

الفصل الأول : الإجراءات المنهجية للدراسة

- مدخل إلى موضوع الدراسة
- الدراسات السابقة
- مشكلة الدراسة
- تساؤلات الدراسة
- أهداف الدراسة
- فروض الدراسة
- النموذج البنائي لمستويات المصادقية
- مصطلحات الدراسة

مدخل إلى موضوع الدراسة

نحن في شبكة عنكبوتية، لا تعرف الحدود الجغرافية، متداخلة الثقافات والمجتمعات، متوفرة طوال اليوم والأسبوع والسنة، سريعة التطور والتوسع والتمدد، لذا نحرص أن نبحث فيها عن الأفضل والأكثر تحديثًا وتواكبا مع تسارع الأحداث، وعن ارتباط خفي بين القارئ والموقع ألا وهو: **مصداقية الموقع**، فما الذي تعنيه في مفهومها؟ وماذا نريد منها؟ وما هي أبعاد ارتباط العالم الافتراضي بالعالم الحقيقي؟

فلكي تحصل على معلومة ما، تجدك تتجه نحو ثلاثة اعتبارات غالبا وهي: **مصدرها وجوهرها ومظهرها**، والارتباط بهذه المحاور وثيق في بنائه على ركيزة هامة، ألا وهي المصداقية، ومن هنا برزت أسماء في التاريخ في مختلف الحقب واللغات والفئات محور بروزها الصدق والمصداقية، وعلى رأس هذا الهرم الأنبياء الكرام عليهم السلام.

كما تطور شكل إيصال المعلومة سواء بلسان الحال أو المقال، فمن كلمة لشعر وخطبة واعتلاء منبر، لرسالة وكراسة وكتاب ودفتر، وصحيفة أو جريدة ومجلة، لمذيع وتلفاز وهواتف وغيرها، حتى أتت طفرة الانترنت لتحتوي ذلك كله وتبرزه وتستقي منه في مصدره وجوهره ومظهره.

وهنا سؤال يتبادر للذهن، ما الذي تعنيه مصداقية مواقع الانترنت؟ وما الذي يبحث عنه زائر الموقع ليجد هذه المصداقية؟ ولنجيب على هذا السؤال يجب أن نركز ونشرح الأبعاد التالية:

١ - **مصداقية المصدر**: دون شك أول ما يطلبه الزائر في الموقع ألا يقدم له معلومة خاطئة “الدقة”، وبعد ذلك ألا يكذب في أخباره ومعلوماته “الصدق”، وأن يبتعد قدر الإمكان عن الفرقعات الإعلامية والعبارات الوهمية “الموضوعية”، بعدهما ألا يرجح كفة ميوله أو توجهه ولو لم يكذب “الحيادية”، وبعد ذلك أن يكون واضحا مرنا يقبل النقاش والحوار “الشفافية”.

٢ - **مصداقية الجوهر**: في المعلومة ذاتها، فالزائر يبحث عن معلومة لها مصدر واضح “التوثيق”، وعن موقع لا يقدم له أي شيء بل يهديه “خلاصة”، بحث أو نقاش أو حدث، إضافة لعصارة “خبرة”، والذي يعنيه شخصا من كل ذا هو مدى ملامستها وعائدها له “النفع”، ومع الارتباطات في عالم الانترنت تصبح الحاجة لفتح الآفاق

والإحالة على أفكار جديدة أو المصادر الأساسية مطلباً أيضاً "الاتساع الشبكي"، و
"فتح الآفاق"، "المعارف وعلوم جديدة عبر رابط خفي، وما أروع أن يتوج كل ذا بـ"
"التخصص"،.

٣- **مصادقية المظهر** : وهو فن يرتبط بالأسلوب أو الوسيلة الأنسب للحال والمقال، فيبحث
الزائر عن "ملائمة"، "الموقع و"موائمته"، فنيا وتقنيا، وأن يجد ما يريده بلا توهان أو تعقيد
"سهولة الاستخدام"، وهذا مبحث واسع في مجالاته وتطوره، والمهم هنا تطابق
"انعكاس"، "مضمون الموقع مع شكله ومظهره".

فخلاصة ما يريده القائمين على المواقع أن يصبح الموقع في توازنه ومصادقته مرجعا يعود له
الزائر قبل غيره، ومصدرا يستقي منه ويحيل عليه الآخرين لما سبق ولما وجده من نفع وفائدة،
إضافة لكونه بيئة مثالية آمنة مضمونا وتقنيا.

وبالتركيز عن المواقع الإخبارية فلا يختلف كثيراً في الهدف عن أي موقع آخر فالجوهر
والمصدر والمظهر مهم جداً في تقييم مصادقية المواقع الإخبارية ، وسوف أقوم بتوضيح هذه
العوامل الثلاثة وبتقسيمات مفصلة في فصول تشرح هذه العوامل وتوضح رأي الجمهور في
مصادقية مواقع الصحف المصرية على الإنترنت ، من خلال دراسة عينة من الجمهور العام في
مصر من الريف والحضر لمعرفة رأيهم في مصادقية هذه المواقع وكيفية تقييمها وما هي عوامل
المصادقية من وجهة نظرهم ، هذا إلى جانب الدراسة التحليلية لعينة من الصحف المفضلة لدى
الجمهور المصري ودراسة موقعها على الإنترنت للتحقق من آراء المبحوثين الميدانية عن هذه
المواقع ومدى توافر العوامل التي تؤكد المصادقية الإخبارية - من وجهة نظرهم - في هذه
المواقع الصحفية ، هذا إلى جانب الدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة لمعرفة عوامل
المصادقية التي يفضلها الجمهور لدراستها بالتفصيل في فصول الدراسة المختلفة ، وذلك في
محاولة لمعرفة مصادقية مواقع بعض الصحف المصرية على الإنترنت ودرجة تفضيلها بالنسبة
للجمهور المصري العام والوقوف على الأسباب التي تجعلها أكثر مصادقية لديهم ، وأكثر جذباً
والاستفادة من هذه الآراء والأفكار لتطوير مواقع الصحف المصرية على الإنترنت وزيادة
مصادقيتها أكثر وأكثر لدى الجمهور .

الدراسات السابقة

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة تم تقسيمها إلى ثلاث محاور وهم :-

- دراسات اهتمت بقياس مصداقية شبكة الإنترنت .
- دراسات اهتمت بدراسة مصداقية الصحافة بشكل عام .
- دراسات اهتمت بدراسة مصداقية مواقع الصحف على الإنترنت .

