

تحليل العادات الإخبارية لمستخدمي الفيسبوك في الجزائر

بين التصفح العشوائي والمتابعة المنتظمة

Analyzing the News Consumption Habits of Facebook Users in Algeria: Between
Random Browsing and Regular Follow-upشريف عبد الغفور^{1*}، فلاق شيرة صالح²¹ جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف (الجزائر)، a.cherif@univ-chlef.dz² جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم (الجزائر)، fellagsalah@live.fr

تاريخ الاستلام: 2025/02/28 تاريخ القبول: 2025/05/12 تاريخ النشر: 2025/06/01

ملخص:

أصبح الفيسبوك اليوم من بين المنصات الرقمية التي فرضت نفسها كمصدر للأخبار في الجزائر، حيث يواجه المستخدمون خيارات متعددة بين التصفح العشوائي للأخبار التي تعرضها الخوارزميات والمتابعة المنتظمة للمصادر الإخبارية الموثوقة، تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أنماط استهلاك الأخبار عبر الفيسبوك لدى المستخدمين الجزائريين، مع تسليط الضوء على العوامل المؤثرة في هذه السلوكيات وآثارها، استخدم الباحث الاستبيان الإلكتروني من أجل استطلاع آراء المبحوثين، ومن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة هي هيمنة نمط المتابعة العشوائية للأخبار .

كلمات مفتاحية: العادات الإخبارية، مستخدم فيسبوك، التصفح العشوائي، المتابعة المنتظمة.

Abstract:

Facebook has become one of the dominant digital platforms for news consumption in Algeria, where users navigate between randomly browsing algorithmically suggested news and regularly following reliable news sources. This study aims to analyze the news consumption patterns of Algerian Facebook users, highlighting the factors influencing these behaviors and their implications. The researcher employed an online survey to gather respondents' opinions. One of the key findings of the study is the dominance of random news browsing as the primary consumption pattern.

Keywords: News consumption habits; Facebook users; random browsing; regular follow-up.

*المؤلف المرسل

1. مقدمة:

شهدت السنوات الأخيرة تحولاً كبيراً في استهلاك ومتابعة الأخبار، حيث أصبح الفيسبوك أحد المصادر الرئيسية للحصول على المعلومات في العالم العربي عامة وفي الجزائر خاصة، وأمام هذا التغير برز نمطان رئيسيان لسلوكيات المستخدمين: التصفح العشوائي، حيث يعتمد المستخدم على الأخبار التي تظهر في جداريته دون انتقائية، والمتابعة المنتظمة، التي تعكس سلوكاً واعياً يقوم على متابعة صفحات ومصادر معينة لاستقاء الأخبار منها، من هنا تأتي هذه الدراسة إلى تحليل الفروق بين هذين النمطين وتحديد العوامل التي تؤثر على كل منهما.

يمثل الفيسبوك بيئة ديناميكية لمتابعة الأخبار، حيث يتلقى المستخدمون المحتوى من مصادر متعددة بناءً على خوارزميات مخصصة (Nadler, A., & Crain, M, 2021). تختلف طرق استهلاك الأخبار بين التصفح العشوائي للأخبار التي تظهر في الخلاصة دون اختيار مسبق، والمتابعة المنتظمة للمصادر الموثوقة، يتأثر هذا النمط بعدة عوامل، منها طبيعة الخوارزميات، والخلفية الثقافية والتعليمية للمستخدم، ودرجة الوعي بالمصادر الإخباري (Boulianne, 2022).

