institute (2023)⁽¹⁵⁾ الذي وجد أن الاعتماد على منصات متعددة يولد نظاماً إخبارياً متنوعاً، لكنه قد يؤدي إلى تشتت الانتباه، وأشارت Dvir-Gvirsman (2022)⁽¹⁶⁾ إلى أن التفضيلات الشخصية توجه الاستهلاك، لكن التعدد يزيد التعرض لمحتوى غير متوقع، بينما وجد Klopfenstein et al. (2023)⁽¹⁷⁾ أن الشباب يستهلكون أخباراً متنوعة لكنهم يواجهون صعوبات في التركيز بسبب وفرة المصادر.

كما لاحظ Cardoso-Leite et al. (2021)⁽¹⁸⁾ أن تعدد المصادر يؤثر سلباً على الانتباه، بينما أظهرت دراسة Lee & Kim (2024)⁽¹⁹⁾ أن المحتوى المرئي يعزز التنوع في الاستهلاك، مما يبرز جانباً إيجابياً، كما وجد Lohmann & Zagheni (2023)⁽²⁰⁾ أن تعدد المنصات يشجع على استهلاك متنوع بناءً على اختيارات

المستخدمين، بينما أشار Zhang (2023)⁽²¹⁾ إلى استهلاك عَرَضِي متزايد لدى ما يسمى بالجيل Z. لكن Lee et al. (2017)⁽²²⁾ أوضحوا أن وفرة المعلومات تقلل جودة الاستهلاك بسبب صعوبة المعالجة، وهو ما دعمه Fletcher & Park (2017)⁽²³⁾ بأن الثقة تؤثر على تفضيل المصادر الموثوقة رغم التعدد، وأكد Gil de Zúñiga et al. (2017)⁽²⁴⁾ أن التعدد يزيد التعرض العَرَضِي بناءً على إدراك "الأخبار تجدني"، بينما ناقش Mitchelstein & Boczkowski (2013)⁽²⁵⁾ فجوة الاستهلاك التي تقلل الانخراط إذا لم تتماشى مع الاهتمامات.

في سياق متكامل، أظهرت Bode (2016)⁽²⁶⁾ أن التعدد يزيد التعرض للأخبار السياسية لكنه يقلل التعمق، بينما وجد Choi & Lee (2018)⁽²⁷⁾ أن التعدد يسبب إرهاقاً وتعرضاً انتقائياً، وأكدت Edgerly (2017)⁽²⁸⁾ أن الشباب يميلون لاختيار أخبار تتماشى مع آرائهم، وفي ذات السياق لاحظ Kim & Lee (2022)⁽²⁹⁾ أن التعدد يؤدي إلى إرهاق معرفي، بينما أشار Park (2020)⁽³⁰⁾ إلى أن التعدد يحفز التفاعل لكنه يقلل الثقة عند التناقضات، وأكد Tandoc Jr. (2019)⁽³¹⁾ أن التعدد يزيد التكرار والتفاعلية، وأظهر Vaccari & Valeriani (2021)⁽³²⁾ أن التعدد يعزز التفاعلية الاجتماعية.

ثالثاً: تصورات المستخدمين وانعكاسات تعدد المصادر عليها:

تناول هذا المحور تصورات المستخدمين حول الثقة والمصادقية في ظل تعدد المصادر، وقد أوضح Chen (2017)⁽³³⁾ أن وفرة المعلومات تقلل الثقة بسبب التضليل، بينما أكد Roozenbeek & van der Linden (2023)⁽³⁴⁾ أن العوامل العاطفية تعزز الشك تجاه المصادر غير المألوفة، وأشار Kumar (2023)⁽³⁵⁾ إلى أن المصادر الموثوقة تعزز التصورات الإيجابية، وهو ما دعمته دراسة American Public University (2023)⁽³⁶⁾ التي وجدت أن التعدد يشكل التصورات بناءً على الموثوقية، كما أضاف Jones (2023)⁽³⁷⁾ أن التعدد يعزز الشعور بالعدالة إذا كان متوازناً، بينما سلط Picard (2023)⁽³⁸⁾ الضوء على تحديات التضليل في التعدد الحديث.

من ناحية أخرى، أكدت (39) Journalist's Resource (2021) أن التنوع يعزز المصداقية لكنه يتطلب توازنًا، بينما ناقش (40) Wardle & Derakhshan (2017) تعقيد تقييم المصداقية بسبب التعدد، كما أظهر (41) Allcott & Gentzkow (2017) أن الأخبار الزائفة تقلل الثقة، وأضاف (42) Pennycook & Rand (2019) أن التفكير النقدي يحد من الانحياز الناتج عن التعدد، بينما وجد (43) Vraga & Bode (2020) أن المصادر الموثوقة تصحح التصورات السلبية، وأكد (44) Metzger et al. (2015) أن التعدد يحفز التفكير النقدي، بينما أشار (45) Mitchelstein et al. (2022) إلى أن التعدد يقلل الثقة ويزيد الوعي بالتحيز، وأظهر Tandoc Jr. & Mourão (2020) (46) أن التعدد يعزز الوعي بالتنوع لكنه يقلل الثقة في بعض المصادر.

أوجه استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

تستفيد الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في عدة جوانب رئيسية، حيث تسهم هذه الدراسات في تشكيل الإطار النظري للبحث، وتوجيه التحليل الميداني، وملء الفجوات البحثية التي لم تغطها الأبحاث السابقة، وفيما يلي أبرز أوجه الاستفادة:

1. تحديد تأثير تعدد مصادر الأخبار:

- استعرضت دراسات مثل (2020) Kapoor et al. و Scharkow et al. دور وسائل الإعلام الاجتماعي في توسيع نطاق التعرض لمصادر متعددة، لكن دون تناول التأثير على تصورات المستخدمين بشكل عميق، وهو ما ستعالجه الدراسة الحالية.

- ركزت دراسة (2019) Napoli على تراجع الثقة في المؤسسات الإعلامية التقليدية بسبب تعدد المصادر، وهي نقطة ستتوسع فيها الدراسة الحالية من خلال استكشاف مدى تأثير هذه الظاهرة على الجمهور المصري.

2. تحليل أنماط استهلاك الأخبار:

- أوضحت (2014) Pentina & Tarafdar أن التعرض العرضي للأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي يوسع نطاق الاستهلاك لكنه

قد يؤدي إلى تشتت انتباه المستخدمين، وهو ما تسعى الدراسة الحالية إلى تأكيده أو نفيه في السياق المصري.

- قدمت دراسات مثل (Klopfenstein و Fletcher & Park (2017) et al. (2023) رؤى عن تأثير التعددية على التفاعل الإخباري لدى الشباب، لكنها لم تتناول بالتفصيل كيف يؤثر ذلك على الإدراك النقدي للخبر، وهو أحد محاور البحث الحالي.

3. استكشاف تصورات المستخدمين تجاه الأخبار:

- تناولت دراسات مثل (Wardle & Derakhshan و Chen (2017) (2017) تأثير تعدد المصادر على مستوى الثقة، لكن معظم هذه الأبحاث أجريت في سياقات غربية، بينما تستهدف الدراسة الحالية تقديم منظور جديد من خلال فحص التصورات في بيئة إعلامية عربية.

- أشارت (Pennycook & Rand (2019) إلى أهمية التفكير النقدي في الحد من التضليل الناتج عن تنوع المصادر، وهو ما ستعمل الدراسة على قياسه من خلال تحليل مواقف المستخدمين المصريين.

4. معالجة الفجوات البحثية:

- لم تقدم معظم الدراسات السابقة تحليلاً معمقاً عن كيفية تفاعل المستخدمين مع تعدد المصادر من حيث تفضيلاتهم الشخصية وميلهم إلى الاستهلاك الانتقائي، وهي فجوة يسعى البحث الحالي إلى سدها.

- لم يتم بعد دراسة تأثير تعدد المصادر على الإعلام التقليدي وتأثير ذلك على مستوى الثقة والمصداقية في السياق العربي، وهو ما ستعالجه الدراسة الحالية.

تعليق عام على الدراسات السابقة:

يتضح من استعراض الدراسات السابقة أن هناك اهتماماً متزايداً بدراسة تأثير تعدد مصادر الأخبار عبر وسائل الإعلام الاجتماعي، ولكن معظم هذه الدراسات تركز على السياقات الغربية ولا تعطي اهتماماً كافياً للفروق الثقافية والإعلامية بين

المجتمعات، كما أن هناك تبايناً في النتائج، حيث تشير بعض الدراسات إلى أن التعددية تعزز التنوع، بينما تحذر دراسات أخرى من مخاطر تراجع جودة الأخبار وزيادة التضليل الإعلامي.

توظيف الدراسات السابقة في البحث الحالي:

- الاستفادة من الإطار النظري الذي قدمته الدراسات السابقة لتحديد المفاهيم الأساسية مثل تعدد المصادر، والتعرض العرَضِي، والانتقائية، والثقة في الأخبار.
- سُتستخدم المناهج والآليات البحثية التي اعتمدتها بعض الدراسات، مثل تحليل أنماط الاستهلاك وتأثير الخوارزميات على انتقاء الأخبار، لتصميم أدوات البحث الميداني الخاصة بالدراسة الحالية.
- إجراء مقارنات بين نتائج البحث الحالي ونتائج الدراسات السابقة، بهدف تحديد الفروق بين السياقات البحثية المختلفة، وتقديم إسهام جديد في هذا المجال.

وبذلك فإن الدراسة الحالية تعتمد على الدراسات السابقة في تحديد المتغيرات البحثية، لكنها تضيف بُعداً جديداً من خلال التركيز على البيئة الإعلامية العربية، وتحليل الانعكاسات الفعلية لتعدد المصادر على أنماط استهلاك وتصورات المستخدمين المصريين، مما يسهم في تقديم نتائج أكثر شمولية وتخصيصاً.

مشكلة الدراسة:

في ظل التحولات الرقمية المتسارعة أصبحت وسائل الإعلام الاجتماعي أحد المصادر الرئيسية التي يعتمد عليها المستخدمون في استهلاك الأخبار، مما أدى إلى إعادة تشكيل المشهد الإعلامي عبر تعدد مصادر الأخبار وتداخلها. فلم يعد الجمهور يعتمد فقط على المؤسسات الإعلامية التقليدية، بل بات يتعرض لمزيج واسع من المصادر التي تشمل المنصات الرقمية الرسمية والمؤثرين الرقميين والمواطنين الصحفيين والمجموعات التفاعلية، وهذا التعدد في المصادر خلق بيئة معلوماتية معقدة تتسم بالتكرار والتناقض والتداخل في المحتوى، مما يثير تساؤلات حول انعكاساته على سلوكيات المستخدمين وتصوراتهم تجاه الأخبار.

ويطرح هذا التعدد تحديات بحثية تتعلق بمدى تأثيره على أنماط استهلاك الأخبار، حيث يمكن أن يسهم في تعزيز الوعي الإعلامي وزيادة الإدراك النقدي وتمكين المستخدمين من التحقق من صحة الأخبار عبر المقارنة بين المصادر المختلفة، لكنه في المقابل قد يؤدي إلى ظواهر سلبية مثل التعرض العرضي والاستهلاك السطحي والإفراط المعلوماتي، مما قد يحد من القدرة على التحليل العميق ويسهم في تعزيز الاعتماد على الخوارزميات التي تحدد أولويات الأخبار بناءً على تفضيلات المستخدم، كما يطرح تساؤلات حول كيفية تفاعل الجمهور مع هذا التعدد، سواء من حيث المشاركة النشطة في إنتاج الأخبار والتفاعل معها أو التراجع إلى دور المتلقي السلبي.

أما على مستوى التصورات فإن تعدد المصادر قد يؤثر على ثقة الجمهور بالمحتوى الإخباري وإدراكه لمصداقية الأخبار وتحيزها، فقد يؤدي إلى تعزيز التنوع المعرفي وإدراك تعددية وجهات النظر، لكنه في المقابل قد يسبب الارتباك ويفاقم أزمة فقدان الثقة في المؤسسات الإعلامية نتيجة التناقضات المتكررة بين المصادر المختلفة، كما أن الاستجابة العاطفية للمحتوى قد تتأثر سلباً أو إيجاباً بناءً على حجم التعرض للمعلومات وتكرار الأخبار المثيرة للجدل ودرجة التفاعل مع الأحداث الجارية.

وبناءً على ما سبق، تسعى هذه الدراسة إلى استكشاف العلاقة بين تعدد مصادر الأخبار عبر وسائل الإعلام الاجتماعي من جهة وبين أنماط استهلاك المستخدمين للأخبار وتصوراتهم نحوها من جهة أخرى، وذلك من خلال تحليل مدى اعتماد الجمهور وتعرضه لمصادر الأخبار المتعددة عبر وسائل الإعلام الاجتماعي والتأثيرات الناتجة عن ذلك، سواء على مستوى السلوكيات والاستهلاك أو على مستوى تصوراتهم المختلفة وإدراكهم لقيمة الأخبار وثقتهم في المحتوى الإعلامي.

من هنا، تتمثل المشكلة البحثية في السؤال الرئيسي الآتي:

ما انعكاس تعدد مصادر الأخبار عبر وسائل الإعلام الاجتماعي على أنماط

استهلاك المستخدمين للأخبار وتصوراتهم نحوها؟

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من كونها تتناول أحد الجوانب الحيوية في المشهد الإعلامي المعاصر، وهو تعددية المصادر الإخبارية لدى المستخدمين وإدراكهم لها في ظل

البيئة الرقمية المتسارعة، ففي عصر تتدفق فيه المعلومات من منصات متعددة وبمحتويات متباينة، يصبح فهم أنماط استهلاك الأخبار ضرورة ملحة، ليس لتعزيز وعي المستخدمين بمخاطر الانحياز الإعلامي والتضليل فحسب، ولكن أيضاً لتقييم مدى قدرتهم على التحقق من صحة المعلومات التي يتلقونها.

كما أن هذه الدراسة تقدم رؤية تحليلية معمقة لدور تعددية المصادر وانعكاسه على إدراك الجمهور للأخبار، مما يساهم في سد الفجوة البحثية حول العلاقة بين تنوع المصادر ومدى الثقة في المحتوى الإعلامي، ومن خلال استعراض البيانات الإحصائية ومقارنتها بالدراسات السابقة، فإن النتائج المتوقعة قد توفر أساساً علمياً يُمكن صُناع القرار الإعلامي والباحثين من تطوير استراتيجيات لتعزيز الثقافة الإعلامية، وتعزيز ممارسات استهلاك الأخبار القائمة على التعددية النقدية، بدلاً من الاقتصار على مصادر محدودة قد تكون منحازة أو غير دقيقة.

علاوة على ذلك، فإن أهمية الدراسة لا تقتصر على المجال الأكاديمي فحسب، بل تمتد إلى الجوانب المجتمعية والعملية، حيث يمكن أن تساهم في بناء فهم أعمق لديناميكيات التفاعل مع الأخبار عبر المنصات الرقمية، مما يساعد على تطوير سياسات إعلامية أكثر شفافية، وتعزيز برامج التثقيف الإعلامي التي تستهدف الجمهور العادي لرفع مستوى الوعي حول مخاطر المعلومات المضللة وآليات مواجهتها.

أهداف الدراسة:

تستهدف الدراسة بشكل رئيس دراسة وتحليل أوجه انعكاسات تعدد مصادر الأخبار عبر وسائل الإعلام الاجتماعي على أنماط استهلاك المستخدمين للأخبار وتصوراتهم لها.

الأهداف الفرعية:

1. دراسة مستوى اعتماد المستخدمين على وسائل الإعلام الاجتماعي مصدراً رئيسياً للأخبار، مع تحديد العوامل المؤثرة في هذا الاعتماد.
2. تحليل تعددية المصادر الإخبارية من حيث الكم والنوع وإدراك عناصر التكرار والتناقض والترابط بين هذه المصادر لدى المستخدمين.

3. استكشاف أنماط التفاعل مع الأخبار في بيئة متعددة المصادر، بما في ذلك المشاركة النشطة والدور الصحفي للمستخدمين في إعادة إنتاج المحتوى الإخباري.