أولاً: - دراسات اهتمت بقياس مصداقية شبكة الإنترنت .

١-دراسة جيسين Jessen (٢٠١٢)

بعنوان : إعادة تعريف مصداقية الإنترنت من خلال التحقق من العوامل الاجتماعية المؤثرة على الثقة^١ .

استهدفت هذه الدراسة بحث تأثير الديناميكيات الاجتماعية المؤثرة على مصداقية المواقع على الإنترنت ، فهي تشير إلى أن التحقق من صحة العوامل الاجتماعية الداعمة للموقع من كتاب ومؤسسين تلعب دوراً هاماً عند تقييم مصداقية مواقع الإنترنت ، وقدمت هذه الدراسة نظرية جديدة قائمة على الديناميكيات الاجتماعية والممارسات الملاحية للمستخدم على الإنترنت ، وأثبتت الدراسة أن العنصر الاجتماعي هو المفتاح لتقييم مصداقية مواقع الإنترنت فالشباب يتقنون بالموقع المدعم بمعلومات عن المصدر والكتاب القائمين عليه .

٢-دراسة شيرين محمد الكدواني (٢٠١٠)

بعنوان : مصداقية الإنترنت وعلاقتها باستخدام الجمهور المصري لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة : دراسة ميدانية^٢ .

استهدفت الدراسة التعرف على درجة مصداقية الإنترنت لدى مستخدميها من الجمهور المصري ومدى ارتباط تقييم المبحوثين لها كوسيلة اتصال حديثة ، والعوامل المؤثرة على تقييم المبحوثين لمصداقية مواقع شبكة الإنترنت ، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من ٤٠٠ مبحوث من مستخدمي الإنترنت من الجمهور المصري من سن ١٨ سنة فأكثر من محافظتي القاهرة وأسيوط ، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي لدراسة وسائل الإعلام .

¹ - Johan Jessen, Anker Helms Jørgensen,,"Aggregated trustworthiness: Redefining online credibility through social validation "<first Monday journal(University of Illinois at Chicago, Volume 17, Number 1 - 2 January 2012)[online at] <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/3731/3132> (25/2/2012)

²- شيرين محمد الكدواني ،"مصداقية الإنترنت وعلاقتها باستخدام الجمهور المصري لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة ،"رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الآداب ، جامعة أسيوط ، ٢٠١٠)

ولقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها :-

- تعتبر جودة المحتوى أكثر العوامل المؤثرة على تقييم المبحوثين لمصداقية مواقع الشبكة ، ويمثل تنوع المحتوى ومصادر المعلومات على الشبكة مقارنة بالوسائل الأخرى أكثر العوامل المرتبطة باتجاهات المبحوثين الإيجابية نحو مصداقية الإنترنت في الحصول على المعلومات .
- وبشكل عام يمثل عدم استقرار المعلومات على الشبكة وصعوبة العثور عليها أكثر العوامل التي تزيد من الاتجاه السلبي للمبحوثين نحو مصداقية المواقع ، وكذلك ارتفاع نسبة المبحوثين ذوي الاتجاه المحايد نحو مصداقية الإنترنت .

٣- دراسة وواجلتر و مايكل و آخرون ، Wogalter ,Michael.S& Mayhorn , Christopher.B (٢٠٠٩)^١

بعنوان : الثقة في الإنترنت: العوامل التي تؤثر على المصداقية المدركة للإنترنت .

استهدفت الدراسة التعرف على العوامل المؤثرة على مدى مصداقية شبكة الإنترنت لدى مستخدميها ، وذلك من خلال مسح عينة مكونة من ٤٣٣ مفردة من مستخدمي الشبكة ، وقد أوضحت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام المبحوثين لشبكة الإنترنت وتقييمهم لمدى مصداقيتها ، فقد رأى المبحوثين الأكثر استخداماً للشبكة بأنها أكثر مصداقية مقارنة بغيرهم من المبحوثين ، وقد قيم المبحوثين المواقع الحكومية والأكاديمية كأكثر مصداقية من المواقع التجارية ، وقد ذكر المبحوثين أنهم يواجهون صعوبة في التمييز بين المواقع الحقيقية والوهمية .

٤-دراسة نيل رويجون وآخرون Neil Robjohn & Others (٢٠٠٨)

بعنوان : مصداقية الآراء على الإنترنت : الاعتماد على المعلومات في بيئة الإنترنت .^٢

استهدفت الدراسة التعرف على العوامل المؤثرة على تقييم الأفراد لمصداقية الآراء والمعلومات التي يحصلون عليها من المنتديات الإلكترونية ، من خلال التطبيق على عينة قوامها ١٥٤ مفردة من مستخدمي الإنترنت ممن لديهم خبرة في استخدام المنتديات الإلكترونية ، وقد وجدت

¹ - Michael S. Wogalter & Christopher B. Mayhorn "Trusting the Internet: Cues Affecting Perceived Credibility (vol.4, issue 1,2009) p.p 75-93[online at]

<http://igiglobal.com/Bookstore/Article.aspx?TitleId=2918> (24/5/2010)

² -Neil Rabjohn , Christy M.K. Cheung & Matthew K.O. Lee "Examining the Perceived Credibility of Online Opinions:Information Adoption in the Online Environment,"Proceedings of the 41st Hawaii International Conference on System Sciences._ 2008 [online at]

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.118.180&rep=rep1&type=pdf> (28/7/2010)

الدراسة وجود علاقة بين تقييم المبحوثين لمصداقية المصدر في المنتديات الإلكترونية ومصداقية الرسالة من حيث الدقة وفائدة المعلومات والمناسبة والاكتمال .

٥ - دراسة جونسون و كايي وآخرون Johnson ; Keye & others (٢٠٠٧)

بعنوان : درجة مصداقية المدونات لدى مستخدمي الإنترنت ذوي الاهتمامات السياسية .^١
استهدفت هذه الدراسة التعرف على تصورات مستخدمي الإنترنت في الولايات المتحدة ذوي الاهتمامات السياسية لمصداقية المدونات ، وقامت الدراسة على مسح عينة من المشاركين في الانتخابات الرئاسية بلغ عددهم ١٣٩٩ مفردة ، ولقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها :
وجود علاقة ارتباط إيجابية بين كلاً من متغيري اعتماد المبحوثين على المدونات ودوافع استخدامهم لها ، وتقييمهم لمصداقيتها ، وكان متغير اعتماد المبحوثين على المدونات مؤشراً أقوى لمصداقية المدونات ، وكذلك وجود علاقة ارتباط إيجابية بين الدوافع النفعية لاستخدام المبحوثين للمدونات وتقييمهم لمصداقيتها بشكل أكبر من دوافعهم الطقوسية لاستخدام المدونات ، واتضح أن نسبة ٦٣.٤% يعتمدون على المدونات للحصول على المعلومات السياسية ، يليهم الاعتماد على المواقع السياسية بنسبة ٥٦.٧% .