2. تساؤلات الدراسة:

☒ ما هي أنماط متابعة المستخدمين الجزائريين للأخبار على الفيسبوك؟

☒ ما مدى اعتماد المستخدمين على الفيسبوك كمصدر رئيسي للأخبار مقارنة بالمصادر

التقليدية؟

☒ ما هي العوامل المؤثرة على مستوى الثقة في الأخبار المتداولة على الفيسبوك؟

☒ كيف يؤثر الفيسبوك على تكوين الآراء وتغيير القناعات لدى المستخدمين؟

☒ ما مدى تأثير الأخبار الزائفة على تصورات المستخدمين للأحداث؟

☒ كيف يتفاعل المستخدمون مع الأخبار على الفيسبوك وما طبيعة هذا التفاعل؟

3. عينة وأداة الدراسة

استهدفت هذه الدراسة الاستطلاعية عينة من مستخدمي الفيسبوك بالجزائر من خلال اللجوء إلى العينة المتاحة، عن طريق تصميم استبيان الكتروني ومشاركته على الفيسبوك حيث قدرت استجابات المبحوثين مع الاستبيان ب 84 مفردة وذلك في الفترة من 2 فيفري 2025 إلى غاية 25 فيفري 2025، حيث تضمنت الاستمارة أربعة محاور كالتالي:

المحور الأول: البيانات الشخصية.

المحور الثاني: أنماط استهلاك الأخبار على الفيسبوك.

المحور الثالث: التفاعل مع الأخبار على الفيسبوك.

المحور الرابع: آثار متابعة الأخبار عبر الفيسبوك.

4. المفاهيم الأساسية

1.4 التصفح العشوائي للأخبار:

التصفح العشوائي للأخبار على الفيسبوك يشير إلى استهلاك الأخبار بشكل غير منتظم وغير مخطط له، وغالبًا ما يكون مدفوعًا بالتفاعل مع المحتوى الذي يظهر في الخلاصة الشخصية للمستخدم. تشير الأبحاث إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي ومحركات البحث تعزز من هذا النوع من التفاعل العرضي مع الأخبار، مما يؤدي إلى تفاعل سطحي مع المحتوى الإخباري مقارنة بالوصول المباشر إلى مواقع الأخبار². هذا النمط من التصفح يمكن أن يؤدي إلى استهلاك معلومات متفرقة وغير متعمقة، حيث يعتمد المستخدمون على ما يظهر أمامهم بدلاً من البحث النشط عن الأخبار.

يتأثر التفاعل مع الأخبار عبر الإنترنت بعوامل مثل الاستخدام الروتيني، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأوضاع البحث العامة، مع وجود اختلافات في التنبؤات بين هذه الأوضاع. (Möller, J., Van De Velde, R., Merten, L., & Puschmann, C, 2019).

2.4 المتابعة المنتظمة

تتضمن المتابعة المنتظمة للأخبار الوصول المباشر والمخطط له إلى مصادر الأخبار المفضلة لدى المستخدمين. تشير الدراسات إلى أن المستخدمين يميلون إلى متابعة عدد محدود من الصفحات الإخبارية بشكل منتظم، مما يعكس تفضيلاتهم الشخصية ويؤدي إلى تكوين مجتمعات مغلقة أو "غرف صدى" حيث يتعرض المستخدمون فقط للمعلومات التي تتماشى مع آرائهم. هذا النمط من الاستهلاك يعزز من التحيز التأكيدي ويقلل من التعرض لوجهات نظر مختلفة. (Cinelli, M., Brugnoli, E., Schmidt, A., Zollo, F., Quattrociochi, W. & A., Scala, 2019)

يميل المستخدمون إلى التركيز على مجموعة محدودة من صفحات الأخبار على فيسبوك، مما يشكل بنية مجتمعية حادة بين منافذ الأخبار، في حين أن مقدمي الأخبار محصورون جغرافيا أكثر من المستخدمين. (Schmidt, A., Zollo, F., Del Vicario, M., Bessi, A., Scala, A., Caldarelli, G., Stanley, H. & W., Quattrociochi, 2017)

5. العوامل المؤثرة في استهلاك الأخبار على فيسبوك:

1.5 تأثير التحيز الانتقائي:

التحيز الانتقائي هو ميل المستخدمين لاستهلاك المعلومات التي تتماشى مع معتقداتهم المسبقة، وهو عامل رئيسي في تشكيل عادات استهلاك الأخبار على الفيسبوك. تشير الأبحاث إلى أن هذا التحيز يمكن أن يؤدي إلى عزلة المستخدمين في غرف صدى، حيث يتفاعلون فقط مع المحتوى الذي يعزز وجهات نظرهم الخاصة. هذا النمط من الاستهلاك يمكن أن يعزز من الاستقطاب بين المستخدمين ويحد من الانفتاح على وجهات نظر مختلفة. يميل المستخدمون إلى متابعة عدد محدود من الصفحات التي تتوافق مع آرائهم، مما يؤدي إلى تكوين "غرف صدى" حيث يتعرضون فقط للمحتوى الذي يعزز وجهات نظرهم الحالية.

تؤثر استقطابات المستخدمين، وتفضيلات مقدمي الأخبار، والبنية المجتمعية الحادة بين منافذ الأخبار على استهلاك الأخبار على فيسبوك. (Schmidt, A., Zollo, F., Del Vicario,)
(2017, Quattrociocchi, W. & .M., Bessi, A., Scala, A., Caldarelli, G., Stanley, H
أيضا يؤثر مدى اهتمام المستخدمين وتفضيلهم للمعلومات التي تتوافق مع رواياتهم
المفضلة على استهلاك الأخبار على فيسبوك. (Cinelli, M., Brugnoli, E., Schmidt, A.,)
(2019, Scala, A. & .Zollo, F., Quattrociocchi, W
تلعب اختيارات الأفراد والتصنيف الخوارزمي دورًا أقوى في الحد من التعرض
للمحتوى المتقاطع على فيسبوك. (2015, Adamic, L. & .Bakshy, E., Messing, S)
2.5 تأثير الأصدقاء والعائلة:

يلعب الأصدقاء والعائلة دورًا كبيرًا في تحديد الأخبار التي يستهلكها المستخدمون من خلال
التوصيات والمناقشات مع الأصدقاء والعائلة، الأمر الذي يزيد من احتمالية قراءة
المستخدمين للمحتوى الموصى به، بينما لا يكون للتوصيات من أفراد غير معروفين
تأثير كبير.

تؤثر التأييدات والمناقشات عبر الإنترنت من الأصدقاء أو أفراد العائلة بشكل كبير على
استهلاك الأخبار على فيسبوك. (2017, Anspach)

تعمل الروابط القوية والموصون الذين يتمتعون بمستوى عالٍ من المعرفة على زيادة
التعرض للأخبار على فيسبوك، في حين تؤثر أنواع الوسائط المختلفة والوسطاء على
التعرض للأخبار. (2018, KönigsLöw, K. & .Kaiser, J., Keller, T)

3.5 خصائص المحتوى الإخباري:

تؤثر جودة الأخبار وسمعتها على مدى مشاركة المستخدمين لها. يميل المستخدمون إلى
مشاركة الأخبار ذات الجودة العالية لتجنب التأثير السلبي على سمعتهم.

تتضمن العوامل المؤثرة في استهلاك الأخبار على فيسبوك مشاركة المعلومات والسعي إلى
الحصول على المكانة. (2020, Daya, P. & .Thompson, N., Wang, X)

4.5 التفاعل الاجتماعي:

يزيد التفاعل مع الأخبار من خلال التعليقات والمشاركة من انخراط المستخدمين في المحتوى الإخباري، حيث يعزز التفاعل الاجتماعي الشعور بالانتماء لدى المستخدمين. يعتمد تفاعل المستخدم مع محتوى الأخبار على فيسبوك على الإمكانيات الاجتماعية التي يوفرها الموقع، وخاصة تلك التي تسمح بتخصيص الجمهور وتلك التي تعمل على تحفيز ردود الفعل على الشبكة. (Sundar, S. & Oeldorf-Hirsch, A., 2015)

5.5 التعرض العرضي للأخبار:

يحدث عندما يتعرض المستخدمون للأخبار بشكل غير مقصود أثناء تصفحهم لفيسبوك، ويتأثر هذا التعرض بخصائص الموصي ووسائل الإعلام المختلفة. (Vergara, A., Siles, I., Castro, A. & Chaves, A., 2020)