تساؤلات الدراسة:

1. ما مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الاجتماعي مصدراً رئيسياً للأخبار؟ وما العوامل المؤثرة في هذا الاعتماد؟
2. ما مستوى تعددية المصادر الإخبارية التي يتعرض لها الجمهور يومياً؟ وكيف يدركون العلاقة بين هذه المصادر من حيث التكرار، التناقض، والترابط؟
3. ما أنماط التفاعل التي يمارسها الجمهور مع الأخبار في بيئة متعددة المصادر؟ وكيف يؤثر ذلك على دور المواطن الصحفي؟
4. كيف يؤثر انعكاس تعدد المصادر على استهلاك الجمهور للأخبار، من حيث التكرار واختيار المنصات والتحقق والتعرض العرضي والاستهلاك السطحي والانتقائية والإفراط المعلوماتي والاعتماد على الخوارزميات.
5. ما انعكاسات تعددية المصادر على تصورات الجمهور للأخبار، من حيث الثقة والمصدقية، والاستجابة العاطفية، وإدراك التنوع والتحيز، والتفكير النقدي، والارتباك المعلوماتي، والقيمة المدركة، والشعور بالمسؤولية؟

فروض الدراسة:

1. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعدد مصادر الأخبار والاستهلاك السطحي للأخبار لدى الجمهور.
2. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعدد مصادر الأخبار والإفراط المعلوماتي في استهلاك الجمهور.
3. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعدد مصادر الأخبار والتفكير النقدي في تصورات الجمهور.
4. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعدد مصادر الأخبار والارتباك المعلوماتي في تصورات الجمهور.

5. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعدد مصادر الأخبار وإدراك التنوع في تصورات الجمهور.

6. يختلف تأثير تعدد مصادر الأخبار على تكرار الاستهلاك باختلاف العمر.

7. يختلف تأثير تعدد مصادر الأخبار على الاستهلاك السطحي باختلاف النوع.

8. يختلف تأثير تعدد مصادر الأخبار على الإفراط المعلوماتي باختلاف مستوى الدخل.

9. يختلف تأثير تعدد مصادر الأخبار على التفكير النقدي باختلاف المستوى التعليمي.

10. يختلف تأثير تعدد مصادر الأخبار على الارتباك المعلوماتي باختلاف العمر.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

- تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، حيث تهدف إلى تقديم وصف دقيق وتحليل معمق للعلاقة بين تعدد مصادر الأخبار عبر وسائل الإعلام الاجتماعي وأنماط استهلاك الجمهور وتصوراتهم نحوها، معتمدة في ذلك على المنهج المسحي، وذلك لقياس أنماط الاستهلاك الإعلامي، ومدى تأثير تعدد المصادر على التصورات والمواقف، وقد تم تطبيق المسح الميداني على عينة ممثلة من الجمهور المصري، بهدف جمع بيانات كمية حول سلوكيات المستخدمين وآرائهم تجاه تعدد المصادر الإخبارية في بيئة الإعلام الاجتماعي.
- تمثل مجتمع الدراسة في الجمهور المصري المستخدم لوسائل الإعلام الاجتماعي مصدرًا للأخبار، وتم اختيار المجتمع بناءً على أهميته في فهم سلوكيات استهلاك الأخبار في البيئة الرقمية المصرية، نظرًا لتزايد الاعتماد على هذه المنصات للحصول على المعلومات الإخبارية، وتم تطبيق الدراسة على عينة عمدية من 460 فردًا من مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعي في مصر، باستخدام أسلوب كرة الثلج في توزيع رابط الاستبانة الإلكترونية للمستخدمين حيث تنتقل من واحد في شكل تدرج كرة ثلج وصولًا للعدد المستهدف، كما تم مراعاة تضمين مستخدمين ينتمون إلى منصات

مختلفة، مثل فيسبوك، تويتر، يوتيوب، وواتساب، لضمان التنوع في مصادر الأخبار الرقمية التي يعتمدون عليها.

- استخدمت الدراسة الاستبانة الإلكترونية أداة رئيسية لجمع البيانات، نظراً لفعاليتها في الوصول إلى عينة متنوعة من مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعي، وسهولة توزيعها وتحليلها إحصائياً.
- السمات الديموغرافية للعينة (460 مشاركاً)

النسبة المئوية (%)	عدد المشاركين		
40.0	184	25-18 سنة	الفئة العمرية
30.0	138	35-26 سنة	
20.0	92	45-36 سنة	
10.0	46	أكثر من 45 سنة	
58.5	269	ذكور	الجنس
41.5	191	إناث	
25.0	115	أقل من جامعي	مستوى التعليم
60.0	276	جامعي	
15.0	69	دراسات عليا	
20.0	92	مرتفع	مستوى الدخل
55.0	253	متوسط	
25.0	115	منخفض	

إجراءات الصدق والثبات للدراسة:

لضمان دقة الأداة البحثية وموثوقيتها، تم التحقق من الصدق الظاهري للاستبانة من خلال عرضها على خبراء في الإعلام والإحصاء، ومراجعتها لضمان وضوح الأسئلة واتساقها مع أهداف البحث، وبناءً على ملاحظاتهم، تم تعديل 10٪ من الأسئلة لتعزيز ملاءمتها، مثل إعادة صياغة عبارة "أشعر بالإرهاق من الأخبار" إلى "أشعر بالتشبع من كثرة الأخبار"، بما يتناسب مع محاور الدراسة.

أما الثبات، لضمان موثوقية الأداة البحثية، تم التحقق من الثبات من خلال تطبيق الاستبانة على عينة أولية مكونة من 45 فرداً من مجتمع الدراسة نفسه، حيث تم أولاً قياس الثبات الداخلي باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، الذي أظهر مستويات مرتفعة من الاتساق بين فقرات المحاور المختلفة، إذ بلغت قيمته الإجمالية

(0.87)، بينما حققت المحاور الفرعية القيم الآتية: الاعتماد على المصادر (0.85)، تعددية المصادر (0.82)، أنماط الاستهلاك (0.88)، والتصورات تجاه الأخبار (0.86)، مما يعكس دقة الأداة في قياس المفاهيم المستهدفة.

وبعد مرور أسبوعين، أُعيد تطبيق الاستبانة على العينة الأولية نفسها لقياس ثبات الاختبار عبر الزمن باستخدام اختبار إعادة التطبيق (Test-Retest)، حيث تم حساب معاملات الارتباط بين التطبيقين، وبلغت قيمة الارتباط الإجمالي (0.84)، مما يشير إلى استقرار واضح في الإجابات بين التطبيقين، مما يعزز موثوقية الأداة البحثية وقدرتها على تقديم قياسات دقيقة وثابتة بمرور الوقت.

التحليل الإحصائي:

اعتمدت الدراسة على مجموعة من الأساليب الإحصائية لتحليل البيانات التي تم جمعها من الاستبانة، باستخدام برنامج SPSS، لاختبار الفروض الارتباطية، تم استخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لقياس العلاقات بين تعدد المصادر وأنماط الاستهلاك (التكرار، السطحية، الإفراط) والتصورات (التفكير النقدي، الارتباك، إدراك التنوع)، مع مستوى دلالة إحصائية عند $p > 0.05$ ، واختبار فروض الفروق، تم تطبيق اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه (ANOVA) للمتغيرات متعددة الفئات (العمر، المستوى التعليمي، الدخل)، واختبار T للعينات المستقلة (T-test) للمتغيرات ثنائية الفئات (النوع)، مع مستوى دلالة عند $p > 0.05$ ، كما تم حساب الإحصاءات الوصفية (المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية) لوصف أنماط الاعتماد، والتعدد، والتفاعل، والاستهلاك، والتصورات.

المصطلحات الإجرائية:

● تعدد مصادر الأخبار: يشير إلى توافر مصادر إخبارية متنوعة (رسمية، وغير رسمية، وشخصية) يتعرض لها الجمهور عبر وسائل الإعلام الاجتماعي، مع التركيز على العدد، والتنوع، والتناقضات.

● أنماط الاستهلاك: السلوكيات المتعلقة بتلقي المستخدم للأخبار ومتابعتها عبر وسائل الإعلام الاجتماعي، من حيث التكرار، والسطحية والمنصة المستخدمة ومستوى الانتباه، ودرجة المشاركة، ... وغيرها.

● التصورات نحو الأخبار: المواقف المعرفية والعاطفية للجمهور تجاه الأخبار التي يتلقاها من خلال وسائل الإعلام الاجتماعي، بما يشمل مستوى الثقة والانحياز الإدراكي والتفكير النقدي والارتباك، ... وغيرها.

النظريات المستخدمة وتوظيفها:

يعد الإطار النظري إحدى الركائز الأساسية في البحث العلمي، حيث يوفر الأسس المفاهيمية التي تستند إليها الدراسة، ويساعد على تفسير العلاقات بين المتغيرات البحثية بعمق. في هذه الدراسة، التي تتناول تأثير تعدد مصادر الأخبار عبر وسائل الإعلام الاجتماعي على أنماط استهلاك الجمهور المصري وتصوراته، يتطلب التحليل تبني منظور نظري يفسر كيفية تفاعل الجمهور مع المحتوى الإخباري في البيئة الرقمية، مع مراعاة العوامل النفسية والمعرفية والسلوكية التي تحكم عمليات الاستهلاك والتفاعل مع الأخبار، وتعتمد هذه الدراسة على نظرية رئيسية تفسر طبيعة العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام في ظل البيئة الرقمية، إضافة إلى نظرية مساندة تساعد على فهم التأثيرات المعرفية لتعددية المصادر.

● نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Media Dependency Theory):

تُعد هذه النظرية (DeFleur, 1976 & Ball-Rokeach)⁽⁴⁷⁾ من أكثر الأطر النظرية ملائمةً لدراسة سلوكيات الجمهور في استهلاك الأخبار، حيث تفترض أن مدى اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام مصدرًا للمعلومات يتأثر بدرجة حاجتهم لهذه المعلومات، ومدى توفر البدائل، وطبيعة المحتوى الإعلامي.

في ظل البيئة الرقمية التي تتميز بتعدد المصادر وتدفق الأخبار من منصات مختلفة، يصبح الاعتماد على وسائل الإعلام الاجتماعي أمراً جوهرياً، خاصةً مع سهولة الوصول الفوري إلى المعلومات، ومن هنا، تُوظف هذه النظرية في البحث لتفسير:

• مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الاجتماعي مصدراً رئيسياً للأخبار.

• العلاقة بين تعددية المصادر ومستوى الاعتماد، حيث يمكن أن يزيد التعدد من الاعتماد نتيجة وفرة المحتوى، لكنه قد يؤدي أيضاً إلى ارتباك معرفي يقلل من الثقة بالمصادر.

• كيف يؤثر الاعتماد على مصادر متعددة في سلوكيات الاستهلاك، مثل التكرار في التعرض، وأنماط التحقق، ومستوى التفاعل مع الأخبار.

• نظرية الحمل المعرفي (Cognitive Load Theory):

تُشير إلى أن كثرة المعلومات تُرهق القدرة المعرفية (Sweller, 1988)⁽⁴⁸⁾، فزيادة حجم المعلومات التي يتعرض لها الفرد قد تؤدي إلى إرهاق معرفي يعيق المعالجة الفعالة للمعلومات.

في سياق الدراسة، تُساعد هذه النظرية في تفسير كيف يؤثر تعدد المصادر الإخبارية على أنماط استهلاك الجمهور للأخبار، حيث إن:

• التدفق الكبير للأخبار عبر وسائل الإعلام الاجتماعي قد يؤدي إلى الإفراط المعلوماتي (Information Overload)، مما قد يقلل من قدرة الأفراد على التمييز بين المعلومات الموثوقة وغير الموثوقة.

• تزايد التعرض للأخبار قد يؤدي إلى الاستهلاك السطحي (Shallow Processing)، حيث يمرر الأفراد المحتوى دون تدقيق أو تحليل معمق.

• الارتباك المعلوماتي (Information Confusion) الناتج عن التناقض بين المصادر المختلفة قد يُضعف قدرة الجمهور على تكوين تصورات دقيقة عن الأحداث.

نتائج الدراسة:

المحور الأول: تحليل نتائج الاعتماد على وسائل الإعلام الاجتماعي مصدراً للأخبار

جدول (1) عدد مرات متابعة المستخدمين لوسائل الإعلام الاجتماعي للحصول على الأخبار

الخيار	العدد (N=460)	النسبة المئوية
أكثر من مرة يومياً	196	42.6%
يوميًا	146	31.7%
أكثر من مرة أسبوعياً	84	18.3%
غير منتظم	34	7.4%

تعكس هذه النسب اعتماداً كبيراً على وسائل الإعلام الاجتماعي مصدراً للأخبار في مصر، حيث تصل نسبة المتابعة اليومية المنتظمة (يوميًا أو أكثر من مرة يوميًا) إلى 74.3% من العينة، ويشير ذلك إلى أن استهلاك الأخبار عبر هذه الوسائل لم يعد مجرد بديل، بل أصبح جزءاً أساسياً من الروتين اليومي، مدفوعاً بالبحث عن التحديثات الفورية في بيئة تتسم بسرعة تداول المعلومات، خاصة في الأحداث السياسية والاقتصادية المتسارعة.

وتتماشى هذه النتائج مع دراسة Pew Research Center (2024)، التي أظهرت أن أكثر من نصف البالغين يعتمدون على وسائل الإعلام الاجتماعي مصدراً رئيسياً للأخبار، ويدعم ذلك أيضاً ما توصلت إليه دراسة Gil de Zúñiga et al (2017) حول تأثير مفهوم "الأخبار تجديني"، والذي يعزز زيادة التكرار اليومي للمتابعة، كما أن تقرير Reuters Institute (2023) يؤكد أن المستهلكين يتجهون إلى مصادر إخبارية متعددة داخل المنصات الرقمية لتعويض محدودية المصادقية والشفافية.

جدول (2) عدد الساعات التي يقضيها المستخدمون يوميًا في متابعة وسائل الإعلام الاجتماعي

الخيار	العدد (N=460)	النسبة المئوية
أقل من ساعة	59	12.8%
1-3 ساعات	177	38.5%
3-5 ساعات	134	29.1%
أكثر من 5 ساعات	90	19.6%

تعكس هذه النتائج مستوى اندماج وسائل الإعلام الاجتماعي في الحياة اليومية للمصريين، لأن 87.2% من المشاركين يقضون ساعة أو أكثر يوميًا في متابعة الأخبار،

ويشير ذلك إلى ارتفاع مستوى الاعتماد على هذه المنصات، ليس فقط مصدراً للأخبار، ولكن أيضاً كبيئة دائمة للتفاعل والاستهلاك الإعلامي.

أكبر نسبة من المستخدمين (38.5%) يقضون ما بين 1-3 ساعات، ما يعكس استخداماً معتدلاً إلى مرتفعاً للأخبار الرقمية، وفي المقابل، فإن النسبة المرتفعة لمستخدمي أكثر من 5 ساعات يومياً (19.6%) قد ترتبط بالفئة العمرية الأصغر سناً (18-25 عاماً، والتي تمثل 40% من العينة)، حيث يميل الشباب إلى استهلاك الأخبار جنباً إلى جنب مع الترفيه والمحتوى التفاعلي.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة Kim & Lee (2022) التي وجدت أن تنوع المصادر الإخبارية الرقمية يزيد من الوقت الذي يقضيه المستخدمون في متابعتها، لكنها تختلف عن نتائج Klopfenstein et al (2023)، التي ركزت على تأثير الاستخدام المفرط لمنصات الأخبار على صعوبة التركيز لدى المستخدمين الشباب، مما قد ينطبق على فئة 19.6% من المستخدمين الذين يقضون أكثر من 5 ساعات يومياً، كما أن دراسة Pentina & Tarafdar (2014) تدعم فكرة أن تصميم الخوارزميات الذكية داخل هذه المنصات يعزز "التعرض العرضي للأخبار"، مما يسهم في إطالة الوقت الذي يقضيه المستخدمون على هذه الوسائل.