٦ -دراسة أندرو و م. ميتزجر Andrew & Metzger (٢٠٠٧)

بعنوان : سلوكيات المستخدمين للتحقق من المعلومات على شبكة الإنترنت^٢
استهدفت الدراسة التعرف على دور وخصائص مستخدمي الشبكة ونوع الموقع على تقييمهم لمصداقية مواقع الشبكة المختلفة من خلال مسح عينة مكونة من ٥٧٤ مفردة من مستخدمي الإنترنت بالولايات المتحدة الأمريكية ، وقد أوضحت النتائج وجود اختلافات ذات دلالة في تقييم المبحوثين لمصداقية الإنترنت تبعاً لنوع الموقع ، وأثبتت الدراسة أن نوع الموقع يؤثر على المصداقية المدركة للمصدر والرسالة والموقع كل ، فقد قيم المبحوثين مواقع الأخبار كأكثر مصداقية على مستوى مصداقية المصدر والرسالة من مواقع التجارة الإلكترونية ومواقع الاهتمامات الخاصة والمواقع الشخصية ، وكذلك أثبتت الدراسة وجود تأثير لخصائص الموقع على تقييم المبحوثين لمصداقيته وبالتحديد فيما يتعلق بتصميم الموقع ، وعمق المحتوى ،

¹ -Johnson, T. J., Kaye, B. K., Bichard, S. L., & Wong, w. J., "Every blog has its day: Politically-interested Internet users' perceptions of blog credibility". Journal of Computer-Mediated Communication, (vol. 13, no, 1 article 6, 2007). [online at] (24/7/2010)

<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/johnson.html>

² - Andrew J. Flanagin & Miriam J. Metzger , "The role of site features, user attributes, and information verification behaviors on the perceived credibility of web-based information "New Media Society (April 2007 vol. 9 no. 2) [online at] <http://www.comm.ucsb.edu/documents/flanaginmetzger.pdf> (28/7/2010)

وسهولة الاستخدام ، وأيضاً وجدت الدراسة علاقة بين خبرة المبحوثين في استخدام الإنترنت ومدى اهتمامهم بالتأكد من صحة المعلومات التي يحصلون عليها من مصادر أخرى .

٧-دراسة كارمن و شايايم Carmen & S.Shayam (٢٠٠٦)

بعنوان : إذا كانت المصدقية مفقودة فلماذا الاستخدام الكثيف للإنترنت : العلاقة بين استخدام الوسيلة والمصدقية ^١ .

استهدفت الدراسة بحث العلاقة بين استخدام الأفراد لشبكة الإنترنت ودرجة مصداقيتها لديهم ، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها ١٠٨٩ مبحوثاً من مستخدمي الإنترنت باستخدام الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات ، وقد وجدت الدراسة وجود علاقة بين دوافع المبحوثين النفعية لاستخدام الإنترنت وتقييمهم لمصداقيتها بينما لم تظهر ذات العلاقة بالنسبة للدوافع الطقوسية، وكذلك وجود علاقة بين معدل استخدام المبحوثين للصحف والإنترنت وتقييمهم لمصداقيتها .

٨ - دراسة جايمي كيلير Jaime Keller (٢٠٠٦)

بعنوان : التصورات السلوكية نحو مصداقية المواقع والتجارة الإلكترونية ^٢ .

استهدفت الدراسة التعرف على مدى مصداقية شبكة الإنترنت لدي عينة من ٤٧٢ مبحوثاً من التجار من مستخدمي الإنترنت بولاية تكساس الأمريكية بالاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات ، وقد قيم المبحوثون مواقع التجارة الإلكترونية على الشبكة بأنها متوسطة المصدقية ، ولم تجد الدراسة تأثيراً ذا دلالة للمتغيرات الديمغرافية للمبحوثين على تقديرهم للمصدقية وقد حددت الدراسة عدد من العوامل المؤثرة في تقييم المبحوثين لمصدقية مواقع التجارة الإلكترونية وهي : وجود معلومات الاتصال بالقائمين على المواقع بنسبة ٨٠% ، والتصميم المحترف فقد حصل على نسبة ٧٩.٨% ، فيما حصلت هوية الموقع والمؤسسة التي يتبعها على نسبة ٧٨.٧% ، سرعة الموقع في الإجابة على استفسارات المستخدم ٧٥.٨% ، عمق المحتوى والاهتمام بالتفاصيل ٥٣.٩% ، بينما وجدت الدراسة أن الإعلانات المنبثقة وصعوبة التفرقة بين

1 -Carmen Stavrositu & S. Shyam Sundar "If Internet Credibility is so Iffy, then Why the Heavy Use? The Relationship between Medium Use and Credibility,"Paper submitted to the Mass Communication Division to be considered for presentation at the annual conference of the International Communication Association,(Dresden, Germany, June 19-23, 2006) [online at] http://www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/0/9/1/6/2/pages91626/p91626-1.php (25/5/2010)

2 - JAIME LEIGH KELLER, B.S., "BEEF CATTLE PRODUCERS' PERCEPTIONS AND BEHAVIORS TOWARDS WEBSITE CREDIBILITY, E-COMMERCE AND ONLINE AUCTIONS,"A THESIS IN AGRICULTURAL EDUCATION ,Submitted to the Graduate Faculty of Texas Tech University in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of MASTER OF SCIENCE,(December, 2006) [online at] (28/7/2010) http://etd.lib.ttu.edu/theses/available/etd-11062006-000142/unrestricted/Keller_Jaime_Thesis.pdf

الإعلان والمحتوى وكذلك وجود وصلات داخل الموقع لا تعمل، تؤثر سلباً على مصداقية الموقع .

٩- دراسة ماري و لاري Mary & Larry (٢٠٠٦)

بعنوان : دور المصداقية في تشكيل المواقف تجاه المواقع غير الربحية ^١.