تتضمن العوامل المؤثرة على استهلاك الأخبار في فيسبوك على العوامل البصرية، والوقت المستغرق في تقييم العناصر المتعددة الوسائط. (Königslöw, K. & Kaiser, J., Keller, T., 2018)

6. نتائج الدراسة الاستطلاعية:

الجدول 01 يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

	ك	%
ذكر	22	26.2
أنثى	62	73.8
المجموع	84	100.0

نلاحظ من خلال الجدول رقم 01 بأن النسبة الكبرى من عينة الدراسة هم من الإناث وذلك بنسبة 73.8%، في حين تبلغ نسبة الذكور 26.2% فقط.

الجدول 02 يوضح توزيع العينة حسب متغير السن

	ك	%
28-19 سنة	49	58.3
38-29 سنة	17	20.2
48-39 سنة	16	19.0
58-49 سنة	2	2.4
المجموع	84	100.0

نجد من خلال الجدول رقم... بأن الفئة العمرية من 28-19 سنة تمثل أعلى فئة وذلك بنسبة 58.3%، تليها الفئة العمرية من 38-29 سنة إلى 42 سنة وذلك بنسبة 20.2%، أما في المرتبة الثالثة فنجد الفئة العمرية من 48-39 سنة وذلك بنسبة 19%، وأخيرا الفئة العمرية من 58-49 سنة وذلك بنسبة 2.4%.

الجدول 03 يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

%	ك	
4.8	4	ثانوي
79.8	67	جامعي
15.5	13	دراسات عليا
100.0	84	المجموع

يوضح لنا الجدول رقم 03 المتعلق بالمستوى التعليمي بأن 79.8% من المبحوثين هم ذو مستوى جامعي، بينما 15.5% هم ذو دراسات عليا، في حين ما نسبته 4.8% لديهم مستوى ثانوي .

الجدول رقم 04 يوضح توزيع العينة حسب كيفية متابعة الأخبار على الفيسبوك؟

%	ك	
23.8	20	أتابع صفحات إخبارية معينة بانتظام
59.5	50	أقرأ الأخبار العشوائية التي تظهر أثناء تصفحي
10.7	9	أعتمد على متابعة الأخبار التي يشاركها الأصدقاء أو المجموعات
6.0	5	لا أتابع الأخبار عبر الفيسبوك
100.0	84	المجموع

يوضح لنا الجدول بالأعلى أن النسبة الأعلى من المستخدمين (59.5%) يتابعون الأخبار بشكل عشوائي أثناء تصفحهم للفيسبوك، مما يدل على أن متابعة الأخبار ليست بالضرورة مدفوعة بالرغبة في الاطلاع، بل هي نتيجة مباشرة للخوارزميات التي تقدم المحتوى بناءً على التفاعل السابق، حيث يشير هذا إلى تراجع دور الإرادة الواعية في اختيار الأخبار، في حين يحرص 23.8% من عينة الدراسة على متابعة صفحات إخبارية معينة بانتظام، ما يعكس توجهاً لدى بعض الفئات نحو البحث عن الأخبار من مصادر موثوقة أو مألوفة لديهم، أما اعتماد الأخبار على المشاركات من قبل الأصدقاء أو المجموعات فيمثل 10.7%، وهو ما يشير إلى تأثير الدوائر الاجتماعية على استهلاك الأخبار، أما نسبة 6% من المستخدمين لا يتابعون الأخبار إطلاقاً على الفيسبوك، مما يكشف لنا عن عدم اهتمامهم بالمحتوى الإخباري عبر المنصة.