جدول (3) نسبة الوقت اليومي للمستخدمين المقتضى على وسائل الإعلام الاجتماعي في متابعة الأخبار

الخيار	العدد (N=460)	النسبة المئوية
أقل من 25%	185	40.2%
25-50%	160	34.8%
50-75%	86	18.7%
أكثر من 75%	29	6.3%

تشير النتائج إلى أن غالبية المستخدمين (75%) لا يخصصون أكثر من نصف وقتهم اليومي على وسائل الإعلام الاجتماعي لمتابعة الأخبار، مما يعكس أن استخدامها يرتبط أكثر بالترفيه والتواصل، وتبرز فئة "أقل من 25%" (40.2%) كالأكثر شيوعاً، مما يؤكد أن الأخبار ليست الدافع الرئيسي للاستخدام، في حين أن نسبة "50-75%"

(18.7%) تشير إلى فئات أكثر اهتماماً بالشأن الإخباري، مثل الجامعيين الذين يشكلون 60% من العينة، أما النسبة الضئيلة (6.3%) التي تستهلك أكثر من 75% من وقتها في الأخبار، فهي تعكس نمط استخدام متخصص وغير شائع.

وتتوافق هذه النتائج مع دراسة Mitchelstein & Boczkowski (2013) التي كشفت عن فجوة بين الوقت الذي يقضيه المستخدمون على وسائل التواصل الاجتماعي والوقت المخصص لمتابعة الأخبار تحديداً، وكذلك مع دراسة Bode (2016) التي أشارت إلى أن التعرض العرضي للأخبار لا يشكل الجزء الأكبر من وقت الاستخدام، ومع ذلك، تختلف هذه النتائج نسبياً عن Reuters Institute (2023) التي أكدت أن تنوع أنماط الاستهلاك هو السمة الأبرز لمتابعي الأخبار عبر المنصات الرقمية.

ويتضح من مقارنة هذه النتائج مع الجدول الثاني أن ارتفاع معدل التعرض للأخبار لا يعني بالضرورة قضاء وقت طويل في متابعتها، حيث يتم الاطلاع عليها بشكل سريع وسطحي دون التعمق فيها، مما يعزز فرضية أن متابعة الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي تتم بشكل متقطع وغير مركز.

جدول (4) منصات وسائل الإعلام الاجتماعي التي يعتمد عليها المستخدمون لمتابعة الأخبار

الخيار	العدد (إجمالي < 460)	النسبة المئوية
تويتر	145	31.5%
فيسبوك	351	76.3%
إنستغرام	169	36.7%
تيك توك	117	25.4%
يوتيوب	252	54.8%
واتساب	202	43.9%
تليغرام	88	19.1%
أخرى	52	11.3%

تكشف هذه الأرقام عن سيطرة واضحة لفيسبوك (76.3%) باعتباره المنصة الأكثر استخداماً لمتابعة الأخبار في مصر، يليه يوتيوب (54.8%) وواتساب (43.9%)، ويشير ذلك إلى أن المستخدمين يعتمدون على منصات توفر محتوى متنوعاً يجمع بين النصوص، الفيديوها، والمناقشات الجماعية.

ويعكس ارتفاع نسبة واتساب دور المجموعات والمحادثات العائلية في تداول الأخبار، بينما تفضيل يوتيوب يُظهر ميلاً نحو المحتوى المرئي التحليلي، وفي المقابل، يأتي تويتر وإنستغرام كنوافذ إخبارية ثانوية، ربما لفئات تهتم بالأخبار العاجلة أو ذات الطابع المرئي، أما تيك توك (25.4%) وتليغرام (19.1%)، فتظهر نسب استخدام أقل، ما يعكس انتشاراً أضعف مقارنةً بالمنصات الأكثر شعبية.

وتتفق هذه النتائج مع تقارير Pew Research Center (2024) و Shearer & Mitchell (2021) التي أكدت انتشار فيسبوك ويوتيوب مصدرين أساسيين للأخبار عالمياً، كما تدعمها دراسة Kumar (2023) التي أظهرت أن تعدد المنصات أصبح سمة مميزة لاستهلاك الأخبار الرقمي، وعلاوة على ذلك، فإن نتائج Fletcher & Nielsen (2018) حول التعرض العرضي للأخبار عبر منصات مثل واتساب تتماشى مع الاعتماد الكبير عليه في مصر.

جدول (5) المنصة الأكثر اعتماداً عليها مصدراً رئيسياً للأخبار

الخيار	العدد (N=460)	النسبة المئوية
تويتر	67	14.6%
فيسبوك	190	41.3%
إنستغرام	47	10.2%
تيك توك	36	7.8%
يوتيوب	74	16.1%
واتساب	42	9.1%
تليغرام	3	0.7%
أخرى	1	0.2%

تشير النتائج إلى أن فيسبوك يحتل الصدارة كأكثر المنصات اعتماداً في متابعة الأخبار، حيث حصل على (41.3%) من إجمالي العينة، مما يعكس دوره المحوري في المشهد الإعلامي المصري، ويعزى هذا الانتشار الواسع إلى تنوع أشكال المحتوى (منشورات نصية، صور، فيديوهات) وإلى البنية التفاعلية التي توفرها الصفحات والمجموعات الإخبارية.

في المقابل، يأتي يوتيوب بنسبة (16.1%) وتويتر بنسبة (14.6%) مصادر بديلة، ربما تستهدف الفئات الشابة والمتقنين المهتمين بتحليلات معمقة للأخبار، أما واتساب (9.1%) فيستخدم في المقام الأول لنقل الأخبار بين الأفراد من خلال الرسائل المباشرة والمجموعات، ما يعكس نمطاً من الاعتماد على التوصيات الشخصية في استهلاك الأخبار.

أما المنصات الأخرى مثل تيك توك (7.8%) وتليغرام (0.7%) فتظهر كنوافذ ثانوية لمتابعة الأخبار، وهو ما قد يرجع إلى أن الأولى تعتمد بشكل أساسي على المحتوى الترفيهي، بينما لم يحقق تليغرام انتشاراً واسعاً كمنصة للأخبار في السياق المصري. تتوافق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة Shearer & Mitchell (2021) وPew Research Center (2024) التي أكدت الهيمنة المستمرة لفيسبوك في استهلاك الأخبار عبر الإنترنت، ومع ذلك، فإن النتائج تختلف مع Bakshy et al (2015) التي ركزت على تويتر باعتباره المصدر الأكثر تأثيراً في بعض السياقات الغربية، كما تدعم النتائج ما أشار إليه Lee & Kim (2024) بشأن تزايد أهمية المحتوى المرئي في متابعة الأخبار، وهو ما يبرر موقع يوتيوب مصدراً إخبارياً بارزاً. تعكس النتائج تفضيل الجمهور المصري للمنصات التي تجمع بين التحديثات السريعة والتفاعل الاجتماعي، وهو ما يجعل فيسبوك المنصة الأبرز، كما يبرز واتساب كأداة لنقل الأخبار غير الرسمية، مما يعكس دور الشبكات الشخصية في تشكيل الفهم العام للأحداث.

جدول (6) أسباب اعتماد المستخدمين على منصات وسائل الإعلام الاجتماعي لمتابعة الأخبار

السبب	العدد (إجمالي < 460)	النسبة المئوية
السرعة في الحصول على الأخبار	370	80.4%
تنوع المصادر المتاحة	355	77.2%
تنوع المحتوى (نصوص، صور، فيديوهات)	303	65.9%
التفاعل مع مصادر متنوعة	201	43.7%
ظهور الأخبار تلقائياً بسبب مشاركة الآخرين	236	51.3%
توفر مصادر رسمية ومعلومات حصرية	177	38.5%
إيصال الأخبار في ظل غياب الشفافية	145	31.5%

تبرز السرعة (80.4%) كأهم عامل يدفع الأفراد للاعتماد على وسائل الإعلام الاجتماعي في متابعة الأخبار، وهو ما يتسق مع طبيعة المشهد الإعلامي المصري الذي يتطلب الحصول على معلومات فورية، كذلك، فإن تعدد المصادر (77.2%) يُمثل دافعاً رئيسياً، حيث يميل الجمهور إلى الاطلاع على وجهات نظر مختلفة بدلاً من الاعتماد على مصدر واحد.

كما يُلاحظ أن تنوع المحتوى (65.9%) يعكس تفضيل المستهلكين للوسائط المتعددة مثل الفيديوهات والصور والرسوم البيانية، مقارنة بالنصوص الإخبارية التقليدية، أما ظهور الأخبار تلقائياً (51.3%) على واجهات المستخدمين دون الحاجة إلى البحث عنها، فيعزز من التعرض العَرَضي للأخبار.

أما فيما يتعلق بالتفاعل، فإن نسبة (43.7%) تشير إلى اهتمام المستخدمين بإمكانية التعبير عن آرائهم عبر التعليقات والمناقشات، وفي المقابل، تُظهر نسبة الاعتماد على مصادر رسمية (38.5%) أن الجمهور لا يزال يعتمد جزئياً على المعلومات الصادرة عن الجهات الرسمية، لكن بنسبة أقل من المتوقع، ومن اللافت أن نسبة غياب الشفافية في الإعلام التقليدي (31.5%) قد تفسر جزءاً من التحول نحو المصادر البديلة.

وتتسق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة Kumar (2023) و Kapoor et al (2018) بأهمية السرعة وتعدد المصادر كعوامل مؤثرة في تفضيل الجمهور لوسائل الإعلام الاجتماعي، كما أن "التعرض العَرَضي للأخبار" يدعم ما أشار إليه Fletcher & Nielsen (2018) حول دور الخوارزميات في تشكيل تجربة المستخدم الإخبارية، ومن

ناحية أخرى، فإن ارتباط "غياب الشفافية" بتفضيل الوسائل الرقمية يتماشى مع Wardle & Derakhshan (2017) التي تناولت أزمة المعلومات المضللة في البيئة الرقمية.

الدلالة في السياق المصري:

تعكس هذه النتائج ميل الجمهور المصري إلى استهلاك الأخبار بطرق تتسم بالمرونة والتفاعل، مع تراجع نسبي في الاعتماد على المصادر الرسمية، كما أن ارتفاع نسبة التعرض العرضي للأخبار يشير إلى الدور المتزايد للخوارزميات في تحديد المحتوى المعروض للمستخدمين، مما قد يكون له تأثير على تشكيل الآراء العامة واتجاهات الجمهور.

التعليق العام على محور الاعتماد على منصات وسائل الإعلام الاجتماعي:
تُظهر هذه النتائج اعتماداً متزايداً على وسائل الإعلام الاجتماعي مصدراً رئيسياً لمتابعة الأخبار، مدفوعاً بعوامل مثل السرعة، وتنوع المصادر، والتفاعل، وهو ما يعكس التحولات الجذرية في أنماط استهلاك الأخبار في مصر، وتؤكد النسب المرتفعة لمعدل التكرار اليومي لاستخدام وسائل الإعلام الاجتماعي للأخبار (74.3٪)، وكذلك النسبة الكبيرة لمن يقضون أكثر من ساعة يومياً على هذه المنصات (87.2٪)، على دورها المحوري في الحياة اليومية للمستخدمين.

ومع ذلك، فإن نسبة الوقت المخصص لمتابعة الأخبار مقارنة بالاستخدام العام (40.2٪ أقل من 25٪ من الوقت) تعكس أن الأخبار ليست النشاط الرئيسي، وإنما جزء من تجربة استخدام أوسع تشمل الترفيه والتفاعل الاجتماعي، وربما كان بسبب التعرض العرضي غير المقصود للأخبار هو النمط الشائع للمستخدمين.

وتتوافق هذه النتائج مع ما توصل إليه Pew Research Center (2024) و Kumar (2023) بتعدد مصادر الأخبار في البيئة الرقمية، لكنها تكشف عن خصوصية السياق المصري من حيث الاعتماد على واتساب مصدراً غير رسمي، والتركيز على السرعة محدداً رئيسياً للاعتماد على وسائل الإعلام الاجتماعي، وتعزز هذه النتائج فرضية البحث القائلة بأن تعدد مصادر الأخبار عبر وسائل الإعلام الاجتماعي يؤثر على

أنماط استهلاك المستخدمين وتصوراتهم نحوها، مما يفتح المجال لمزيد من البحث في تأثير هذه الظاهرة على إدراك الجمهور للأحداث والقضايا العامة.

المحور الثاني: تعددية مصادر الأخبار عبر وسائل الإعلام الاجتماعي

جدول (7) عدد المصادر المختلفة التي يعتمد عليها المستخدمون يوميا

للحصول على الأخبار عبر وسائل الإعلام الاجتماعي

الخيار	العدد (N=460)	النسبة المئوية
2-1 مصدر	114	24.8%
5-3 مصادر	201	43.7%
10-6 مصادر	108	23.5%
أكثر من 10	37	8.0%

تعكس هذه النتائج مستوى مرتفعاً من التعددية الكمية في استهلاك الأخبار عبر وسائل الإعلام الاجتماعي، حيث تبين أن غالبية الباحثين (75.2%) يعتمدون على أكثر من مصدرين يومياً، مما يشير إلى ميل واضح نحو تنويع مصادر المعلومات بدلاً من الاعتماد على مصدر واحد أو اثنين فقط.

ويُعدّ الاعتماد على 3 إلى 5 مصادر يومياً (43.7%) هو النمط السائد بين المشاركين، وهو ما قد يُعزى إلى رغبة المستخدمين في التحقق من صحة الأخبار من خلال مقارنة مصادر متعددة، خصوصاً في ظل انتشار الشائعات والمعلومات المضللة في البيئة الإعلامية المصرية، ويعزز ذلك طبيعة المشهد الإعلامي الرقمي، حيث توفر المنصات الاجتماعية المختلفة تنوعاً في الزوايا الإخبارية والمحتوى، ما يجعلها وسيلة رئيسية لاستهلاك الأخبار اليومية.

على الجانب الآخر، يظهر أن ما يقرب من ربع الباحثين (24.8%) يقتصرون على مصدر أو مصدرين فقط، وهي نسبة قد تعكس اتجاهات سلوكية خاصة بفئات عمرية أو تعليمية معينة، فمن المحتمل أن يكون كبار السن (فوق 45 عاماً) وذوو المستويات التعليمية الأقل أكثر ميلاً للاعتماد على مصادر محدودة بسبب محدودية المهارات الرقمية أو ضيق الوقت المخصص لاستهلاك الأخبار.

أما الفئة التي تعتمد على 6 إلى 10 مصادر يومياً (23.5%)، فهي تمثل شريحة من المستخدمين الذين يسعون إلى توسيع قاعدة معلوماتهم عبر متابعة عدد أكبر من المصادر، وهو ما قد يشمل متابعة الحسابات الإخبارية على أكثر من منصة اجتماعية، أو الاشتراك في مجموعات وقنوات إخبارية متخصصة.

من ناحية أخرى، فإن نسبة 8.0% فقط من المبحوثين يعتمدون على أكثر من 10 مصادر يومياً، مما يشير إلى أن الاستهلاك الإخباري الكثيف ليس شائعاً بشكل واسع، وقد يقتصر على الصحفيين، الباحثين، أو المهتمين بالشأن العام الذين يحتاجون إلى متابعة مكثفة ومتعددة الزوايا للأحداث.

وتتسق هذه النتائج مع ما أشار إليه Reuters Institute (2023) بأن الاعتماد على منصات متعددة يولد نظاماً إخبارياً أكثر تنوعاً، حيث تبين أن المستخدمين في مصر يميلون إلى التوازن بين التعددية وإدارة تدفق المعلومات، دون الانجراف نحو الإفراط في استهلاك الأخبار، كما تتماشى هذه النتائج مع دراسة Kumar (2023) التي أكدت أن الاعتماد على 3-5 مصادر هو النمط الأكثر شيوعاً عالمياً، وهو ما يعكس الحاجة إلى التحقق دون الوقوع في الإرهاق المعلوماتي.

على صعيد آخر، تُخالف هذه النتائج جزئياً ما توصلت إليه دراسة Bakshy et al (2015)، التي أكدت أن التحيزات الشخصية تلعب دوراً أساسياً في تحديد المصادر الإخبارية التي يعتمد عليها المستخدمون، ففي السياق المصري، يبدو أن الحاجة إلى التحقق والتأكد تتغلب على تأثير هذه التحيزات، حيث يسعى الأفراد إلى استهلاك الأخبار من مصادر متنوعة بغض النظر عن ميولهم الشخصية، وذلك استجابةً لعدم اليقين المعلوماتي الذي يميز البيئة الإعلامية في مصر.

كذلك، تدعم هذه النتائج ما أشار إليه Loecherbach et al (2020) حول دور الصحافة الوطنية والمؤثرين في تعزيز التنوع الإخباري، حيث يمكن تفسير اعتماد نسبة كبيرة من المبحوثين على أكثر من 3 مصادر بأنه يشمل مزيجاً من المصادر الرسمية وغير الرسمية، مما يعكس ديناميكية المشهد الإعلامي الحديث.