استهدفت الدراسة التعرف على العوامل المؤثرة على إدراك مستخدمي الشبكة لمصداقية مواقع الشبكة التابعة لمؤسسات خيرية لا تهدف إلى الربح و ذلك بالاعتماد على منهج المسح لعينة مكونة من ٢٦٢ مبحوثاً من مستخدمي الإنترنت من المقيمين بشمال شرق الولايات المتحدة الأمريكية ، وقد استمدت الدراسة الاستبيان كأداة لجمع البيانات ، وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة بين تقييم المبحوثين لمصداقية مواقع الشبكة غير الربحية واتجاهاتهم الإيجابية نحو هذه المواقع ، كما وجدت الدراسة علاقة ارتباط إيجابية بين تصميم وسهولة استخدام المواقع واتجاهاتهم نحو مصداقيتها ، كما ارتبط تقييم المبحوثين لمصداقية المواقع غير الربحية أيضاً بمدى شهرة المؤسسة المنشئة للموقع والإعلان عنها في وسائل الإعلام .

١٠- دراسة جونسون وكاي Johnson & Kaye (٢٠٠٤)

بعنوان: تأثير الاعتماد على الوسائل التقليدية والإنترنت في إدراك مصداقية الوسيلة بين مستخدمي المدونات Web Blogs ^٢.

أجريت هذه الدراسة على عينة من مستخدمي " المدونات " لمعرفة مدى إدراكهم لمصداقيتها ، مع رصد تأثير عدد من المتغيرات الديمغرافية والاتجاهات السياسية لدى المبحوثين ، وتم وضع استمارة استبيان على ١٤٥ موقعاً من الويب بلوج وطلب من المستخدم الذي يريد المشاركة ملء الاستمارة وتم إعادة إرسالها ، وبلغ عدد المبحوثين الذين أكملوا الاستبيان ٣٧٤٧ مفردة من مختلف التوجهات الأيديولوجية ٧٦.٥% منهم من الذكور و ٩٢.٦% منهم أتموا التعليم الجامعي، ووصل دخل ٤١.٨% منهم إلى ٦٥ ألف دولار سنوياً.

وأظهرت النتائج أن مستخدمي " المدونات " يعبرون عن إدراك عال لمصداقية هذه المواقع أكثر من مصداقية الوسائل التقليدية التي وجد أنها تحظى بمصداقية متوسطة ، كما أشار المبحوثون إلى أن هذه المواقع تعرض معلومات أكثر عمقاً من الوسائل التقليدية الأخرى.

¹ -Mary M. Long & Larry Chiagouris,"The role of credibility in shaping attitudes toward nonprofit websites,"John Wiley & Sons, Ltd., (Int. J. Nonprofit Volunt. Sect. Mark11., August 2006), [online at] www.msjones.com/docs/LongChiagouris_WebsiteCredibility.pdf (25/5/2010)

² - Johnson ,J and Barbra K .Kaye,"wag the blog: how reliance on traditional media and internet credibility perceptions of web blogs among blog users ,"journalism and mass communication quarterly(vol.81,no.3,2004)

١١ - دراسة هونج تراسي Hong Traci (٢٠٠٤)

بعنوان : دور المصداقية في العودة أو التوصية بمواقع الإنترنت ^١.

استهدفت الدراسة التعرف على مدى تأثير مصداقية الموقع في رغبة الأفراد في العودة لاستخدام الموقع مرة أخرى أو ترشيحه للآخرين ، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها ٨٤ طالب وطالبة من طلاب جامعات كاليفورنيا ، وقد كشفت النتائج أن خبرة الموقع تعتبر من أهم أبعاد مصداقية المواقع لدى المبحوثين ، والتي كان لها تأثير ذا دلالة على رغبتهم في العودة لاستخدام الموقع وترشيحه للآخرين ، وقد أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية بين اعتماد المبحوثين على مواقع الإنترنت كمصدر للمعلومات وتقييمهم لمصداقيتها ، وأظهرت الدراسة أن متغير النوع له تأثير ذات دلالة على تقييم المبحوثين لمصداقية مواقع الشبكة ، فقد قيم الذكور مواقع الشبكة كأكثر مصداقية من الإناث .

١٢ - دراسة جوليان ستانفورد وآخرون Julianne Stanford & Others (٢٠٠٢)

بعنوان : خبراء الاقتصاد يواجهون المستهلكين على الإنترنت : دراسة مقارنة بين مصداقية مواقع الصحة ومواقع التجارة ^٢.

استهدفت الدراسة التعرف على كيفية تقييم خبراء الاقتصاد والصحة لمصداقية مواقع الشبكة المتخصصة في مجال عملهم مقارنة بكيفية تقييم المستخدمين العاديين لمصداقية تلك المواقع - التي ظهرت في نتائج دراسة سابقة قام بها الباحثون - وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها ١٥ مبحوثاً من مستخدمي الإنترنت من الخبراء في مجال الصحة والاقتصاد بالولايات المتحدة الأمريكية ، وقد كانت الخبرة أهم أبعاد مصداقية مواقع الشبكة لدى المبحوثين من خبراء الصحة ، في حين كانت الأمانة الأكثر أهمية للمصداقية لدى خبراء الاقتصاد ، ، وقد كان أغلب اعتماد خبراء الصحة على تقييم سمعة الموقع والقائمين عليه والجهة التابعة لها عند تقييمهم لمصداقية مواقع الشبكة الصحية بنسبة ٤٣.٩% ، يليه مصدر المعلومات عند تقييمهم لمصداقية مواقع الشبكة الاقتصادية بنسبة ٤٠.٣% ، يليه مصدر المعلومات المنشورة ثم الدافع وراء إنشاء

¹ -Hong, Traci. "The role of credibility on the intention to return or recommend a Web site," paper Submitted to the Communication Technology Division for potential presentation at the 2004 Annual Conference of the International Communication Association,(New Orleans, LA November 2004.) [online at]

http://www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/1/1/3/3/3/pages113338/p113338-1.php(28/7/2010)

² -Julianne Stanford& Others "Experts vs. Online Consumers:A Comparative Credibility Study of Health and Finance Web Sites"Sliced Bread Design, LLC , Stanford Persuasive Technology Lab, Consumer WebWatch , October, 2002 [online at]

[http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.134.8018&rep=rep1&type=pdf\(29/7/2010\)](http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.134.8018&rep=rep1&type=pdf(29/7/2010))

Or at : <http://www.consumerwebwatch.org/dynamic/web-credibility-reports-experts-vs-online.cfm>

الموقع ثم التحيز داخل الموقع ، وقد كان من أهم العوامل التي تقلل من مصداقية الموقع لدى الخبراء هي وجود الكثير من الإعلانات وعدم فصلها عن المحتوى .