الجدول رقم 05 يوضح نوع الأخبار المفضلة لدى عينة الدراسة

ك	%	
25	10.7%	الأخبار السياسية
23	9.8%	الأخبار الرياضية
17	7.3%	الأخبار الاقتصادية
60	25.6%	الأخبار الاجتماعية
35	15.0%	الأخبار التكنولوجية
34	14.5%	الأخبار الثقافية والفنية
40	17.1%	أخبار الحوادث والقضايا
234	100.0%	إجمالي الإجابات

من خلال الجدول أعلاه نجد بأن الأخبار الاجتماعية (25.6%) تتصدر قائمة الاهتمامات، تليها أخبار الحوادث (17.1%)، ثم الأخبار الثقافية والفنية (14.5%)، مما يعكس الأولويات الإعلامية للجمهور الجزائري. أما الأخبار السياسية والاقتصادية فتأتي في مراتب أقل، مما يشير إلى أن الفيسبوك لا يُستخدم في المقام الأول لمتابعة الأخبار السياسية

الجدول رقم 06 يوضح كم مرة تقرأ العينة الأخبار على الفيسبوك يوميًا؟

%	ك	
21.4	18	مرة واحدة على الأقل
23.8	20	2 - 3 مرات يوميًا
31.0	26	أكثر من 3 مرات يوميًا
23.8	20	نادرًا ما أتابع الأخبار
100.0	84	المجموع

توضح لنا هذه النتائج مستويات مختلفة من التعرض اليومي للأخبار؛ حيث جاءت في المرتبة الأولى 31% من المستخدمين يطالعون الأخبار أكثر من ثلاث مرات يوميًا، مما يشير إلى أن هذه الفئة تعتمد على الفيسبوك كمصدر رئيسي للحصول على الأخبار، في حين نجد أن 23.8% من المستخدمين يتابعون الأخبار 2-3 مرات يوميًا، وهو ما يعكس متابعة معتدلة للأخبار، أما أولئك الذين نادرًا ما يتابعون الأخبار فيمثلون نسبة 23.8%، مما يشير إلى وجود شريحة من المستخدمين لا يعتبرون الفيسبوك وسيلتهم الأساسية لمتابعة الأحداث والأخبار.

الجدول رقم 07 يوضح المصدر الموثوق أكثر عند متابعة الأخبار على الفيسبوك؟

ك	%	
48	57.1	الصفحات الرسمية للمؤسسات الإخبارية (مثل الشروق، النهار، الخبر...)
4	4.8	الصحفيون المستقلون والمؤثرون
8	9.5	الأصدقاء والمجموعات الخاصة
24	28.6	لا أثق في الأخبار على الفيسبوك
84	100.0	المجموع

تشير النتائج الموضحة في الجدول إلى أن أعلى نسبة هي 57.1% كانت للمستخدمين الذين يفضلون متابعة الصفحات الرسمية للمؤسسات الإعلامية الكبرى مثل "الشروق" و"النهار" و"الخبر"، الأمر الذي يشير إلى استمرار تأثير وسائل الإعلام التقليدية حتى في ظل الإعلام الإخباري الرقمي، أما المرتبة الثانية فكانت ما نسبته 28.6% ممن لا يثقون بالأخبار المنشورة على الفيسبوك، مما يعتبر مؤشرا إيجابيا إلى ارتفاع مستوى الوعي بوجود أخبار زائفة وعدم مصداقية كل ما يتم نشره في فيسبوك، أما الصحفيون المستقلون والمجموعات الخاصة فهما الأقل ثقة بنسبة 4.8% و9.5%، مما يدل على مؤشر يستحق إعادة النظر في محدودية تأثير الإعلام البديل مقارنة بالمؤسسات التقليدية، هذا الطرح الذي ساد لفترة احتفائية بقوة وسائل التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 08 يوضح مدى التحقق من صحة الأخبار قبل تصديقها أو مشاركتها؟

%	ك	
35.7	30	دائمًا
35.7	30	أحيانًا
22.6	19	نادرًا
6.0	5	أثق بالمصدر دون تحقق
100.0	84	المجموع

تبين البيانات الموضحة بالجدول أعلاه أن نسبة 35.7% من عينة الدراسة يتحققون دائمًا من صحة الأخبار قبل تصديقها أو مشاركتها، في حين أن نفس النسبة (35.7%) تتحقق من ذلك أحيانًا، مما يعكس درجة من الوعي المعلوماتي الذي يختلف باختلاف نوع الخبر والموضوع المطروح، بينما نجد أن نسبة 22.6% نادرًا ما يتحققون من صحة الأخبار، في حين يعتمد 6% على المصدر دون تحقق، مما يسلط الضوء على خطورة انتشار الأخبار الكاذبة في بيئة إعلامية رقمية مفتوحة.