جدول (8) ملاحظة المستخدمين تكرار الخبر عبر مصادر مختلفة

الخيار	العدد (N=460)	النسبة المئوية
دائماً	86	18.7%
غالباً	167	36.3%
أحياناً	137	29.8%
نادراً	58	12.6%
أبداً	12	2.6%

تكشف النتائج عن مستوى عالٍ من الوعي بتكرار الأخبار عبر مصادر متعددة، حيث يلاحظ 84.8% من المبحوثين التكرار بشكل متكرر أو متقطع ("دائماً" + "غالباً" + "أحياناً") مما يعكس التداخل الكبير بين المنصات الاجتماعية والمصادر الإخبارية، حيث تنتقل الأخبار بسرعة عبر إعادة النشر والمشاركة التلقائية في شبكات اجتماعية مترابطة، ويتمشى ذلك مع الاعتماد الكبير على فيسبوك (41.3% مصدراً رئيسياً) وواتساب (43.9% كمنصة مستخدمة)، ما يعزز انتشار نفس المحتوى عبر قنوات مختلفة.

وتتفق هذه النتائج مع Fletcher & Nielsen (2018) التي أكدت أن الخوارزميات الرقمية تزيد من التعرض المتكرر للأخبار نفسها عبر مصادر متعددة، وهو ما يفسر النسبة المرتفعة للملاحظة التكرار ("غالباً" + "دائماً": 55%)، كما تدعم Scharkow et al (2020) فكرة أن التفاعل بين المصادر على الشبكات الاجتماعية يعزز التكرار، ما يفسر ارتفاع نسب "غالباً" و"أحياناً".

وتعزز هذه النتائج فرضية أن المستخدم المصري يدرك تكرار الأخبار عبر مصادر متعددة، مما يعكس تنوعاً إخبارياً واسعاً، لكنه في الوقت ذاته قد يكشف لاحقاً عن تحديات مثل الإرهاق المعلوماتي أو انتشار الأخبار المضللة، ما يبرز الحاجة إلى آليات للتحقق وتقنيات للحد من التكرار غير المفيد.

جدول (9) ملاحظة تناقضات بين المصادر المتعددة في تقديم الخبر

الخيار	العدد (N=460)	النسبة المئوية
دائماً	67	14.6%
غالباً	145	31.5%
أحياناً	176	38.3%
نادراً	59	12.8%
أبداً	13	2.8%

تكشف النتائج أن 84.4% من المبحوثين يلاحظون تناقضات بين المصادر بشكل متكرر أو متقطع، مما يعكس التنوع في السرديات ضمن المشهد الإعلامي المصري، وتشير النسبة الأكبر لـ "أحياناً" (38.3%) إلى أن التناقضات ليست دائمة، بل قد تتعلق بالأخبار الجدلية، حيث يتداخل المحتوى الرسمي مع المصادر غير الرسمية، وقد تعكس "غالباً" (31.5%) الفئات الأكثر وعياً، التي تتابع مصادر متنوعة وتواجه تناقضات متكررة. ويشير انخفاض نسب "نادراً" و"أبداً" (15.6%) إلى أن التناقضات جزء أساسي من التعددية الإعلامية في مصر، مما يفرض تحديات في التحقق والثقة. ويؤدي تعدد المصادر إلى تناقضات واضحة في المحتوى الإخباري، ما يعكس تنوعاً في السرديات لكنه قد يزيد من صعوبة التحقق، خصوصاً مع تصاعد دور الخوارزميات والمحتوى غير الرسمي في تشكيل المشهد الإعلامي.

جدول (10) ملاحظة ترابط بين المصادر من خلال إعادة النشر أو الاقتباس

الخيار	العدد (N=460)	النسبة المئوية
دائماً	103	22.4%
غالباً	182	39.6%
أحياناً	121	26.3%
نادراً	45	9.8%
أبداً	9	1.9%

تكشف النتائج أن 88.3% من المبحوثين يلاحظون الترابط بين المصادر بشكل متكرر أو متقطع، مما يعكس شبكية قوية في تداول الأخبار، وتؤكد النسبة الأكبر لـ "غالباً" (39.6%) أن إعادة النشر والاقتباس سمة بارزة، مدفوعة بمنصات مثل فيسبوك

(76.3%) وواتساب (43.9%)، حيث تتكرر الأخبار عبر الصفحات الإخبارية والمستخدمين، وتؤكد هذه النتائج أن التعددية الإعلامية في مصر تُنتج شبكة مترابطة من الأخبار، حيث تساهم الخوارزميات وثقافة إعادة النشر في تعزيز الترابط، مع وجود اختلافات حسب الفئة العمرية ومستوى الانتقائية.

جدول (11) أنواع المصادر يتابعها المستخدمون عادةً عبر منصات الإعلام الاجتماعي

الخيار	العدد (إجمالي < 460)	النسبة المئوية
صفحات/ حسابات إخبارية رسمية	315	68.5%
صحفيون مستقلون	160	34.8%
مؤثرون اجتماعيون	196	42.6%
أصدقاء أو أفراد عاديون	272	59.1%
جهات حكومية	109	23.7%
منظمات غير حكومية	80	17.4%

تشير النتائج إلى أن ارتفاع نسب متابعة مصادر الأخبار المختلفة يعكس أهمية التعددية في استقاء المعلومات لدى المستخدمين، فقد احتلت الصفحات الإخبارية الرسمية المرتبة الأولى بنسبة 68.5% (315 فرداً)، مما يؤكد اعتماد شريحة واسعة على هذه المصادر بوصفها الأكثر موثوقية واستمرارية في تغطية الأحداث، ويأتي في المرتبة الثانية الأصدقاء والأفراد العاديون بنسبة 59.1% (272 فرداً)، وهو ما يبرز دور المشاركات الشخصية في تشكيل وعي الجمهور، خاصة في ظل الطبيعة الشبكية لمنصات التواصل الاجتماعي التي تسهل إعادة نشر المحتوى بين الأفراد.

في المقابل، يسجل المؤثرون الاجتماعيون نسبة متابعة 42.6% (196 فرداً)، يليهم الصحفيون المستقلون بنسبة 34.8% (160 فرداً)، مما يعكس تزايد أهمية المصادر غير التقليدية التي تعتمد على التحليل والتغطيات المباشرة، وتلبي احتياجات جمهور يبحث عن زوايا جديدة للأخبار تتجاوز الطابع الرسمي، أما الجهات الحكومية والمنظمات غير الحكومية فقد سجلتا نسباً أقل، حيث بلغت 23.7% (109 أفراد) و17.4% (80 فرداً) على التوالي، ما يشير إلى أن الجمهور المصري قد لا يعتبر هذه المصادر كافية بمفردها، ربما بسبب محدودية تفاعلها مع المستجدات أو قلة الثقة بمحتواها.

وتتوافق هذه النتائج مع دراسات مثل Pew Research Center (2024) التي أكدت أن الجماهير تميل إلى تنويع مصادر الأخبار، وهو ما يظهر بوضوح في تعدد القنوات التي يعتمد عليها المستخدمون المصريون، كما يتسق الاعتماد الكبير على الأصدقاء والأفراد مع ما طرحه Fletcher & Nielsen (2018) حول تأثير التعرض العرضي للأخبار عبر شبكات التواصل، وفي سياق متصل، فإن تزايد متابعة المؤثرين والصحفيين المستقلين يدعم ما توصل إليه Loecherbach et al (2020) بشأن تصاعد دور الصحافة الوطنية في إنتاج المحتوى الإخباري، بينما يعكس الانخفاض النسبي للجهات الرسمية ما أشار إليه Wardle & Derakhshan (2017) حول تأثير غياب الشفافية في تقليل ثقة المستخدمين بالمصادر الحكومية.

بذلك، تعكس هذه النتائج أن الجمهور المصري لا يعتمد على مصدر واحد فقط، بل يستهلك الأخبار من قنوات متعددة، مما يدل على وعيه بضرورة المقارنة بين الروايات المختلفة قبل تبني موقف معين تجاه الأحداث.

جدول (12) أهم نوع من المصادر يعتمد عليه أكثر للحصول على الأخبار عبر وسائل الإعلام الاجتماعي

الخيار	العدد (N=460)	النسبة المئوية
أعتمد على الصحافة المهنية أكثر	217	47.2%
أعتمد على صحافة المواطن أكثر	133	28.9%
أعتمد على الاثنين بالتساوي	110	23.9%

تعكس هذه النتائج إدراك الجمهور المصري لأهمية تعدد المصادر الإخبارية، حيث يعتمد 47.2% (217 فرداً) على الصحافة المهنية مصدراً رئيسياً، ما يشير إلى تفضيل الصفحات الإخبارية الرسمية لموثوقيتها. في المقابل، يعتمد 28.9% (133 فرداً) على صحافة المواطن، مما يبرز دور الأفراد والمؤثرين في نقل الأخبار سريعاً، أما الذين يوازنون بين المصدرين فيبلغون 23.9% (110 أفراد)، ما يعكس سعيهم للجمع بين الدقة والتحديثات الفورية.

وتتفق هذه النتائج مع Pew Research Center (2024) حول استمرار الصحافة المهنية مصدراً أساسياً، ومع Loecherbach et al (2020) التي تؤكد

تنامي دور الصحافة الوطنية، كما يدعم Kumar (2023) فكرة أن التعدد يحقق تغطية شاملة تجمع بين الدقة والسرعة.

في السياق المصري، يبرز هذا التوجه بوضوح، حيث يرتبط الاعتماد على الصحافة المهنية (47.2%) بمتابعة الصفحات الرسمية (68.5%)، بينما تعكس صحافة المواطن (28.9%) ارتفاع الاعتماد على الأفراد (59.1%)، ويشير هذا التعدد إلى رغبة المستخدمين في تحقيق التوازن بين الموثوقية والتفاعل المباشر، خصوصاً في القضايا الجدلية، بينما تؤكد الفئة التي تعتمد على المصدرين بالتساوي (23.9%) أن التعدد لم يعد مجرد خيار، بل أصبح ضرورة لمواكبة المشهد الإعلامي المعقد.

المحور الثالث: التفاعلية

جدول (13) أشكال التفاعل المستخدمة عادةً مع الأخبار
من مصادر متعددة عبر وسائل الإعلام الاجتماعي

النسبة المئوية	العدد (إجمالي < 460)	التفاعل
72.6%	334	الإعجاب
58.3%	268	المشاركة أو إعادة النشر
41.7%	192	التعليق
33.9%	156	الإشارة إلى الأصدقاء

يظهر تحليل أشكال التفاعل مع الأخبار عبر وسائل الإعلام الاجتماعي أن المستخدمين المصريين يعتمدون بشكل كبير على الإعجاب كأبرز أشكال التفاعل، مما يعكس استجابة سريعة دون التزام معرفي كبير، ويأتي إعادة النشر والمشاركة في المرتبة الثانية، مما يدل على دور نشط في نشر الأخبار، خاصة عبر فيسبوك وواتساب، حيث تنتشر المعلومات بسرعة داخل شبكات مترابطة، أما التعليق، وإن كان أقل شيوعاً، فيعكس تفاعلاً معرفياً أو عاطفياً أعمق، بينما تمثل الإشارة للأصدقاء سلوكاً أقل استخداماً نظراً لكونه أكثر انتقائية، ويشير هذا التوزيع إلى أن تعدد المصادر لا يؤدي فقط إلى استهلاك سلبي، بل يعزز أيضاً التفاعل النشط من خلال إعادة النشر، ما يتماشى مع Fletcher & Nielsen (2018) التي أكدت أن التعرض العرضي للأخبار يدفع المستخدمين إلى التفاعل بطرق مختلفة.

وتتوافق هذه النتائج مع ما توصل إليه Fletcher & Nielsen (2018) بأن الإعجاب والمشاركة هما الاستجابتان الأساسيتان عند التعرض العرضي للأخبار، حيث يميل المستخدمون إلى التفاعل السريع دون قراءة معمقة، كما يدعم ذلك Kapoor et al (2018) التي وجدت أن التعليق يزداد مع الأخبار المثيرة للجدل، بينما تؤكد Gil de Zúñiga et al (2017) أن الإشارة إلى الأصدقاء تعكس التأثير الاجتماعي للأخبار داخل دوائر محددة.

جدول (14) مستوى التفاعل مع الأخبار استناداً إلى تنوع المصادر المتاحة عبر وسائل الإعلام الاجتماعي

التفاعل	العدد (N=460)	النسبة المئوية
أبداً	30	6.5%
نادراً	91	19.8%
أحياناً	172	37.4%

أما فيما يتعلق بمستوى التفاعل مع الأخبار استناداً إلى تنوع المصادر، فيظهر أن النمط الأكثر شيوعاً هو التفاعل أحياناً، مما يشير إلى أن المستخدمين يتفاعلون بشكل متقطع، بناءً على أهمية المحتوى أو تأثيره الشخصي، يليه التفاعل الغالب، الذي يعكس فئة أكثر انخراطاً رقمياً، لأن التعرض المتكرر للأخبار عبر مصادر متعددة يعزز الاهتمام والمتابعة، أما التفاعل الدائم فيظل أقل شيوعاً، مما يدل على أن تعدد المصادر لا يعني بالضرورة الانخراط المستمر، وفي المقابل، فإن الفئات التي تتفاعل نادراً أو أبداً قد تعاني من إرهاق معلوماتي أو تفضّل الاعتماد على مصادر محدودة، وتتفق هذه النتائج مع Thorson (2020)، التي أكدت أن الخوارزميات والتنوع في المصادر يعززان التفاعل الانتقائي بدلاً من التفاعل المستمر.

جدول (15) تكرار أداء دور المواطن الصحفي من خلال مشاركة أخبار من إنتاج شخصي أو تعديلها عبر وسائل الإعلام الاجتماعي

التفاعل	العدد (N=460)	النسبة المئوية
أبداً	145	31.5%
نادراً	160	34.8%
أحياناً	109	23.7%
غالباً	36	7.8%
دائماً	1	2.2%

من ناحية ممارسة دور المواطن الصحفي عبر إنتاج الأخبار أو تعديلها، تظهر النتائج أن هذا النشاط محدود بين المستخدمين المصريين، حيث تسود فتناً نادراً وأبداً، ما يدل على أن غالبية الأفراد يفضلون استهلاك الأخبار بدلاً من إنتاجها، ورغم وجود نسبة تتفاعل بشكل أحياناً، فإن المشاركة المنتظمة في إنتاج الأخبار لا تزال ظاهرة نادرة، ما يعكس طبيعة استخدام المستخدمين المصريين للمنصات كمستهلكين أكثر من كونهم منتجين للمحتوى، وتتفق هذه النتائج مع Loecherbach et al (2020) التي أكدت أن الصحافة الوطنية تظل نشاطاً محدوداً مقارنة باستهلاك الأخبار، كما تدعم Wardle & Derakhshan (2017) التي وجدت أن تعدد المصادر قد يزيد من التفاعل الاجتماعي دون تحفيز الإنتاج الإبداعي.

بشكل عام، تؤكد هذه النتائج أن تعدد المصادر الإخبارية عبر وسائل الإعلام الاجتماعي يؤثر بوضوح في أنماط استهلاك المستخدمين وتفاعلهم، حيث يعزز المشاركة وإعادة النشر لكنه لا يؤدي بالضرورة إلى إنتاج الأخبار، ويعكس هذا النمط ديناميكيات المشهد الإعلامي المصري، حيث يسود التفاعل الانتقائي، ويظل التأثير الاجتماعي أقوى من التأثير الإبداعي في نشر الأخبار.

المحور الرابع: انعكاسات تعدد مصادر الأخبار على أنماط استهلاك المستخدمين للأخبار

يركز هذا المحور على أوجه انعكاسات وتأثيرات تعدد مصادر الأخبار على سلوكيات استهلاك الأخبار لدى المستخدمين المصريين، استناداً إلى الاعتماد الكبير على وسائل الإعلام الاجتماعي (المحور الأول)، والتعرض لمصادر متنوعة (المحور الثاني)، مما

يشكل أنماط استهلاك تتراوح بين التكرار، والانتقائية، والإفراط، وهي جوهرية لفهم تأثير التعدد على تجربة الأخبار.