١٣ - دراسة فوج وآخرون B.J Fogg & others (٢٠٠٢)

بعنوان : تحقيق عن الأسباب التي تخلق مصداقية موقع على الإنترنت .^١

استهدفت الدراسة التعرف على العوامل المؤثرة على مصداقية مواقع الإنترنت من خلال مسح عينة مكونة من ١٤٠٠ مبحوث من الولايات المتحدة الأمريكية وفنلندا ، باستخدام الاستبيان الإلكتروني ، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من العوامل التي تؤثر على تقييم المبحوثين لمصداقية مواقع الشبكة سواء بالسلب أو بالإيجاب ، وقد كان من ضمن أهم العوامل التي تزيد من مصداقية مواقع الإنترنت هي : الخبرة والأمانة والفصل بين الإعلانات والمحتوي وتحديث الموقع وسهولة الاستخدام ووجود معلومات لاتصال بالموقع وخدمات البحث ، أما عن العوامل التي تقلل من مصداقية المواقع فتمثلت في عدم الإلتقان والمشاكل الفنية مثل بطء التحميل من الموقع ، والوصلات التي لا تعمل والأخطاء الإملائية ووجود الإعلانات المنبثقة ، وكذلك الحاجة إلى دفع اشتراك في الموقع مقابل الاستخدام من أهم العوامل التي تقلل من مصداقية الموقع لدى الجمهور ، وقد قيم المبحوثين المواقع التي تنتمي إلى جهات ومؤسسات معروفة كأكثر مصداقية من المواقع التابعة لجهات غير معروفة .

١٤ - دراسة رشا عبد الله وآخرون Abdullah, Rasha et al (٢٠٠٢)

بعنوان: مصداقية أخبار الصحف والتلفزيون والإنترنت.^٢

وهي دراسة استطلاعية اهتمت بتحليل مكونات مصداقية الأخبار التي يحصل عليها الأفراد من الصحف والتلفزيون ومواقع الإنترنت ، واستهدفت الدراسة التعرف على مصداقية الأخبار في الصحف والتلفزيون والإنترنت ، وأجريت الدراسة على عينة من الجمهور العام بالولايات المتحدة الأمريكية على عينة مكونة من ٥٣٦ مفردة واستخدمت المقابلة بالتليفون لجمع البيانات . وأشارت النتائج إلى وجود تشابه في إدراك المبحوثين لمصداقية التلفزيون والصحف ، وكانت أعلى مصداقية هي الأخبار التي تعرض في مواقع الإنترنت ، وكذلك فقد أظهرت النتائج وجود

¹ - B.J. Fogg, & Others , "Stanford-Makovsky Web Credibility Study: Investigating what makes Web sites credible today.,"A Research Report (by the Stanford Persuasive Technology Lab & Makovsky & Company. Stanford University. 2002)[online at] <http://captology.stanford.edu/pdf/Stanford-MakovskyWebCredStudy2002-prelim.pdf> (15/3/2010)

²- Abdulla A, Rasha et al, "the credibility of newspaper , television news and online news,"a paper presented to mass communication and society division . association for education in journalism and mass communication , (annual convention .Miami Beach, Fla, august,6,2002)

فروق ذات دلالة في كيفية إدراك المبحوثين لمصداقية أخبار الصحف والتلفزيون والإنترنت، وأوضحت نتائج التحليل أن مصداقية الصحف اليومية تتضمن التوازن في عرض الأخبار والأمانة والحالية، أما مصداقية أخبار التلفزيون تضمنت العدالة والحالية بشكل رئيسي في حين مصداقية أخبار الإنترنت بنيت على الثقة والحالية والتحيز.

١٥ - دراسة فوج بي جي وآخرون Fogg, BJ & Others (٢٠٠١)

بعنوان: ما الذي يصنع مصداقية للإنترنت.^١

أجريت الدراسة على عينة مكونة من ١٤٠٠ مفردة من الأوروبيين والأمريكيين لتقييم ٥١ عنصراً من العناصر المكونة للإنترنت والتي يمكن أن تؤثر في إدراك مصداقيته بين الجمهور، واستخدمت استمارة الاستبيان ووضعت على الإنترنت، وأظهرت النتائج وجود خمسة عوامل تزيد من إدراك الجمهور لمصداقية مواقع الإنترنت وهي: - سهولة الاستخدام - تدعيم ربط الأفراد بالعالم من خلال الموقع - الخبرة - درجة الثقة في الموقع - ارتباط الموقع باهتمامات المستخدم.

وجود عاملين يقللان من إدراك مصداقية المواقع بين الجمهور وهما: - وجود إعلانات لا ترتبط بموضوعات الموقع، وعدم الاحتراف. كما أشارت النتائج إلى أن الأكبر سناً يفضلون المواقع التي تظهر نوعاً من الثقة والخبرة وأن الأوروبيين أقل تصديقاً للمواقع التي تحمل إعلانات، بينما يميل الأمريكيين لتصديق المواقع ذات الخبرة والثقة.

١٦ - دراسة فلاناجين و ميتزجر A. Flangin & M. Metzger (٢٠٠٠)

بعنوان: تصورات حول مصداقية المعلومات على شبكة الإنترنت.^٢

استهدفت الدراسة التعرف على إدراك الجمهور لمصداقية معلومات الإنترنت ومدى اهتمامهم بالتأكد من مصداقية المعلومات التي يحصلون عليها من الشبكة من خلال مسح لعينة من ١٠٤١ مفردة من طلاب وطالبات الجامعة بالساحل الغربي بالولايات المتحدة الأمريكية، وقد اشتملت العينة على ٧١٨ من مستخدمي الإنترنت و٣٢٣ ممن لا يستخدمون الإنترنت، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن معظم المبحوثين يعتبرون الإنترنت وسيلة معرفة

¹ - Fogg, BJ at al, "what makes web sites credibility ?a report on a large quantitative study "CHI(vol.3, no.1,2001)

² - Flanagan, A. J., & Metzger, M. J., "Perceptions of Internet information credibility.," Journalism and Mass Communication Quarterly(vol., 77,no. 3, Autumn 2000)[online at] [http://www.comm.ucsb.edu/publications/flanagan/Flanagan-Metzger-2000-JMCQ.pdf\(1/8/2010\)](http://www.comm.ucsb.edu/publications/flanagan/Flanagan-Metzger-2000-JMCQ.pdf(1/8/2010))

صادقة ودقيقة ولهذا فإنهم نادراً ما يحاولون التأكد من صحة المعلومات التي يجدونها على هذه المواقع ، وأن مصداقية الإنترنت متقاربة لمصداقية الراديو والمجلات والتلفزيون ولكنها ليست بنفس مصداقية الصحف ، فالصحف جاءت في بداية القائمة كأكثر الوسائل مصداقية في الحصول على المعلومات المختلفة في شتى المجالات ، وكذلك فقد قيم المبحوثين المعلومات الإخبارية والحقائق والمعلومات الترفيهية كأكثر مصداقية من المعلومات التجارية الموجودة على الشبكة .