الجدول رقم 09 يوضح كيفية التفاعل مع الأخبار على الفيسبوك؟

%	ك	
66.7	56	أقرأ فقط دون تعليق أو مشاركة
19.0	16	أضع إعجاب أو رد فعل دون تعليق
7.1	6	أعلق على الأخبار وأناقشها مع الآخرين
7.1	6	أشارك الأخبار مع أصدقائي
100.0	84	المجموع

أظهرت النتائج المبينة أعلاه أن أغلبية المستخدمين (66.7%) يقرأون الأخبار دون التعليق أو المشاركة، مما يعكس لنا نمطا استهلاكيا سلبيا للأخبار دون انخراط مباشر في النقاشات العامة. أما الذين يتفاعلون عبر الإعجاب أو ردود الفعل فيمثلون نسبة ضعيفة تقدر ب 19%، بينما نجد أن 7.1% فقط يعلقون على الأخبار ويناقشونها، و 7.1% يشاركون الأخبار مع أصدقائهم، مما يدل على أن التفاعل النشط مع الأخبار يعتبر محدودًا.

الجدول رقم 10 يوضح مدى التأثير بالتعليقات على الأخبار؟

ك	%	
54	64.3	لا تؤثر عليّ
28	33.3	أحيانًا أغبر رأيي بناءً على التعليقات
2	2.4	دائمًا أتأثر بأراء المعلقين
84	100.0	المجموع

تشير النتائج إلى أن النسبة الأعلى من عينة الدراسة 64.3% لا يتأثرون بالتعليقات، مما يعكس مستوى مقبولا من الاستقلالية في تكوين الآراء لديهم. لكن في المقابل نجد أن 33.3% يغيرون رأيهم أحيانًا بناءً على التعليقات، مما يعكس قدرة تأثير النقاشات العامة في تشكيل وجهات النظر لدى المستخدمين. أما الذين يتأثرون دائمًا بالتعليقات فلا تتجاوز نسبتهم 2.4%، مما يشير إلى أن التأثير المباشر للتعليقات على الرأي العام يظل محدودًا لكن لا يمكن تجاهله.

الجدول رقم 11 يوضح تغيير الرأي بشأن قضية معينة بسبب الأخبار على الفيسبوك؟

	ك	%
نعم	42	50.0
لا	42	50.0
المجموع	84	100.0

تكشف النتائج أن عينة الدراسة كانت مقسمة بالتساوي من حيث تغيير رأيهم بشأن قضية معينة بسبب الأخبار على فيسبوك، حيث 50% من المستخدمين قد غيروا رأيهم بشأن قضية معينة بسبب الأخبار التي شاهدوها على الفيسبوك، مما يعكس قدرة الأخبار الرقمية على التأثير في القناعات الشخصية وإعادة تشكيل المواقف. هذه النتيجة تعزز فكرة أن وسائل التواصل الاجتماعي ليست فقط منصة لنقل الأخبار، بل تؤدي دورًا في التأثير على اتجاهات الجمهور، أما نصف النسبة المتبقي فقد صرحوا بأنهم لم يسبق لهم تغيير رأيهم.