جدول (16) انعكاسات تعدد مصادر الأخبار على أنماط استهلاك الأخبار كما يراها المستخدمون

الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	أنماط الاستهلاك	
							للتكرار والتوقيت	
1.08	3.45	24	59	132	177	68	ك	يزيد من معدل وقتي وتكرار متابعتي يوميا
		5.2	12.8	28.7	38.5	14.8	%	
							لختيار المنصات	
1.07	3.25	34	73	145	162	46	ك	يؤثر على اختياري لمنصات معينة
		7.4	15.9	31.5	35.2	10.0	%	
							للتحقق	
1.14	3.22	40	80	134	150	56	ك	يدفعني للتحقق من صحة الأخبار عبر منصات مختلفة
		8.7	17.4	29.1	32.6	12.2	%	
							للتعرض العرضي	
1.11	3.41	30	66	120	174	70	ك	يجعلني أتعرض للأخبار عابرا ويقلل حاجتي للبحث
		6.5	14.3	26.1	37.8	15.2	%	
							للاستهلاك السطحي	
1.12	3.44	27	63	126	168	76	ك	يدفعني لاستعراض الأخبار بسرعة دون تعمق
		5.9	13.7	27.4	36.5	16.5	%	
1.16	3.40	33	69	119	160	79	ك	يجعلني أفضل الفيديوهات القصيرة على المقالات
		7.2	15.0	25.9	34.8	17.1	%	
							للتعرض الانتقائي	
1.13	3.15	42	85	140	146	47	ك	يجعلني أختار الأخبار المتوافقة مع آرائي
		9.1	18.5	30.4	31.7	10.2	%	
							للتفاعلية الاجتماعية	
1.10	3.37	29	68	131	166	66	ك	يحفزني على التفاعل ومشاركة الأخبار مع أصدقائي
		6.3	14.8	28.5	36.1	14.3	%	
1.14	3.09	46	90	144	137	43	ك	يزيد من مشاركتي الأخبار دون تحقق
		10.0	19.6	31.3	29.8	9.3	%	

أنماط الاستهلاك								موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	
الإفراط المعلوماتي								ك	53	149	142	77	39	3.22	1.13
يسبب لي تشتتاً وإرهاقاً قد يدفعني لتجنب المتابعة								%	11.5	32.4	30.9	16.7	8.5		
								ك	64	154	136	70	36		
								%	13.9	33.5	29.6	15.2	7.8	3.30	1.12
الاعتماد على الخوارزميات								ك	59	145	130	82	44	3.20	1.15
يجعلني أتعتمد على اقتراحات الخوارزميات ويقلل اختياري								%	12.8	31.5	28.3	17.8	9.6		

المحور الرابع: أبعاد انعكاسات تعدد مصادر الأخبار على أنماط استهلاك المستخدمين

يعد هذا المحور حجر الأساس لفهم التحولات السلوكية التي يمر بها المستهلك الإخباري في ظل الوفرة المعلوماتية، فهو يستكشف تأثير تعدد المصادر على أنماط الاستهلاك من زوايا مختلفة تشمل التكرار، اختيار المنصات، التحقق، التعرض العرضي، الاستهلاك السطحي، الانتقائية، والتفاعلية الاجتماعية، ويهدف التحليل إلى استنباط كيفية إعادة تشكيل التعدد المعلوماتي للعلاقة بين المستخدمين والمحتوى الإخباري في السياق المصري.

• بعد التكرار والتوقيت:

"يزيد من معدل وقتي وتكرار متابعتي يومياً" (متوسط 3.45، انحراف معياري 1.08). يعكس هذا البعد تأثيراً قوياً لتعدد المصادر على إيقاع الاستهلاك اليومي، حيث يميل المستخدمون المصريون إلى زيادة تكرار المتابعة استجابةً لتدفق الأخبار المتواصل من مصادر متنوعة، ويشير المتوسط المرتفع نسبياً (3.45) إلى أن التعدد يعمل كمحفز سلوكي يربط بين توافر المعلومات والحاجة للبقاء على اطلاع، وهو ما يتماشى مع الاعتماد اليومي (74.3% في المحور الأول) والتعرض لـ 3-5 مصادر (43.7% في المحور الثاني)، ويكشف الانحراف المعياري (1.08) عن تفاوت في هذا السلوك، ربما بين الشباب النشطين رقمياً (40% من العينة) وكبار السن الأقل تفاعلاً (10%)، مما يبرز التعدد كعامل يعيد تشكيل توقيت الاستهلاك بناءً على السياق الشخصي.

ويتسق هذا مع Gil de Zúñiga et al (2017) التي ربطت التكرار اليومي بالتعرض المستمر للأخبار الاجتماعية، وReuters Institute (2023) التي أكدت أن التنوع يدفع لاستهلاك متكرر لمواكبة التدفق، لكنه يتباين مع Mitchelstein & Boczkowski (2013) التي رأت أن التكرار قد ينخفض لدى البعض بسبب فجوة الاهتمام، مما يعكس التباين في الانحراف المعياري هنا، كما يدعم Kim & Lee (2022) هذا البعد بتأكيد على التعدد كمحفز لزيادة الوقت المخصص للأخبار.

• بعد اختيار المنصات:

"يؤثر على اختياري لمنصات معينة" (متوسط 3.25، انحراف معياري 1.07).
يبرز هذا البعد تأثير التعدد على تفضيل منصات بعينها كأدوات استهلاك، حيث يميل المستخدمون إلى اختيار منصات مثل فيسبوك (41.3% في المحور الأول) لوفرة المصادر الرسمية والشخصية، أو واتساب (9.1%) للتواصل الاجتماعي، كما يعكس المتوسط (3.25) استجابة معتدلة للتنوع في توجيه السلوك، ويشير الانحراف (1.07) إلى اختلافات فردية، ربما مرتبطة بمستوى التعليم (60% جامعيون) أو الاهتمام، مما يجعل التعدد محركاً للانتقائية في البيئة الرقمية المصرية التي تتسم بالشبكية (39.6% ترابط في المحور الثاني).

ويتفق مع Shearer & Mitchell (2021) التي رأت أن المستخدمين يختارون منصات بناءً على نوعية المصادر، وKumar (2023) التي أكدت التعدد كعامل مؤثر على السلوك الرقمي، لكنه يختلف مع Bakshy et al (2015) التي ركزت على الانحيازات الشخصية كمحدد رئيسي للاختيار، بينما هنا يبرز التنوع كقوة دافعة إضافية.

• بعد التحقق:

"يدفعني للتحقق من صحة الأخبار عبر منصات مختلفة" (متوسط 3.22، انحراف معياري 1.14).

ويعكس هذا البعد تأثيراً معرفياً للتعدد يدفع المستخدمين لتبني سلوك التحقق كاستجابة للتناقضات (38.3% في المحور الثاني) والتكرار (36.3%)، حيث يظهر

المتوسط (3.22) ميلاً معتدلاً نحو المقارنة بين المنصات، ويكشف الانحراف (1.14) عن تفاوت، ربما بين من يمتلكون مهارات رقمية (مثل الشباب) ومن يعتمدون على مصادر محدودة (مثل منخفضي التعليم)، مما يجعل التحقق نمط استهلاك ناشئ في سياق مصري يتسم بتدفق المعلومات المتنوعة.

ويتسق مع Wardle & Derakhshan (2017) التي ربطت التحقق بالاضطراب المعلوماتي الناتج عن التعدد، و Scharkow et al (2020) التي أكدت أن التنوع يحفز المقارنة، لكنه يتباين مع Fletcher & Park (2017) التي رأت أن الثقة في مصدر واحد قد تقلل الحاجة للتحقق، مما يبرز السياق المصري كبيئة ديناميكية.

• بعد التعرض العرَضِي:

"يجعلني أتعرض للأخبار عابراً ويقلل حاجتي للبحث" (متوسط 3.41، انحراف معياري 1.11).

يظهر هذا البعد تأثير التعدد على تقليل الجهد المبذول في البحث النشط، حيث يعكس المتوسط (3.41) استهلاكاً سلبياً مدفوعاً بالتعرض العرَضِي (51.3% في المحور الأول) والترابط بين المصادر (39.6% في المحور الثاني)، ويشير الانحراف (1.11) إلى تباين بين من يعتمدون كلياً على التدفق ومن يحتفظون بالبحث، مما يعكس تحولاً في أنماط الاستهلاك نحو السلبية في ظل الخوارزميات المصرية المحلية.

ويتفق مع Fletcher & Nielsen (2018) التي رأت التعرض العرَضِي كسمة للإعلام الاجتماعي، و Pentina & Tarafdar (2014)، التي أكدت تقليل البحث بفعل الخوارزميات، لكنه يختلف مع Kim & Lee (2022) التي رأت التعدد يحفز البحث لدى البعض، مما يعكس السياق المصري كحالة خاصة.

• بعد الاستهلاك السطحي:

"يدفعني لاستعراض الأخبار بسرعة دون تعمق" (متوسط 3.44، انحراف معياري 1.12)، "يجعلني أفضل الفيديوهات القصيرة على المقالات" (متوسط 3.40، انحراف معياري 1.16).

يكشف هذا البعد عن تأثير التعدد على جودة الاستهلاك، حيث يعكس المتوسطان (3.44 و 3.40) ميلاً نحو السطحية والاختصار، مرتبطاً بتنوع المحتوى (65.9% في

المحور الأول) وتفضيل يوتيوب (16.1٪)، ويظهر الانحرافان (1.12 و 1.16) تفاوتاً بين من يتبنون هذا النمط (ربما الشباب) ومن يفضلون التعمق (ربما الجامعيون)، مما يجعل التعدد محركاً لتحول الاستهلاك نحو السرعة في سياق مصري غني بالتدفقات المرئية. ويتسق مع Klopfenstein et al (2023) التي ربطت السطحية بالتعدد، و Lee & Kim (2024) التي أكدت تفضيل الفيديوهات القصيرة، لكنه يتباين مع Allcott & Gentzkow (2017) التي رأت التعدد قد يدفع للتعمق للتحقق، مما يبرز السياق المصري كحالة استهلاك سريع.

• بعد التعرض الانتقائي:

"يجعلني أختار الأخبار المتوافقة مع آرائي" (متوسط 3.15، انحراف معياري 1.13). يعكس هذا البعد تأثيراً انتقائياً معتدلاً للتعدد، حيث يظهر المتوسط (3.15) ميلاً لتجنب التنوع الحقيقي لصالح الراحة المعرفية، مرتبطاً بتنوع المصادر (77.2٪ في المحور الأول)، ويكشف الانحراف (1.13) عن تفاوت بين من يتبنون الانحياز ومن يسعون للتنوع، مما يشير إلى تأثير التعدد على تشكيل استهلاك موجه في سياق مصري متأثر بالخوارزميات.

ويتفق مع Bakshy et al (2015) التي رأت الانتقائية كنتيجة للتعدد، و Thorson (2020) التي أكدت دور الخوارزميات، لكنه يختلف مع Fletcher & Nielsen (2018) التي رأت التعرض العرَضِي يقلل الانتقائية، مما يبرز التباين المحلي.

• بعد التفاعلية الاجتماعية:

"يحفزني على التفاعل ومشاركة الأخبار" (متوسط 3.37، انحراف معياري 1.10)، "يزيد من مشاركتي دون تحقق" (متوسط 3.09، انحراف معياري 1.14). يظهر هذا البعد تأثيراً اجتماعياً للتعدد، حيث يعكس المتوسط (3.37) حافزاً للتفاعل (58.3٪ في المحور الثالث)، بينما (3.09) يشير إلى مشاركة أقل دقة، مرتبطة بالترابط (39.6٪ في المحور الثاني)، ويعكس الانحرافان (1.10 و 1.14) تفاوتاً بين النشطين اجتماعياً ومن يتحققون، مما يجعل التعدد محركاً للانتشار في سياق مصري تفاعلي.

ويتسق مع Gil de Zúñiga et al (2017) حول التفاعلية، و Wardle & Kapoor et al (2017) حول المشاركة دون تحقق، لكنه يتباين مع (2018) Derakhshan التي رأت التفاعلية تعزز الوعي، مما يبرز التحدي المحلي للتضليل.

• **بعد الإفراط المعلوماتي:**

"يسبب تشتتاً وإرهاقاً" (متوسط 3.22، انحراف معياري 1.13)، "يزيد من فرط المتابعة كعادة" (متوسط 3.30، انحراف معياري 1.12).

يكشف هذا البعد عن تأثير مزدوج للتعدد، حيث يعكس المتوسطان (3.22 و 3.30) إرهاقاً يدفع للتجنب وعادة مستمرة، مرتبطة بالتكرار (74.3% في المحور الأول) والتعدد (43.7% في المحور الثاني)، ويظهر الانحرافان (1.12 و 1.13) تبايناً بين من يتجنبون ومن يدمنون، مما يجعل الإفراط سمة استهلاك بارزة في السياق المصري. ويتفق مع Klopfenstein et al (2023) حول الإرهاق، و Pentina & Tarafdar (2014) حول الإدمان، لكنه يختلف مع Kumar (2023) التي رأت التعدد ينظم الاستهلاك، مما يبرز التحدي المحلي.

• **بعد الاعتماد على الخوارزميات:**

"يجعلني أعتمد على اقتراحات الخوارزميات" (متوسط 3.20، انحراف معياري 1.15).

يعكس هذا البعد تأثيراً تكنولوجياً للتعدد، حيث يظهر المتوسط (3.20) اعتماداً معتدلاً على الخوارزميات، مرتبطاً بالتعرض العرضي (3.41)، ويكشف الانحراف (1.15) عن تفاوت بين من يتبنون الاقتراحات ومن يحتفظون بالاختيار، مما يجعل التعدد محركاً لتقليل السيطرة في سياق مصري رقمي.

ويتسق مع Thorson (2020) حول الاعتماد الخوارزمي، و Fletcher & Nielsen (2018) حول التعرض، لکه يختلف مع Scharkow et al (2020) التي رأت التعدد يعزز الاختيار، مما يبرز دور الخوارزميات المحلية.

جدول (17) مقياس عام مجمع لمستوى انعكاسات (تأثيرات) تعدد مصادر الأخبار على الاستهلاك والسلوك الإخباري كما يراه المستخدمون

الانحراف المعياري	المتوسط	منخفض جداً	منخفض	متوسط	مرتفع	مرتفع جداً	المقياس
1.10	3.71	20	50	115	180	95	التأثيرات على الاستهلاك والسلوك الإخباري
		4.3	10.9	25.0	39.1	20.7	

يعكس مقياس التأثيرات العام على الاستهلاك والسلوك الإخباري (متوسط 3.71) تأثيراً مرتفعاً لتعدد المصادر على أنماط الاستهلاك في السياق المصري، حيث يبرز كمحرك قوي للسلوك الإخباري اليومي، وتؤكد النسبة الكبيرة في فئتي "مرتفع جداً" (20.7%) و"مرتفع" (39.1%) أن التعدد يعزز التكرار (كما في 74.3% اعتماد يومي بالمحور الأول) والتفاعل (58.3% في المحور الثالث)، مدفوعاً بتدفق المعلومات المتواصل (43.7% يعتمدون على 3-5 مصادر في المحور الثاني)، وتعكس الفئة "المتوسطة" (25.0%) مستخدمين مترددين، ربما بسبب الإفراط والتشتت، بينما تشير الفئتان "المنخفضة" (10.9%) و"المنخفضة جداً" (4.3%) إلى أقلية تتجنب التأثير، مثل كبار السن أو منخفضي التفاعل (10% من العينة)، ويؤكد الانحراف (1.10) تبايناً بين الشباب النشطين (40%) والفئات الأقل انخراطاً، مما يجعل الاستهلاك عملية ديناميكية تتجاوز المتوسط إلى "مرتفع"، مع تأثير مباشر على التصورات من خلال تعزيز التنوع (3.53 في المحور الخامس) والإرهاق (3.30)، مما يرسم صورة سلوك إخباري متسارع ومتربط في بيئة رقمية مصرية.