١٧- دراسة جونسون وكاي Johnson & Kay (٢٠٠٠)

بعنوان: تأثير الاعتماد على مصداقية المواقع الإلكترونية السياسية بين مستخدمي الإنترنت ممن لهم اهتمامات سياسية.^١

أجريت هذه الدراسة على عينة من ٣٠٨ مفردة ممن لهم اهتمامات سياسية من مستخدمي الإنترنت بهدف اختبار درجة مصداقية الوسيلة الحديثة والتقليدية وتأثيرها في الحكم على مصداقية الوسيلة المتمثلة في صحف الإنترنت ، والأخبار التلفزيونية والمجلات الإخبارية والمواقع الإلكترونية ذات الاهتمامات السياسية ، واهتمت الدراسة برصد المتغيرات الديمغرافية ودرجة الاهتمام السياسي.

وأشارت النتائج إلى أن الاعتماد على الإنترنت كان عاملاً أساسياً في التنبؤ بدرجة مصداقية الإنترنت كأحد مصادر الأخبار ، وكان الاعتماد على الوسائل التقليدية متباً قوياً لمصداقيتها بين عينة الدراسة ، ولكن بدرجة أكبر من الإنترنت .

١٨- دراسة ستشويجر Schweiger (٢٠٠٠)

بعنوان: مصداقية مواقع الإنترنت في ألمانيا مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى.^٢

استهدفت الدراسة التعرف على اتجاهات عينة من ٥٤٠ ألمانياً نحو مصداقية وسائل الإعلام المختلفة في تغطيتهم الإخبارية للأحداث ، وكيفية تقييم مستخدمي الإنترنت وغير المستخدمين لمصداقية شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال حديثة في ألمانيا .

وأشارت النتائج إلى ارتفاع مصداقية شبكة الإنترنت بشكل عام في ألمانيا ، إلا أنه بالرغم من وجود اتجاه إيجابي نحو الإنترنت إلا أن مصداقية التلفزيون والصحف لا تزال في القائمة .

¹- Johnson ,J and Barbra K .Kaye,"using is believing the influence of reliance on the credibility of online political information among politically interested internet users", "journalism & mass communication quarterly(vol.77,2000)

²- Schweiger ,W "media credibility :experience or image? a survey on the credibility of the world wide web in Germany in comparison to other media_"European journal of communication(vol. 15,no.1,2000)

وصنف المبحوثون الصحف على أنها أكثر وضوحاً وجدية وتهتم بالتفاصيل والنقد وأكثر توازناً وحرفية ومصداقية مقارنة بكل من التلفزيون ومواقع الإنترنت ، وأشارت الدراسة إلى أن المصدقية النسبية لوسيلة ما ترتبط بدرجة استخدام الجمهور لها .
كما أشار المبحوثون إلى أن التلفزيون مقارنة بمواقع الإنترنت كان أكثر وضوحاً وجدية وأسهل استخداماً وأكثر حرفية في حين تفوقت مواقع الإنترنت في أنها أكثر تفضيلاً وأكثر توازناً من التلفزيون .

ثانياً : - دراسات اهتمت بمصدقية الصحافة بشكل عام .

١-دراسة هبه حسين عبد الوهاب (٢٠١٠)

بعنوان : مستويات مصداقية القنوات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفوة .^١

استهدفت الدراسة رصد وتحليل المتغيرات التي تؤثر في تقييم المصدقية المدركة في استقاء المعلومات ودرجة تصديقهم لتلك القنوات وما يقدم فيها من أخبار ، مع الكشف عن العلاقة بين استخدام تلك القنوات والمصدقية المدركة .

وتم تطبيق الدراسة على عينة من الصفوة المصرية بوصفهم الأقدر على تقييم الأطروحات التي توظفها القنوات الإخبارية الفضائية بشكل عام سواء عربية أو أجنبية ، وشملت العينة الصفوة بكل مكوناتها الفرعية (سياسية - أكاديمية - إعلامية) ممكن يشاهدون القنوات الإخبارية الفضائية وتتمثل في الكادر الجامعي لجامعة القاهرة و حلون و عين شمس والمركز القومي للبحوث وكذلك الإعلاميين والصحفيين في اتحاد الإذاعة والتلفزيون وقناة دريم وجريدة الأهرام والأخبار و رزوال يوسف والمصري اليوم وأعضاء مجلس الشعب والشورى والقيادات الحزبية والدبلوماسية ، وانحصرت العينة في ١٥٥ مبحوث من الصفوة العربية واستخدمت أسلوب العينة المتاحة .

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها :

- جاءت القنوات الإخبارية العربية الفضائية على رأس القنوات التي يفضل الصفوة مشاهدتها لمعرفة الأخبار والأحداث الجارية .
- جاءت قناة الجزيرة تلتها قناة العربية ثم مصر الإخبارية لتكون أول القنوات الإخبارية التي يفضل المبحوثون مشاهدتها .

^١ - هبه حسين عبد الوهاب "مستويات مصداقية القنوات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفوة: دراسة مقارنة"، رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٠)

وكذلك وجود فروق ذات دلالة بين المصدقية المدركة لقناة الجزيرة ومصر الإخبارية ووجود فروق ذات دلالة من حيث تقييمات المصدقية المدركة لدى الصفوة وكل من القنوات الإخبارية العربية والأجنبية .

٢ - دراسة حنان أحمد سليم (٢٠٠٨)

بعنوان : مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام لدى الجمهور الألماني^١.

استهدفت الدراسة التعرف على عناصر مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام المختلفة من وجهة نظر الجمهور الألماني ، وهي دراسة كمية اعتمدت على منهج المسح لعينة قوامها ١١٣ مفردة من الجمهور الألماني ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن التلفزيون أكثر مصداقية من الصحافة والإنترنت لدى المبحوثين ، كما وجدت الدراسة علاقة إيجابية بين استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام وإدراكهم لمصداقيتها كمصادر للأخبار وكذلك وجود علاقة بين كثافة التعرض للمضمون الإخباري بوسائل الإعلام وإدراك المبحوثين لعناصر المصدقية في وسائل الإعلام ، وكذلك وجود علاقة ذات دلالة بين آراء المبحوثين نحو مصداقية وسائل الإعلام الثلاثة كمصادر للأخبار ، ووجود اختلاف بين الجمهور الألماني نحو إدراك مصداقية وسائل الإعلام كمصادر للأخبار وفقاً لاختلاف النوع بين المبحوثين وعدم وجود أي تحيز لأي اتجاهات سياسية .