جدول رقم 12 يوضح العوامل المساهمة في إعادة مشاركة خبر معين

	ك	%
لأنه يتوافق مع رأيي الشخصية	47	38.2%
لأنه خبر مهم ويؤثر على المجتمع	36	29.3%
لأنه يحتوي على معلومات صادمة أو غير متوقعة	21	17.1%
لأنه يثير الجدل ويريد الناس مناقشته	19	15.4%
إجمالي الإجابات	123	100.0%

تبين أن 38.2% من إجمالي إجابات المستخدمين يشاركون الأخبار لأنها تتوافق مع آرائهم الشخصية، مما يدل على تأثير التحيز التأكيدي في انتشار الأخبار. كما أن 29.3% يشاركون الأخبار لأنها مهمة وتؤثر على المجتمع، مما يعكس اهتمامًا بالمحتوى المفيد اجتماعيًا.

الجدول رقم 13 يوضح مدى مساهمة الأخبار على الفيسبوك في نشر الأخبار الزائفة؟

%	ك	
66.7	56	نعم، بشكل كبير
27.4	23	أحيانًا
2.4	2	نادرًا
3.6	3	لا، الأخبار الموثوقة متاحة لمن يبحث عنها
100.0	84	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نجد أن نسبة 66.7% من المستخدمين يعتقدون أن تداول الأخبار من خلال الفيسبوك يساهم بشكل كبير في نشر الأخبار الزائفة، وهو مؤشر خطير يعكس الإشكالية الكبرى التي تواجه بيئة الأخبار الرقمية، بينما نجد أن 27.4% يرون أن الفيسبوك يساهم في ذلك أحيانًا، مما يؤكد أن الوعي بمخاطر الأخبار الزائفة أصبح منتشرًا ولو نسبيًا.

الجدول رقم 14 يوضح أثر الفيسبوك على طريقة متابعتك للأخبار؟

%	ك	
14.3	12	أصبح فيسبوك هو المصدر الأساسي لدي متابعة الأخبار
40.5	34	قللتُ من متابعة التلفزيون والصحف
17.9	15	أتابع الأخبار من عدة مصادر للتحقق منها
27.4	23	لم يؤثر على عاداتي في متابعة الأخبار
100.0	84	المجموع

يتبين لنا من خلال البيانات المتضمنة في الجدول بأن النسبة الأعلى من المستخدمين 40.5% يرون بأنهم قللوا من متابعة التلفزيون والصحف نتيجة استخدام الفيسبوك، مما يشير إلى تحول واضح في استهلاك الأخبار نحو المصادر الرقمية. في المقابل، لم يؤثر الفيسبوك على عادات 27.4% من المستخدمين، في حين 17.9% يتابعون الأخبار من عدة مصادر بغية التحقق منها، بينما اعتمد 14.3% على الفيسبوك كمصدر رئيسي.

الجدول رقم 15 يوضح مدى تأثير الأخبار على الفيسبوك في تشكيل الآراء حول الأحداث السياسية والاجتماعية؟

%	ك	
11.9	10	تأثير قوي جداً
41.7	35	تأثير متوسط
16.7	14	تأثير ضعيف
29.8	25	لا يؤثر على آرائي
100.0	84	المجموع

تشير النتائج إلى أن الأخبار على الفيسبوك تؤثر بشكل متوسط على 41.7% من عينة الدراسة، في المقابل 29.8% لا يشعرون بأي تأثير، مما يشير إلى تباين في درجة التأثير بين المستخدمين، في حين 16.7% يجدون بأن تأثير الفيسبوك بشأن تشكيل الأخبار هو تأثير ضعيف، بينما نجد أن 11.9% يشعرون بتأثير قوي جداً، مما يعكس قدرة الأخبار الرقمية على التأثير في توجهات الجمهور.

الجدول رقم 16 يوضح دور الفيسبوك في نشر الوعي حول القضايا المهمة

%	ك	
20.2	17	نعم، يلعب دوراً مهماً في ذلك
70.2	59	أحياناً، لكن بعض الأخبار غير موثوقة
9.5	8	لا، أغلب الأخبار مضللة وغير دقيقة
100.0	84	المجموع

يعتقد 70.2% أن الفيسبوك يساعد أحياناً في نشر الوعي، لكنه يحتوي على أخبار غير موثوقة، بينما يرى 20.2% أنه يلعب دوراً مهماً، مما يعكس الازدواجية في تقييم دور الفيسبوك كمصدر للمعلومات، في حين 9.5% يجدون أن أغلب الأخبار مضللة وغير دقيقة.