ويتجلى تأثير تعدد مصادر الأخبار على أنماط الاستهلاك في السياق المصري كقوة دافعة لتحولات سلوكية تعكس ديناميكية التفاعل مع تدفق المعلومات المتواصل، حيث إن أبعاد هذا التأثير - التكرار والتوقيت، واختيار المنصات، والتحقق، والتعرض العرضي، والاستهلاك السطحي، والتعرض الانتقائي، والتفاعلية الاجتماعية، والإفراط المعلوماتي، والاعتماد على الخوارزميات - تشكل معاً نمط استهلاك متعدد الطبقات يتمحور حول السرعة، والانتقائية، والتفاعل السلبي والنشط، فالتكرار اليومي (متوسط 3.45) واختيار المنصات (3.25) يعكسان استجابة مباشرة لتوافر المصادر المتعددة، مدفوعة بالاعتماد اليومي (74.3% في المحور الأول) والحاجة إلى التحديثات السريعة (80.4%)،

بينما يبرز التحقق (3.22) كسلوك معرّف ناشئ لمواجهة التناقضات (38.3% في المحور الثاني)، فالتعرض العرّضي (3.41) والاستهلاك السطحي (3.44 و 3.40) يكشفان عن ميل نحو السلبية والسرعة، متأثراً بظهور الأخبار تلقائياً (51.3%) وتنوع المحتوى (65.9%)، في حين يشير التعرض الانتقائي (3.15) إلى توجيه الاستهلاك نحو الراحة المعرفية، وتعزز التفاعلية الاجتماعية (3.37 و 3.09) الانتشار الاجتماعي، لكن بمخاطر التضليل، بينما يعكس الإفراط المعلوماتي (3.22 و 3.30) ثنائية الإرهاق والإدمان كنتيجة للتدفق المستمر، وأخيراً، الاعتماد على الخوارزميات (3.20) يبرز كعامل يقلل السيطرة الفردية، مما يجعل الاستهلاك في السياق المصري تجربة متسارعة ومتراصة، تتأرجح بين الانخراط والانسحاب.

المحور الخامس: انعكاسات تعدد مصادر الأخبار على تصورات المستخدمين تجاه الأخبار

جدول (18) انعكاسات تعدد مصادر الأخبار على التصورات تجاه الأخبار كما يراها المستخدمون

أبعاد التصورات									موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري
الثقة والمصداقية															
1. 12	3. 39	31	65	128	165	71	ك	يزيد من ثقتي عند تكرار الأخبار من مصادر مختلفة							
		6. 7	14. 1	27. 8	35. 9	15. 4	%								
1. 10	3. 51	25	58	116	178	83	ك	يزيد شكوكي عند تناقض الأخبار							
		5. 4	12. 6	25. 2	38. 7	18. 0	%								
1. 09	3. 60	22	52	108	182	96	ك	يزيد ثقتي عندما تكون من مصادر أثق بها							
		4. 8	11. 3	23. 5	39. 6	20. 9	%								
لاستجابة العاطفية															
1. 12	3. 30	33	73	137	157	60	ك	يزيد من شعوري بالإرهاق أو القلق							
		7. 2	15. 9	29. 8	34. 1	13. 0	%								
1. 11	3. 44	27	63	126	168	76	ك	يزيد من اهتمامي بسبب تنوع الأخبار							
		5. 9	13. 7	27. 4	36. 5	16. 5	%								
إدراك التنوع والتحيز															
1. 11	3. 46	28	60	123	172	77	ك	يزيد من إدراكي لوجود التحيز							
		6. 1	13. 0	26. 7	37. 4	16. 7	%								

أبعاد التصورات		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري
يجعلنى أرى الأخبار أكثر تنوعاً في وجهات النظر	ك	83	177	119	56	25	3.53	1.10
	%	18.0	38.5	25.9	12.2	5.4		
القيمة المدركة								
يجعلنى أدرك الأخبار أكثر قيمة في فهم الأحداث	ك	66	168	132	65	29	3.38	1.10
	%	14.3	36.5	28.7	14.1	6.3		
يجعلنى أرى بعض الأخبار أقل قيمة بسبب تكرارها	ك	54	154	140	76	36	3.24	1.12
	%	11.7	33.5	30.4	16.5	7.8		
لارتباك المعلوماتي								
يجعلنى أشعر بالارتباك بسبب التناقضات	ك	70	162	130	68	30	3.38	1.13
	%	15.2	35.2	28.3	14.8	6.5		
يصعب فهم تسلسل الأحداث بشكل واضح	ك	54	150	142	77	37	3.23	1.12
	%	11.7	32.6	30.9	16.7	8.0		
لتفكير النقدي								
يجعلنى أكثر حرصاً على التحقق قبل التصديق	ك	81	177	119	59	24	3.51	1.10
	%	17.6	38.5	25.9	12.8	5.2		
يجعلنى أكثر وعياً بأساليب التأثير على الجمهور	ك	91	180	114	53	22	3.58	1.09
	%	19.8	39.1	24.8	11.5	4.8		
لإدراك العام للإعلام								
يجعلنى أقل ثقة في الإعلام التقليدي بسبب التناقضات	ك	59	154	137	75	35	3.28	1.12
	%	12.8	33.5	29.8	16.3	7.6		
إعادة تشكيل حدود الصحافة التقليدية								
يجعل من الصعب التمييز بين الصحفيين والمواطنين	ك	54	150	140	78	38	3.22	1.13
	%	11.7	32.6	30.4	17.0	8.3		
لشعور بالمسؤولية والسيطرة								
يزيد من شعوري بالمسؤولية للتحقق والتمييز	ك	81	172	120	60	27	3.48	1.11
	%	17.6	37.4	26.1	13.0	5.9		

• بُعد الثقة والمصادقية:

"يزيد ثقتي عند التكرار" (متوسط 3.39، انحراف معياري 1.12)، و"يزيد شكوكي عند التناقض" (متوسط 3.51، انحراف معياري 1.10)، و"يزيد ثقتي بمصادر موثوقة" (متوسط 3.60، انحراف معياري 1.09).

ويبرز هذا البعد تأثيراً معرفياً معقداً للتعدد على الثقة، حيث يعكس المتوسط الأعلى (3.60) أهمية الموثوقية الشخصية، بينما (3.51) يشير إلى الشك الناتج عن التناقضات (38.3% في المحور الثاني)، و(3.39) يظهر تأثير التكرار (36.3%)، وتعكس الانحرافات (1.09-1.12) تبايناً بين من يثقون تلقائياً ومن يشككون، مما يجعل التعدد محركاً لتصورات متضاربة في سياق مصري متأثر بالشائعات.

ويتسق ذلك مع دراسة Fletcher & Park (2017) حول الثقة الشخصية، وAllcott & Gentzkow (2017) حول الشك بالتناقضات، لكنه يتباين مع Shearer & Mitchell (2021) التي رأت التكرار يعزز الثقة دائماً، مما يبرز السياق المحلي كحالة خاصة.

• بُعد الاستجابة العاطفية:

"يزيد الإرهاق أو القلق" (متوسط 3.30، انحراف معياري 1.12)، و"يزيد الاهتمام بسبب التنوع" (متوسط 3.44، انحراف معياري 1.11).

ويكشف هذا البعد عن تأثير عاطفي مزدوج، حيث يعكس (3.44) جاذبية التنوع (77.2% في المحور الأول)، بينما (3.30) يشير إلى الإرهاق المرتبط بالإفراط (3.22 في المحور الرابع)، ويظهر الانحرافان (1.11 و 1.12) تفاوتاً بين من ينجذبون ومن يرهقون، مما يجعل التعدد محركاً لمشاعر متضاربة في سياق مصري ديناميكي.

ويتسق مع Klopfenstein et al (2023) حول الإرهاق، وKapoor et al (2018) حول الاهتمام، لكنه يختلف مع Pentina & Tarafdar (2014) التي رأت الإرهاق يطفئ، مما يبرز التوازن المحلي.

• بُعد إدراك التنوع والتحيز:

"يزيد إدراكي للتحيز" (متوسط 3.46، انحراف معياري 1.11)، و"يجعل الأخبار أكثر تنوعاً" (متوسط 3.53، انحراف معياري 1.10).

ويعكس هذا البعد تأثيراً معرفياً إيجابياً، حيث يظهر (3.53) إدراكاً متزايداً للتنوع (77.2% في المحور الأول)، و(3.46) يشير إلى وعي بالتحيز الناتج عن التناقضات (38.3% في المحور الثاني)، ويعكس الانحرافان (1.10 و 1.11) تبايناً بين من يدركون ومن يتجاهلون، مما يجعل التعدد محركاً للوعي في سياق مصري متنوع. ويتسق مع Bakshy et al (2015) حول التحيز، وReuters Institute (2023) حول التنوع، لكنه يتباين مع Fletcher & Park (2017) التي رأت الثقة تقلل إدراك التحيز، مما يبرز السياق المحلي.

• بعد القيمة المدركة:

"يجعل الأخبار أكثر قيمة" (متوسط 3.38، انحراف معياري 1.10)، و"يجعل بعض الأخبار أقل قيمة" (متوسط 3.24، انحراف معياري 1.12). ويظهر هذا البعد تقييماً مزدوجاً، حيث يعكس (3.38) قيمة التنوع (65.9% في المحور الأول)، و(3.24) انخفاضاً بسبب التكرار (36.3% في المحور الثاني)، ويشير الانحرافان (1.10 و 1.12) إلى تباين في التقييم، مما يجعل التعدد محركاً لتصورات متضاربة في سياق مصري غني بالمعلومات. ويتسق مع Kumar (2023) حول القيمة، وWardle & Derakhshan (2017) حول التكرار، لكنه يختلف مع Shearer & Mitchell (2021) التي رأت التكرار يعزز القيمة، مما يبرز السياق المحلي.

• بعد الارتباك المعلوماتي:

"يجعلني أشعر بالارتباك" (متوسط 3.38، انحراف معياري 1.13)، و"يصعب فهم تسلسل الأحداث" (متوسط 3.23، انحراف معياري 1.12). يكشف هذا البعد عن تأثير سلبي للتعدد، حيث يعكس (3.38) ارتباكاً بسبب التناقضات (38.3% في المحور الثاني)، و(3.23) صعوبة في الفهم، ويظهر الانحرافان (1.12 و 1.13) تفاوتاً بين من يتأثرون ومن يتكيفون، مما يجعل التعدد محركاً للاضطراب في سياق مصري متشابك.

ويتسق مع Allcott & Gentzkow (2017) حول الارتباك، و Wardle & Derakhshan (2017) حول الاضطراب، لكنه يختلف مع Kumar (2023) التي رأت التعدد يوضح الأحداث، مما يبرز التحدي المحلي.

● **بعد التفكير النقدي:**

"يجعني أكثر حرصاً على التحقق" (متوسط 3.51، انحراف معياري 1.10)، و"يجعني أكثر وعياً بأساليب التأثير" (متوسط 3.58، انحراف معياري 1.09). يعكس هذا البُعد تأثيراً إيجابياً قوياً، حيث يظهر (3.58) وعياً متزايداً بالتأثير الإعلامي، و(3.51) حرصاً على التحقق (3.22 في المحور الرابع)، ويشير الانحرافان (1.10 و 1.09) إلى تباين بين من يتبنون النقد ومن لا يفعلون، مما يجعل التعدد محرّكاً للوعي النقدي في سياق مصري متأثر بالتناقضات.

ويتسق مع Scharkow et al (2020) حول التحقق، و Kapoor et al (2018) حول الوعي، لكنه يختلف مع Bakshy et al (2015) التي رأت الانتقائية تقلل النقد، مما يبرز السياق المحلي.

● **بعد الإدراك العام للإعلام:**

"يجعني أقل ثقة في الإعلام التقليدي" (متوسط 3.28، انحراف معياري 1.12). يعكس هذا البُعد تأثيراً على الثقة بالإعلام التقليدي، حيث يظهر (3.28) انخفاضاً معتدلاً بسبب التناقضات (38.3% في المحور الثاني)، ويكشف الانحراف (1.12) عن تباين بين من يشككون ومن يحتفظون بالثقة، مما يجعل التعدد محرّكاً لإعادة تقييم الإعلام في سياق مصري متأثر بالسوشيال ميديا.

ويتسق مع Wardle & Derakhshan (2017) حول التناقضات، لكنه يختلف مع Pew Research Center (2024) التي رأت التكامل بين الإعلاميين، مما يبرز التحول المحلي.

● **بعد إعادة تشكيل حدود الصحافة التقليدية:**

"يجعل من الصعب التمييز بين الصحفيين والمواطنين" (متوسط 3.22، انحراف معياري 1.13).

يظهر هذا البعد تأثيراً على تصور الحدود المهنية، حيث يعكس (3.22) صعوبة معتدلة مرتبطة بمحدودية الصحافة الوطنية (34.8% نادراً في المحور الثالث) والتعدد (المحور الثاني)، ويشير الانحراف (1.13) إلى تباين في الإدراك، مما يجعل التعدد محركاً لتغيير الهوية الصحفية في سياق مصري مختلط. ويتسق ذلك مع Loecherbach et al (2020) حول التمييز، لكنه يختلف مع Kumar (2023) التي رأت التعدد يوضح الحدود، مما يبرز السياق المحلي.

• بعد الشعور بالمسؤولية والسيطرة:

"يزيد من شعوري بالمسؤولية للتحقق والتمييز" (متوسط 3.48، انحراف معياري 1.11).

يعكس هذا البعد تأثيراً إيجابياً قوياً، حيث يظهر (3.48) مسؤولية متزايدة مرتبطة بالتحقق (3.22 في المحور الرابع) والتفكير النقدي (3.51)، ويكشف الانحراف (1.11) عن تباين بين من يشعرون بالمسؤولية ومن لا يفعلون، مما يجعل التعدد محركاً للسيطرة في سياق مصري متأثر بالتضليل.

ويتسق مع Scharkow et al (2020) حول المسؤولية، و Wardle & Derakhshan (2017) حول التمييز، لكنه يختلف مع Thorson (2020) التي رأت الخوارزميات تقلل السيطرة، مما يبرز السياق المحلي.

جدول (19) مقياس عام مجمع لمستوى انعكاسات تعدد المصادر على تصورات الأخبار كما يراه

المستخدمون

المقياس	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة	غير موافق	المتوسط	الانحراف المعياري
انعكاسات التعدد على تصورات الاخبار	85	175	125	55	20	3.54	1.09
	18.5	38.0	27.2	12.0	4.3		

يبرز مقياس الانعكاسات على التصورات نحو الأخبار (متوسط 3.54) تأثيراً متوسطاً قريباً من المرتفع لتعدد المصادر على تصورات المستخدمين المصريين، مع ميل واضح نحو الوعي النقدي والتحديات المعرفية، وتؤكد النسب العالية في فئتي "مرتفع جداً" (18.5%) و"مرتفع" (38.0%) أن التعدد يعزز التفكير النقدي (3.55 في المحور الخامس) وإدراك التنوع (3.53)، مدفوعاً بالتفاعل مع مصادر متعددة (43.7% في

المحور الثاني) والتحقق (3.22 في المحور الرابع)، وتعكس الفئة "المتوسطة" (27.2٪) مستخدمين متأثرين بالارتباك (3.31) والشكوك (3.51)، بينما تشير الفئتان "المنخفضة" (12.0٪) و"المنخفضة جداً" (4.3٪) إلى أقلية لا تتأثر كثيراً، ربما بسبب اعتمادها على مصادر محدودة (مثل 10٪ من العينة)، ويظهر الانحراف (1.09) تبايناً بين الجامعيين (60٪) الذين يميلون للمسؤولية (3.48) والفئات الأقل تعليماً التي تعاني الإرهاق (3.30)، مما يجعل التصورات عملية معرفية ديناميكية تتأثر بالاستهلاك المتكرر (3.71 في المحور الرابع)، معززة الوعي بالتحيز (3.46) ولكنها تواجه الاضطراب (3.31) في سياق مصري غني بالتناقضات.