٣ - دراسة محمد محي محمد موسى (٢٠٠٨)

بعنوان : مصداقية الصحافة اليمنية لدى الصفوة^٢.

استهدفت هذه الدراسة رصد الصحف اليمنية التي تتابعها الصفوة وتحديد دوافع الصفوة من قراءة الصحف اليمنية وتحديد أكثر الصحف اليمنية مصداقية ، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي وقامت الدراسة على عينة من الصفوة اليمنية بمختلف شرائحها ومكوناتها بالعاصمة صنعاء ، وشملت عينة الدراسة على ٢٦٤ مفردة من الصفوة اليمنية . وأسفرت الدراسة عن بعض النتائج من أهمها :-

- أفراد الدراسة -الصفوة- يتعرضون للصحف اليمنية عامة بمعدل ٥٦.١% وجاءت صحيفة الثورة في قائمة الصحف الحكومية الأكثر متابعة .

^١ - حنان أحمد سليم ،"مصدقية الأخبار لدى الجمهور الألماني"، بحث مقدم في المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر بعنوان : الإعلام بين الحرية والمسئولية (كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٨)ص ١٢٠٣

^٢ - محمد محي محمد موسى،"مصدقية الصحافة اليمنية لدى الصفوة"،رسالة ماجستير غير منشورة(كلية الآداب ،جامعة أسيوط، ٢٠٠٨)

- تفوق الدوافع النفعية للتعرض للصحف على الدوافع الطقوسية بفارق كبير حيث تصدر الدافع النفعي لمتابعة الأخبار والأحداث الجارية .
- أن إجمالي العينة كان مفهومهم للمصداقية يتركز على عبارة الدقة في نقل الأخبار والمعلومات يليها عبارة الجرأة في مناقشة القضايا الحساسة .
- ترتبط مصداقية الصحيفة حسب رأي الصفوة بعنصر الكفاءة في المقام الأول .
- رأت الصفوة أن شبكة الإنترنت لم تؤثر بالسلب أو بالإيجاب في إقبال الجمهور على قراءة الصحف المطبوعة .

٤ - دراسة الشيماء محمد حمادى (٢٠٠٧)

بعنوان : مصداقية الصحافة المصرية الحزبية والخاصة لدى الشباب الجامعي : دراسة ميدانية مقارنة^١.

اهتمت هذه الدراسة بقياس مدى مصداقية الصحف المصرية الحزبية والخاصة لدى الشباب الجامعي المصري ، واختبرت الدراسة عينة قوامها ٣٤٨ مفردة من طلاب جامعات (طنطا - القاهرة - قناة السويس - جنوب الوادي - الأزهر - مصر للعلوم والتكنولوجيا - الجامعة الأمريكية) وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن الصحف الخاصة تحظى بمصداقية أعلى لدى الباحثين فيما يتعلق بمعايير الموضوعية والدقة والتفاعل مع القراء ، ومدى الالتزام بأخلاقيات المهنة ، فقد جاءت المصري اليوم في الترتيب الأول كأكثر الصحف التزاماً بمعايير المصداقية ، تليها صحيفة الأسبوع ثم الوفد ، وقد وجدت الدراسة علاقة ارتباط بين معدل قراءة الصحف ودرجة مصداقيتها ، كما وجدت فروق ذات دلالة بين الصحف الحزبية والخاصة فيما يتعلق بمصداقية القضايا الدينية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، لصالح الصحف الحزبية . بينما لم تجد الدراسة علاقة ذات دلالة بين مصداقية الصحف الحزبية والخاصة وبين المتغيرات الديمغرافية للمبشرين .

^١ - الشيماء محمد حمادى "مصداقية الصحافة المصرية الحزبية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية مقارنة" رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الأزهر ، كلية الدراسات الإسلامية والعربية ، ٢٠٠٧)

٥ - دراسة خالد صلاح الدين (٢٠٠٦)

بعنوان: مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور.^١

اهتمت هذه الدراسة برصد مستويات مصداقية وسائل الإعلام بين عينة من الجمهور المصري في مدينتي القاهرة والجيزة قوامها ٣٠٠ مفردة من مستخدمي وسائل الإعلام المختلفة ، واهتمت برصد مستوى التصديق العام لوسائل الإعلام المصرية بالإضافة إلى مستوى التصديق المتعمق من خلال التغطية الإعلامية لعدد من القضايا البارزة مثل ارتفاع الأسعار والبطالة والمشكلة العراقية والقضية الفلسطينية .

وأوضحت النتائج أن درجة تصديق الصحف والراديو والتلفزيون أعلى من درجة تصديق مواقع الإنترنت إلا أن المواقع الإلكترونية قد تفوقت على الوسائل التقليدية من حيث الصورة الذهنية الإيجابية لدى الجمهور عن هذه المواقع ، كما أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباط بين متغير الاعتماد ودرجة الثقة في المضامين الإخبارية التي تبثها ، وبشكل عام تشير النتائج إلى أن الجمهور المصري يقيم الوسائل التقليدية (الراديو - التلفزيون - الصحف) كأكثر مصداقية مقارنة بالوسائل الحديثة مثل الإنترنت ، كما أن نوع الوسيلة وطبيعة القضية من المتغيرات الوسيطة المؤثرة على تقديرات المبحوثين لمصداقية وسائل الإعلام ، وقد أثبتت الدراسة وجود علاقة إيجابية بين متغيري المصداقية والاعتماد على وسائل الإعلام .

٦ - دراسة عزة عبد العظيم محمد (٢٠٠٦)

بعنوان : مصداقية مصادر الأخبار بين الجمهور الإماراتي :دراسة مقارنة بين الوسائل التقليدية والحديثة.^٢

سعت هذه الدراسة إلى معرفة استخدام الجمهور الإماراتي للوسائل الإعلامية التقليدية في مقابل الوسائل الحديثة ودرجة الاعتماد عليها للتوصل إلى أهم العوامل التي تسهم في تشكيل إدراك الجمهور الإماراتي لمصداقية الوسائل الإعلامية التقليدية والحديثة كمصدر للحصول على الأخبار.