7. النتائج العامة للدراسة:

1. يعتمد غالبية المستخدمين على الفيسبوك في الحصول على الأخبار حيث يهيمن النمط العشوائي لاستهلاك الأخبار على المتابعة بانتظام.
2. الصفحات الرسمية للمؤسسات الإعلامية هي المصدر الأكثر ثقة للأخبار على الفيسبوك، في حين يتم النظر إلى الصحفيين المستقلين والمجموعات الخاصة بدرجة أقل من الثقة.
3. يُظهر المستخدمون مؤشرات عالية من الوعي بضرورة التحقق من الأخبار، لكن بالوقت نفسه هناك نسبة من المستخدمين الذين يشاركون الأخبار دون التحقق منها.
4. التعليقات والمناقشات على الفيسبوك تلعب دورًا محدودًا في التأثير على آراء المستخدمين، لكن نصف العينة تقريبًا أكدوا أنهم غيروا آراءهم حول قضايا معينة بسبب الأخبار على المنصة.
5. الفيسبوك أثر بشكل واضح على أنماط استهلاك الأخبار، حيث أدى إلى تراجع متابعة وسائل الإعلام التقليدية مثل التلفزيون والصحف. من ناحية تلقي الأخبار.
6. تحظى الأخبار الاجتماعية والحوادث بنسبة كبيرة من المتابعة مقارنة بالأخبار السياسية أو الاقتصادية.

8. قائمة المراجع:

1. The New Personal Influence: How Our Facebook Friends Influence the News We Read. 2017 *Political Communication*, 34, 590–606, Retrieved from <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1316329>
2. Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. 2015 Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. 1130 – 1132, Retrieved from <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>
3. Cinelli, M., Brugnoli, E., Schmidt, A., Zollo, F., Quattrociocchi, W., & Scala, A. 2019 Selective exposure shapes the Facebook news diet. *PLoS ONE*, 15. Retrieved from <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0229129>
4. Kaiser, J., Keller, T., & Königslöw, K. 2018 Incidental News Exposure on Facebook as a Social Experience: The Influence of Recommender and Media Cues on News Selection. *Communication Research*, 48, 77 – 99, Retrieved from <https://doi.org/10.1177/0093650218803529>
5. Möller, J., Van De Velde, R., Merten, L., & Puschmann, C. (2019). Explaining Online News Engagement Based on Browsing Behavior: Creatures of Habit? *Social Science Computer Review*, 38, 616 - 632. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/0894439319828012>
6. Oeldorf-Hirsch, A., & Sundar, S. 2015, Posting, commenting, and tagging: Effects of sharing news stories on Facebook. *Comput. Hum. Behav.* 44, 240–249, Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.024>
7. Schmidt, A., Zollo, F., Del Vicario, M., Bessi, A., Scala, A., Caldarelli, G., Stanley, H., & Quattrociocchi, W. 2017 Anatomy of news consumption on Facebook. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 3035 – 3039, Retrieved from <https://doi.org/10.1073/pnas.1617052114>
8. Thompson, N., Wang, X., & Daya, P. 2020 Determinants of News Sharing Behavior on Social Media. *Journal of Computer Information Systems*, 60, 593–601, Retrieved from <https://doi.org/10.1080/08874417.2019.1566803>
9. Vergara, A., Siles, I., Castro, A., & Chaves, A. 2020 The Mechanisms of “Incidental News Consumption”: an Eye Tracking Study of News Interaction on Facebook. *Digital Journalism*, 9, 215 – 234, Retrieved from <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1813047>
10. Boulianne, S. (2022). *Social media use and political participation: A meta-analysis of current research*. *Digital Journalism*, 10(4), 567–586.
11. Nadler, A., & Crain, M. (2021). *The algorithmic news curation and its impact on audience behavior: A critical review*. *Journal of Communication*, 71(3), 389–405.