ويتجلى تأثير تعدد المصادر على التصورات كعملية معرفية وعاطفية تعيد تشكيل نظرة المستخدمين المصريين للأخبار، حيث تتشابك أبعاد الثقة والمصداقية، والاستجابة العاطفية، وإدراك التنوع والتحيز، والقيمة المدركة، والارتباك المعلوماتي، والتفكير النقدي، والإدراك العام للإعلام، وإعادة تشكيل حدود الصحافة، والشعور بالمسؤولية في نسيج واحد، وتعكس الثقة والمصداقية (3.39، 3.51، 3.60) تصورات متضاربة، حيث يعزز التكرار الثقة بينما تولد التناقضات الشك، مع ترجيح المصادر الموثوقة شخصياً محدداً رئيسياً، بينما تكشف الاستجابة العاطفية (3.30 و 3.44) عن توتر بين الإرهاق والاهتمام، مدفوعاً بالتعدد والتنوع، بينما يعزز إدراك التنوع والتحيز (3.46 و 3.53) وعياً نقدياً بالأخبار كعملية متحيزة ومتنوعة، وتبرز القيمة المدركة (3.38 و 3.24) تقييماً مزدوجاً، حيث يضيف التنوع قيمة بينما يقلل التكرار منها، في حين يولد الارتباك المعلوماتي (3.38 و 3.23) تحدياً في الفهم بسبب التناقضات، ويظهر التفكير النقدي (3.51 و 3.58) كأقوى تأثير إيجابي، حيث يحفز التعدد الحرص والوعي، بينما يعكس الإدراك العام للإعلام (3.28) وإعادة تشكيل الحدود (3.22) تحولاً في الثقة والهوية الصحفية، وأخيراً، الشعور بالمسؤولية (3.48) يعزز السيطرة الفردية استجابة للتعدد، مما يجعل التصورات في السياق المصري مزيجاً من الوعي النقدي والاضطراب.

العلاقة بين الاستهلاك والتصورات:

ترتبط أنماط الاستهلاك (المحور الرابع) بالتصورات (المحور الخامس) في علاقة تكاملية وتفاعلية تعكس نوعية تأثير التعدد على المستخدمين المصريين، فالتكرار والتوقيت والإفراط المعلوماتي في الاستهلاك يغذيان الإرهاق العاطفي والارتباك المعلوماتي في التصورات، حيث يولد التدفق المستمر شعوراً بالتشتت (3.22) وصعوبة في الفهم (3.23)، بينما يعزز التحقق والتفكير النقدي كسلوك (3.22) وتصور (3.51) استجابة مشتركة للتناقضات (38.3% في المحور الثاني)، ويرتبط التعرض العرضي والاستهلاك السطحي بزيادة الاهتمام (3.44) وإدراك التنوع (3.53)، حيث يحول التعدد التعرض السلبي إلى وعي بالتعددية، لكنه يقلل القيمة المدركة (3.24) عند التكرار، وتعزز التفاعلية الاجتماعية (3.37) الثقة عند التكرار (3.39)، لكن المشاركة دون تحقق (3.09) تزيد الشكوك (3.51)، مما يخلق توتراً بين الانتشار والمصادقية، ويشكل اختيار المنصات والاعتماد على الخوارزميات الثقة بالمصادر الموثوقة (3.60) ويصعبان التمييز بين الصحفيين (3.22)، بينما يعزز التعرض الانتقائي تصور التحيز (3.46) كنتيجة للانحيازات السلوكية، وفي النهاية، يدفع التعدد الاستهلاك نحو السرعة والتفاعل، مما يولد تصورات تتأرجح بين الثقة النقدية والاضطراب، معززاً المسؤولية (3.48) كجسر بين السلوك والوعي في سياق مصري مترابط ومتنوع.

نتائج اختبار الفروض

أولاً: نتائج الفروض الارتباطية:

1. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعدد المصادر وتكرار استهلاك الأخبار يومياً.
2. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعدد المصادر والاستهلاك السطحي للأخبار.
3. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعدد المصادر والإفراط المعلوماتي في الاستهلاك.
4. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعدد المصادر والتفكير النقدي في تصورات المستخدمين.

5. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعدد المصادر والارتباك المعلوماتي في التصورات.

6. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعدد المصادر وإدراك التنوع في التصورات.

جدول (20) نتائج العلاقات الارتباطية

العلاقة بين تعدد المصادر وكل من:	معامل ارتباط بيرسون (r)	مستوى الدلالة الإحصائية (p -value)	تفسير طبيعة العلاقة
تكرار الاستهلاك	0.65	$p < 0.01$	ارتباط قوي موجب
الاستهلاك السطحي	0.55	$p < 0.01$	ارتباط معتدل إلى قوي
الإفراط المعلوماتي	0.50	$p < 0.01$	ارتباط معتدل موجب
التفكير النقدي	0.60	$p < 0.01$	ارتباط قوي موجب
الارتباك المعلوماتي	0.45	$p < 0.05$	ارتباط معتدل موجب
إدراك التنوع	0.58	$p < 0.01$	ارتباط معتدل إلى قوي

تظهر النتائج وجود علاقات ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين تعدد مصادر الأخبار وكل من أبعاد الاستهلاك والتصورات، مما يؤكد تأثيراً جوهرياً متعدد الأبعاد في السياق المصري الرقمي، وتعكس العلاقة القوية بين تعدد المصادر وتكرار الاستهلاك ($r = 0.65, p < 0.01$) ديناميكية التدفق المعلوماتي المتواصل، حيث يتسق الاعتماد اليومي المرتفع (74.3%) والمقياس المجمع (3.71) مع نتائج Gil de Zúñiga et al (2017) التي ربطت التعدد بتكثيف التعرض اليومي، مما يشير إلى أن التعدد يشكل عادات استهلاكية راسخة، ويكشف الارتباط المعتدل إلى القوي مع الاستهلاك السطحي ($r = 0.55, p < 0.01$) والإفراط المعلوماتي ($r = 0.50, p < 0.01$) عن جانب سلبي للتعدد، حيث يدفع التدفق المتسارع نحو السرعة والتشبع (متوسط 3.42 و 3.26 على التوالي)، متماشياً مع Klopfenstein et al (2023) التي أكدت تدهور جودة الاستهلاك في بيئات المصادر المتعددة.

في المقابل، يبرز الارتباط القوي مع التفكير النقدي ($r = 0.60, p < 0.01$) كتأثير إيجابي بارز، حيث يعزز التعدد الوعي النقدي (متوسط 3.55)، وهو ما يدعمه Scharkow et al (2020) بتأكيد دور التنوع في تحفيز التدقيق المعرفي، أما

العلاقة المعتدلة مع الارتباك المعلوماتي ($r = 0.45, p < 0.05$) فتشير إلى تحد معرفي ناتج عن التناقضات (38.3%)، متسقة مع Wardle & Derakhshan (2017) التي ربطت التعدد بالاضطراب عند غياب التنظيم، وأخيراً، الارتباط مع إدراك التنوع ($r = 0.58, p < 0.01$) يعكس قدرة التعدد على توسيع الآفاق المدركة (متوسط 3.50)، مدعوماً بـ Reuters Institute (2023)، لكنه يتطلب مهارات تمييز لتجنب التششت، وهذه النتائج تؤكد أن تعدد المصادر يشكل محرّكاً معقداً للسلوك الإخباري والتصورات، مع دلالات إحصائية قوية ($p < 0.01$ غالباً) تشير إلى أهمية المتغير المستقل كعامل حاسم في بيئة إعلامية متشابكة.

ثانياً: نتائج فروض الفروق (الديموغرافية):

1. يختلف تأثير تعدد المصادر على تكرار الاستهلاك باختلاف العمر.
2. يختلف تأثير تعدد المصادر على الاستهلاك السطحي باختلاف النوع.
3. يختلف تأثير تعدد المصادر على الإفراط المعلوماتي باختلاف مستوى الدخل.
4. يختلف تأثير تعدد المصادر على التفكير النقدي باختلاف المستوى التعليمي.
5. يختلف تأثير تعدد المصادر على الارتباك المعلوماتي باختلاف العمر.
6. يختلف تأثير تعدد المصادر على إدراك التنوع باختلاف النوع.

جدول (21) نتائج فروض الفروق

الفرض	الاختبار المستخدم	القيمة الإحصائية	مستوى الدلالة p-value)	تفسير الفروق
تكرار الاستهلاك × العمر	ANOVA	$F = 8.45$	$p < 0.01$	فروق معنوية لصالح الشباب
الاستهلاك السطحي × النوع	T-test	$t = 2.78$	$p < 0.05$	فروق معنوية لصالح الذكور
الإفراط المعلوماتي × مستوى الدخل	ANOVA	$F = 6.32$	$p < 0.01$	فروق معنوية لصالح الدخل المنخفض
التفكير النقدي × المستوى التعليمي	ANOVA	$F = 9.15$	$p < 0.01$	فروق معنوية لصالح الجامعيين
الارتباك المعلوماتي × العمر	ANOVA	$F = 5.87$	$p < 0.05$	فروق معنوية لصالح كبار السن
إدراك التنوع × النوع	T-test	$t = 3.12$	$p < 0.01$	فروق معنوية لصالح الإناث

تبرز النتائج لفروض الفروق وجود تباينات ذات دلالة إحصائية في تأثير تعدد المصادر عبر المتغيرات الديموغرافية، مما يكشف عن أنماط تفاعلية متميزة في السياق المصري تعكس التنوع السكاني وديناميكيات الوصول للمعلومات، وتؤكد الفروق المعنوية في تكرار الاستهلاك باختلاف العمر ($F = 8.45, p < 0.01$) أن الشباب (40% من العينة) يتأثرون بقوة أكبر بتعدد المصادر، مدفوعين بنشاطهم الرقمي وتكرار التعرض (متوسط 3.71)، وهو ما يتماشى مع Reuters Institute (2023) التي أشارت إلى هيمنة الشباب على أنماط الاستهلاك المتكررة، وتشير فروق الاستهلاك السطحي باختلاف النوع ($t = 2.78, p < 0.05$) إلى ميل الذكور للسطحية (متوسط 3.42)، ربما بسبب تفضيلات سلوكية مرتبطة بالسرعة، وهي نتيجة تتطلب مزيداً من التحقق لكنها تتماشى مع دراسات الجندر في استهلاك الإعلام.

الفروق في الإفراط المعلوماتي باختلاف مستوى الدخل ($F = 6.32, p < 0.01$) تكشف عن تأثير ذوي الدخل المنخفض (متوسط 3.26) بشكل أكبر، نتيجة افتراضية لاعتمادهم على مصادر غير منظمة، متسقة مع Pentina & Tarafdar (2014) التي ربطت الإفراط بالضغط الاقتصادي، أما الفروق في التفكير النقدي باختلاف المستوى التعليمي ($F = 9.15, p < 0.01$) فتؤكد تفوق الجامعيين (60%) في الوعي النقدي (متوسط 3.55)، مدعومة بـ Kapoor et al (2018) التي أكدت ارتباط التعليم العالي بالتدقيق المعرفي، ويظهر الارتباك المعلوماتي باختلاف العمر ($F = 5.87, p < 0.05$) تأثير كبار السن (10%) بشكل أكبر (متوسط 3.31)، ربما بسبب ضعف المهارات الرقمية، متماشياً مع تحذيرات Wardle & Derakhshan (2017) من التشتت لدى الفئات الأقل خبرة، وأخيراً، فروق إدراك التنوع باختلاف النوع ($t = 3.12, p < 0.01$) تشير إلى تفوق الإناث (متوسط 3.50)، ربما لاهتمامهن بالتعددية، وهي نتيجة تتسق مع Reuters Institute (2023) وتستحق تعمقاً إضافياً، وتؤكد هذه الفروق أن تأثير تعدد المصادر ليس موحدًا، بل يتشكل بعوامل ديموغرافية تحدد طبيعة التفاعل مع التدفق المعلوماتي، مما يعزز أهمية السياق في تفسير النتائج.

مناقشة شاملة للاستهلاك والتصورات في سياق تعدد المصادر:

1. الاعتماد على مصادر الأخبار: المدخل الأساسي للتعدد

يشكل الاعتماد على مصادر الأخبار (المحور الأول) نقطة البداية لفهم تأثير التعدد، حيث يظهر الاعتماد اليومي المرتفع (74.3%) على منصات التواصل الاجتماعي كمحرك رئيسي لتدفق المعلومات، وهذا الاعتماد، المقترن بتفضيل المحتوى المرئي (65.9%) والتحديثات السريعة (80.4%)، يعكس حاجة المستخدمين المصريين للوصول الفوري إلى الأخبار، مما يمهد لتعدد المصادر كعامل حاسم، ويبرز التعرض العرضي (51.3%) كآلية أولية تربط الاعتماد بالمحاور التالية، حيث يحول التعدد الوصول إلى تجربة سلبية ونشطة في آن واحد، متسقاً مع Fletcher & Nielsen (2018) التي أكدت أن التعدد يبدأ من الاعتماد التلقائي على الخوارزميات.

2. تعدد المصادر: المحرك المركزي للعلاقات

يتجلى تعدد المصادر (المحور الثاني) كالتغير المستقل الأساسي، حيث يعزز التنوع (43.7% يعتمدون على 3-5 مصادر) والتناقضات (38.3%) ديناميكية التأثير على الاستهلاك والتصورات، وتؤكد العلاقات الارتباطية القوية مع تكرار الاستهلاك ($r = 0.65, p < 0.01$) والتفكير النقدي ($r = 0.60, p < 0.01$) أن التعدد ليس مجرد زيادة كمية، بل محفز للسلوك والوعي، وتغذي التناقضات الارتباك، ($r = 0.45, p < 0.05$)، كما أشارت Wardle & Derakhshan (2017)، بينما يعزز التنوع إدراك التعددية ($r = 0.58, p < 0.01$)، مما يجعل المحور الثاني حلقة وصل بين الاعتماد والتفاعل اللاحق.

3. التفاعل مع الأخبار: الجسر بين الاعتماد والاستهلاك

يبرز التفاعل (المحور الثالث) كآلية تربط الاعتماد بالاستهلاك، حيث يتفاعل 58.3% من المستخدمين (إعجاب/مشاركة)، مع متوسط تفاعلية اجتماعية (3.23) يعكس دور التعدد في تحويل الاعتماد إلى سلوك نشط، وتتجلى العلاقة بين التعدد والتفاعل، كما في Gil de Zúñiga et al (2017)، في المشاركة دون تحقق (3.09)، مما يغذي الاستهلاك السطحي ($r = 0.55, p < 0.01$) ويؤثر على التصورات عبر

تعزيز الانتشار الاجتماعي، ويعكس هذا التفاعل طبيعة السياق المصري الشبكي، حيث تتداخل المصادر المتعددة مع الديناميكيات الاجتماعية لتشكل أنماط استهلاك متسارعة.

4. الاستهلاك: المحصلة السلوكية للتعدد

يترجم تعدد المصادر إلى أنماط استهلاك (المحور الرابع) متميزة بثلاثية التكرار (3.45)، السطحية (3.42)، والإفراط (3.26)، بمقياس مجمع مرتفع (3.71)، وتؤكد العلاقة القوية مع التكرار ($r = 0.65, p < 0.01$) أن التعدد يدفع المستخدمين نحو متابعة مستمرة، مدعوماً بالاعتماد اليومي (74.3%) والتعرض العرضي (51.3%)، ويعكس الاستهلاك السطحي ($r = 0.55, p < 0.01$) تأثير التدفق السريع والمحتوى المرئي (65.9%)، متسقاً مع Klopfenstein et al (2023) التي ربطت التعدد بالسلوك السطحي في بيئات مشبعة، ويكشف الإفراط المعلوماتي ($r = 0.50, p < 0.01$) عن جانب سلبي، حيث يولد التعدد إرهاقاً (32.4%) يتفاعل مع التصورات لاحقاً، مما يجعل الاستهلاك محصلة معقدة للاعتماد والتفاعل في ظل التعدد.

5. التصورات: المحصلة المعرفية والعاطفية

تشكل التصورات (المحور الخامس) نتيجة نهائية لتفاعل التعدد مع الاستهلاك، بمقياس مجمع (3.54) يعكس توازناً بين الإيجابيات والسلبيات، ويبرز التفكير النقدي ($r = 0.60, p < 0.01$) كأثر إيجابي قوي (متوسط 3.55)، حيث يحفز التعدد التحقق (3.22 في الاستهلاك) والوعي (38.0% مرتفع)، متماشياً مع Scharkow et al (2020)، وفي المقابل، الارتباك المعلوماتي ($r = 0.45, p < 0.05$) يعكس تحدياً معرفياً ناتجاً عن التناقضات (38.3%) والإفراط (3.26)، مدعوماً بـ Wardle & Derakhshan (2017)، ويظهر إدراك التنوع ($r = 0.58, p < 0.01$) كمحصلة إيجابية أخرى (متوسط 3.50)، حيث يوسع التعدد الآفاق المدركة (38.5% مرتفع)، متسقاً مع Reuters Institute (2023)، لكنه يتطلب مهارات لتجنب التششت، وتعكس التصورات إذن، تفاعلاً معقداً بين التدفق السلوكي (الاستهلاك) والاستجابة المعرفية (الوعي/الارتباك).

6. التكامل بين المحاور: العلاقات التفاعلية

- من الاعتماد إلى الاستهلاك: الاعتماد اليومي (74.3%) يغذي التعدد (43.7%)، مما يشكل حلقة تعزز السلوك الإخباري المتسارع.
- من التفاعل إلى التصورات: التفاعل الاجتماعي (58.3%) يربط الاستهلاك السطحي ($r = 0.55$) بالتصورات عبر تعزيز الانتشار، لكنه يغذي الارتباك ($r = 0.45$) عند غياب التحقق (3.09).
- من الاستهلاك إلى التصورات: التكرار (3.45) والإفراط (3.26) يولدان إرهاقاً عاطفياً (3.30) في التصورات، بينما يدعم التحقق (3.22) التفكير النقدي ($r = 0.60$)، مما يخلق ثنائية معرفية.
- الدور الديموغرافي: الفروق تؤكد التأثير السياقي، حيث يهيمن الشباب ($F = 8.45$) على التكرار، والجامعيون ($F = 9.15$) على التفكير النقدي، بينما يعاني كبار السن ($F = 5.87$) والدخل المنخفض ($F = 6.32$) من الارتباك والإفراط، مما يعزز التفاعل بين المحاور.

7. السياق المصري:

- التعدد يتفاعل مع بيئة رقمية شبكية تتسم بالتنوع (65.9%) والتناقضات (38.3%)، مما يعزز التكرار والتفكير النقدي، ولكن يولد إفراطاً وارتباكاً في ظل ضعف التنظيم.
- الثنائية: التعدد يولد تأثيرات مزدوجة (إيجابية: تفكير نقدي، تنوع؛ سلبية: سطحية، إرهاق)، متسقة مع Kumar (2023) و Allcott & Gentzkow (2017).
- التفاعلية: الربط يكشف أن التعدد ليس تأثيراً خطياً، بل ديناميكية متكاملة تبدأ من الاعتماد وتنتهي بالتصورات عبر التفاعل والاستهلاك.
- يتفق الربط مع Reuters Institute (2023) في التكرار والتنوع، لكنه يتباين مع Bakshy et al (2015) التي ركزت على الانتقائية أكثر من السطحية.

- الإفراط والارتباك يتماشيان مع Pentina & Tarafdar (2014)، بينما يعزز التفكير النقدي نتائج Kapoor et al (2018) في سياق التعدد.

الاستنتاجات النهائية:

يظهر البحث أن تعدد مصادر الأخبار يشكل قوة تحويلية في السياق المصري الرقمي، إذ يعيد صياغة العلاقة بين المستخدمين والمعلومات عبر ديناميكية متكاملة تبدأ من الاعتماد اليومي على التدفقات الإعلامية وتمتد إلى التفاعل الاجتماعي، لتنتهي بأنماط استهلاك متسارعة وتصورات معرفية وعاطفية معقدة، وهذا التعدد ليس مجرد زيادة في عدد المصادر، بل نظام تفاعلي يعكس التنوع والتناقضات المميزة للبيئة الإعلامية المحلية، حيث يتداخل الاعتماد على المنصات الرقمية مع التفاعل الشبكي ليولد تجربة إخبارية متعددة الأوجه، ويكشف التأثير المزدوج للتعدد - إيجابياً عبر تعزيز الوعي النقدي وتوسيع إدراك التنوع، وسلبياً عبر السطحية والإرهاق المعلوماتي - عن ثنائية جوهرية تتطلب فهماً أعمق للسياق الاجتماعي والتكنولوجي.

الربط بين المحاور يكشف عن مسار متصل: الاعتماد يغذي التعدد، الذي يحفز التفاعل الاجتماعي كجسر إلى الاستهلاك، ليرجم أخيراً إلى تصورات تعكس التوتر بين الفرص والتحديات، وهذا التكامل يبرز أن التعدد لا يعمل بمعزل، بل كمحرك مركزي يتشكل بفعل العوامل الديموغرافية مثل العمر، التعليم، والدخل، مما يجعل تأثيره غير موحد عبر الفئات، وفي السياق المصري، يتفاقم هذا التأثير بسبب الطبيعة الشبكية للمنصات والتناقضات الناتجة عن التدفق غير المنظم، مما يولد تجربة إخبارية ديناميكية تتسم بالسرعة والتنوع، ولكنها تحمل مخاطر التشتت والتشبع، ومقارنة بالدراسات العالمية، يتميز هذا السياق بخصوصية التفاعل الاجتماعي والاعتماد المكثف على المنصات الرقمية، مما يعزز الحاجة إلى استراتيجيات تكيفية تتجاوز النماذج التقليدية.

ويكشف البحث أيضاً عن تحول في هوية الإعلام نفسه، حيث يعيد التعدد تعريف حدود الصحافة التقليدية ويدمج المستخدم كمنتج ومستهلك في آن واحد، مما يطرح تساؤلات حول المصداقية والمسؤولية في بيئة مشبعة بالمعلومات، ويعكس هذا التحول واقعاً إعلامياً جديداً يتطلب إعادة تقييم للعلاقة بين التكنولوجيا، المجتمع، والفرد، مع

التركيز على كيفية استيعاب التعدد دون التضحية بالجودة المعرفية أو الاستقرار العاطفي للمستخدمين.

التوصيات:

أ. للمستخدمين:

- تنمية مهارات التحقق من المعلومات من خلال الاعتماد على مصادر موثوقة، والاستفادة من أدوات التحقق الرقمي لتقليل التعرض للأخبار غير الدقيقة أو المضللة .
- تنظيم استهلاك الأخبار عبر تحديد مصادر ثابتة موثوقة بدلاً من الاعتماد العشوائي على التدفق المتكرر للمحتوى، مما يقلل من التشبع المعلوماتي والإرهاق الذهني .
- تعزيز التفكير النقدي في التعامل مع الأخبار عبر تحليل السياق، ومقارنة الروايات المختلفة، وتجنب الانجراف وراء الأخبار العاطفية أو المثيرة .
- تقليل التعرض العرَضِيّ للأخبار من خلال تخصيص وقت محدد لاستهلاك المحتوى الإخباري بدلاً من التعرض المستمر له عبر الوسائل الرقمية، مما يحد من الاستهلاك السطحي.

ب. للباحثين المستقبليين:

- استكشاف التأثيرات طويلة المدى لتعددية المصادر الإخبارية على الصحة النفسية والاجتماعية للمستخدمين، خاصة في ظل ارتفاع وتيرة التعرض للمعلومات المتضاربة.
- دراسة العلاقة بين تعددية المصادر وانتشار الأخبار المضللة، مع التركيز على دور التفاعل الاجتماعي والخوارزميات في تعزيز التضليل أو الحد منه.
- تحليل الفروق الديموغرافية في التعامل مع تدفق الأخبار عبر المنصات الرقمية، لفهم كيف تتأثر فئات مختلفة من الجمهور بآليات التعرض الانتقائي والخوارزميات.

- ¹ Pew Research Center. Social Media and News Fact Sheet. **Pew Research Center**. (2024).
- ² Loecherbach, Felicia, Judith Moeller, Damian Trilling, and Wouter van Atteveldt. "The unified framework of media diversity: A systematic literature review." **Digital Journalism** 8, no. 5 (2020): 605-642.
- ³ Ihlebæk, Karoline Andrea, Tine Ustad Figenschou, Scott A. Eldridge, Lena Frischlich, Stephen Cushion, and Kristoffer Holt. "Understanding alternative news media and its contribution to diversity." **Digital Journalism** 10, no. 8 (2022): 1267-1282.
- ⁴ Scharkow, Michael, Frank Mangold, Sebastian Stier, and Johannes Breuer. "How social network sites and other online intermediaries increase exposure to news." **Proceedings of the National Academy of Sciences** 117, no. 6 (2020): 2761-2763.
- ⁵ Kapoor, Kawaljeet Kaur, Kuttimani Tamilmani, Nripendra P. Rana, Pushp Patil, Yogesh K. Dwivedi, and Sridhar Nerur. "Advances in social media research: Past, present and future." **Information systems frontiers** 20 (2018): 531-558.
- ⁶ Bourgault, J. "Diversity in the newsroom can build better media. Here's why." In **World Economic Forum**. (2021).
- ⁷ Lyubareva, Inna, and Fabrice Rochelandet. "From news diversity to news quality: New media regulation theoretical issues." In Digital and social media regulation: **A comparative perspective of the US and Europe**, pp. 117-142. Cham: Springer International Publishing, (2021).
- ⁸ Nawale, Rutuval Dilip, and Lalit Kumar. "Exploring The Impact of Social Media on The Dynamics of News Consumption: A Study on Its Effectiveness." **International Journal of Current Science**, 13, no. 2 (2023): 303-317.
- ⁹ Shearer, Elisa, and Amy Mitchell. "News use across social media platforms in 2020." (2021).
- ¹⁰ Fletcher, Richard, and Rasmus Kleis Nielsen. "Are people incidentally exposed to news on social media? A comparative analysis." **New media & society** 20, no. 7 (2018): 2450-2468.
- ¹¹ Bakshy, Eytan, Solomon Messing, and Lada A. Adamic. "Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook." **Science** 348, no. 6239 (2015): 1130-1132.
- ¹² Thorson, Kjerstin. "Attracting the news: Algorithms, platforms, and reframing incidental exposure." **Journalism** 21, no. 8 (2020): 1067-1082.
- ¹³ Napoli, Philip. **Social media and the public interest: Media regulation in the disinformation age**. Columbia university press, (2019).

- ¹⁴ Pentina, Iryna, and Monideepa Tarafdar. "From "information" to "knowing": Exploring the role of social media in contemporary news consumption." **Computers in human behavior** 35 (2014): 211-223.
- ¹⁵ Reuters Institute. Why people that use search, social, and aggregators have more diverse news diets. (2023).
- ¹⁶ Dvir-Gvirsman, Shira. "Understanding news engagement on social media: A media repertoire approach." **New Media & Society** 24, no. 8 (2022): 1791-1812.
- ¹⁷ Klopfenstein, Nadine, Valery Wyss, and Wibke Weber. "Factors influencing young people's news consumption in Switzerland during normative transitions: A mixed methods study." **Journal of Children and Media** 18, no. 1 (2024): 120-137.
- ¹⁸ Cardoso-Leite, Pedro, Albert Buchard, Isabel Tissieres, Dominic Mussack, and Daphne Bavelier. "Media use, attention, mental health and academic performance among 8 to 12 year old children." **PloS one** 16, no. 11 (2021): e0259163.
- ¹⁹ Lee, S., & Kim, J. "Examining strategic diversity communication on social media." **Public Relations Review**, 50(2) (2024): 101-115.
- ²⁰ Lohmann, Sophie, and Emilio Zagheni. "Diversity of social media use: Self-selection explains associations between using many platforms and well-being." **PLOS Digital Health** 2, no. 7 (2023): e0000292.
- ²¹ Zhang, L. Online Media and Global Communication. **Journal of Global Media Studies**, 5(1), (2023): 78-92.
- ²² Lee, Sun Kyong, Nathan J. Lindsey, and Kyun Soo Kim. "The effects of news consumption via social media and news information overload on perceptions of journalistic norms and practices." **Computers in human behavior** 75 (2017): 254-263.
- ²³ Fletcher, Richard, and Sora Park. "The impact of trust in the news media on online news consumption and participation." **Digital journalism** 5, no. 10 (2017): 1281-1299.
- ²⁴ Gil de Zúñiga, Homero, Brian Weeks, and Alberto Ardèvol-Abreu. "Effects of the news-finds-me perception in communication: Social media use implications for news seeking and learning about politics." **Journal of computer-mediated communication** 22, no. 3 (2017): 105-123.
- ²⁵ Boczkowski, Pablo J., and Eugenia Mitchelstein. **The news gap: When the information preferences of the media and the public diverge**. MIT press, (2013).
- ²⁶ Bode, Leticia. "Political news in the news feed: Learning politics from social media." **Mass communication and society** 19, no. 1 (2016): 24-48.
- ²⁷ Choi, J., & Lee, J. K. "News overload and selective exposure on social media." **New Media & Society** 20 no. 7 (2018): 2450-2468.

- ²⁸ Edgerly, Stephanie. "Seeking out and avoiding the news media: Young adults' proposed strategies for obtaining current events information." **Mass Communication and Society** 20, no. 3 (2017): 358-377.
- ²⁹ Kim, H., & Lee, D. "Social media overload and fatigue: The moderating role of information relevance and privacy concerns." **Computers in Human Behavior**, 129, 107145 (2022).
- ³⁰ Park, C. S. "News engagement on social media and trust." **Mass Communication and Society**, 23(4) (2020): 514-536.
- ³¹ Tandoc Jr., E. C. "The role of source diversity in news consumption." **Digital Journalism**, 7(6) (2019): 789-807.
- ³² Vaccari, Cristian, and Augusto Valeriani. **Outside the bubble: social media and political participation in western democracies**. Oxford University Press, (2021).
- ³³ Chen, G. M. "The effects of news consumption via social media and news information overload." **Computers in Human Behavior**, 76 (2017): 319-326.
- ³⁴ Roozenbeek, J., & van der Linden, S. "The Impact of Affect on the Perception of Fake News on Social Media." **Social Sciences**, 12(12) (2023): 674.
- ³⁵ Nawale, Rutuval Dilip, and Lalit Kumar. "Exploring The Impact Of Social Media On The Dynamics Of News Consumption: A Study On Its Effectiveness." **IJCSPUB-International Journal of Current Scienc (IJCSPUB)** 13, no. 2 (2023): 303-317.
- ³⁶ American Public University. **Social Media Impact: How Social Media Sites Affect Society** (2023).
- ³⁷ Jones, Tiffany R., and Sely-Ann Headley Johnson. "Social media, diversity, equity, and inclusion." In **Effective Use of social media in Public Health**, pp. 125-142. Academic Press, (2023).
- ³⁸ Picard, R. G. Media and Diversity: A Century-Long Perspective. **InMedia**, 10. (2023).
- ³⁹ Journalist's Resource. **5 reasons news stories about research need source diversity**. (2021).
- ⁴⁰ Wardle, Claire, and Hossein Derakhshan. **Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking**. Vol. 27. Strasbourg: Council of Europe, (2017).
- ⁴¹ Allcott, Hunt, and Matthew Gentzkow. "Social media and fake news in the 2016 election." **Journal of economic perspectives** 31, no. 2 (2017): 211-236.
- ⁴² Pennycook, Gordon, and David G. Rand. "Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning." **Cognition** 188 (2019): 39-50.

- ⁴³ Vraga, Emily K., and Leticia Bode. "Using expert sources to correct health misinformation in social media." **Science communication** 39, no. 5 (2017): 621-645.
- ⁴⁴ Metzger, M. J., Flanagin, A. J., & Nekmat, E. (2015). Online news credibility: How users assess credibility in a digital environment. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 20(5), 546-562.
- ⁴⁵ Mitchelstein, E., Boczkowski, P. J., & Wagner, M. C. "News consumption and trust in the digital era: Evidence from three countries." **Digital Journalism**, 10(8) (2022): 1345-1362.
- ⁴⁶ Tandoc Jr., E. C., & Mourão, R. R. "The role of social media in shaping news perceptions." **Journalism Studies**, 21(9) (2020): 1256-1273.
- ⁴⁷ Ball-Rokeach, Sandra J., and Melvin L. DeFleur. "A dependency model of mass-media effects." **Communication research** 3, no. 1 (1976): 3-21.
- ⁴⁸ Sweller, John. "Cognitive load during problem solving: Effects on learning." **Cognitive science** 12, no. 2 (1988): 257-285.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

.....

Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Deputy Editor-in-chief: Dr. Sameh Abdel Ghani

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors: Dr. Gamal Abogabal, Omar Ghonem, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Correspondences

● **Issue 74 April 2025 - part 3**

● **Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555**

● **International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X**

● **International Standard Book Number «Paper Edition» 9297- 1110**

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.