وتم اختيار ٢١٣ مفردة من الجمهور الإماراتي ذكور وإناث من المتعلمين ، وتم الاختيار بطريقة غير عشوائية .

^١ -خالد صلاح الدين،"مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور المصري"،المجلة المصرية لبحوث الإعلام،العدد ٢٦،يناير -مارس (كلية الإعلام،جامعة القاهرة،٢٠٠٦)

^٢ -عزة عبد العظيم محمد"مصداقية مصادر الأخبار بين الجمهور الإماراتي :دراسة مقارنة بين الوسائل التقليدية والحديثة"،المجلة المصرية لبحوث الرأي العام،المجلد السابع،العدد ٦، يونيو/ ديسمبر (كلية الإعلام،جامعة القاهرة،٢٠٠٦)

وتوصلت النتائج إلى أن التليفزيون لا يحظى بالمصداقية الأعلى على مستوى كل الوسائل التقليدية والحديثة بين جميع فئات الجمهور الإماراتي ، في حين تفوقت الوسائل التقليدية على الوسائل الحديثة في درجة الاستخدام ودرجة ثقة الجمهور بها كمصدر من مصادر الأخبار، وكذلك وجود علاقة ارتباط ايجابية بين درجة اعتماد واستخدام الجمهور الإماراتي للوسيلة الإعلامية وتقييمهم لمصداقيتها ، كما وجدت الدراسة فروق ذات دلالة بين تقييم المبحوثين لمصداقية الوسائل التقليدية والوسائل الحديثة كمصدر من مصادر الأخبار ، كما أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط بين درجة الاتصال الشخصي وإدراك الجمهور الإماراتي لمصداقية الوسيلة الإعلامية بينما لم تجد الدراسة فروقاً ذات دلالة بين إدراك المبحوثين لمصداقية الوسائل التقليدية والحديثة وفقاً للمتغيرات الديمغرافية .

٧- دراسة محمد النوي Mohammed El-Nawawy (٢٠٠٦)

بعنوان : الدبلوماسية الأمريكية العامة في العالم العربي وعلاقتها بمصداقية قناة تليفزيون الحرة وإذاعة راديو سوا .^١

استهدفت الدراسة التعرف على مدى مصداقية الأخبار التي تبثها إذاعة راديو سوا وتليفزيون الحرة اللتان ترعاهما الولايات المتحدة الأمريكية وتستهدف الجماهير العربية ، وذلك من خلال مسح عينة مكونة من ٣٩٤ مفردة مكونة من طلاب الجامعة العرب في خمس جامعات عربية وهي : جامعة الكويت بالكويت ، وجامعة اليرموك بالأردن ، وجامعة الشارقة بالإمارات ، وجامعة النجاح القومية بفلسطين، والمعهد العالي لعلوم الاتصال بالمغرب ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود علاقة إيجابية بين معدل استخدام وسائل الإعلام ومدى مصداقيتها لدى الجمهور ، فقد أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط بين تكرار المشاهدة لتليفزيون الحرة وإدراكهم لمصداقية أخباره ، وكذلك وجود علاقة ذات دلالة بين تكرار الاستماع لراديو سوا وإدراكهم لمصداقية أخباره ومن ناحية أخرى فقد أعطى الطلاب الأكثر تعرضاً لأخبار إذاعات الراديو الفضائيات العربية الأخرى تقديرات أقل لمصداقية أخبار راديو سوا وتليفزيون الحرة .

¹ -Mohammed el-Nawawy, "US public diplomacy in the Arab world the news credibility of Radio Sawa and Television Alhurra in five countries," Global Media and Communication(vol. 2 no. 2, August 2006) [online at] [http://gmc.sagepub.com/content/2/2/183.abstract\(9/8/2010](http://gmc.sagepub.com/content/2/2/183.abstract(9/8/2010)

٨ - دراسة نائف مطلق فهيد العتيبي (٢٠٠٦)

بعنوان : مصداقية الأخبار التلفزيونية لدى طلاب وطالبات جامعة الملك سعود.^١

استهدفت الدراسة التعرف على العناصر المكونة للمصداقية في الأخبار التلفزيونية وترتيب العناصر لدى طلاب وطالبات جامعة الملك سعود طبقاً لأهمية كل عنصر ، ومقارنة المصداقية التي تحظى بها الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية ومصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الخاصة .

واستخدم الباحث منهج المسح وطبق الدراسة على عينة قوامها ٦٠٠ مفردة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود من مرحلة البكالوريوس ، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن قناة MBC احتلت المرتبة الأولى كأكثر القنوات التي يشاهد الأخبار فيها من أفراد العينة ٥٢.٦% ، تلتها قناة العربية ٣٢.١% ثم قناة دبي ٢٤.٣% ، وأن الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية قد حظيت بدرجة مصداقية متوسطة ، وأن الأخبار الرياضية والأخبار العلمية هي من أكثر الأخبار مصداقية لدى أفراد العينة بينما جاءت الأخبار السياسية والأمنية والعسكرية كأقل الأخبار مصداقية ، وأن شهرت القناة هي التي تجعل أخبارها ذات مصداقية عالية لدى الجمهور .

٩ - دراسة عبد الملك بن عبد العزيز الشلهوب (٢٠٠٥)

بعنوان : العوامل المؤثرة على مصداقية الصحف السعودية لدى الشباب في المملكة العربية السعودية.^٢

استهدفت الدراسة التعرف على أهم العوامل المؤثرة في مصداقية الصحف السعودية من خلال استطلاع رأي عينة مكونة من ١٥٠ مفردة من طلاب جامعتي الإمام محمد بن سعود الإسلامية وجامعة الملك سعود بالرياض ، حول مصداقية هذه الصحف ومدى التزامها بمعايير وعناصر المصداقية فيما تنشره من أخبار وتغطيات صحفية ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود علاقة ذات دلالة بين درجة مصداقية الصحيفة ودرجة قراءتها ، وكذلك وجود علاقة بين مصداقية الصحف السعودية ودوافع قراءة أفراد العينة لها ، ووجود علاقة بين مصداقية الصحف

^١ -نائف مطلق فهيد العتيبي،"مصداقية الأخبار التلفزيونية لدى طلاب وطالبات جامعة الملك سعود: دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة"،رسالة ماجستير غير منشورة (الرياض: جامعة الملك سعود ، عمادة الدراسات العليا، كلية الآداب ، قسم الإعلام،٢٠٠٦)

^٢ - عبد الملك بن عبد العزيز الشلهوب ،"العوامل المؤثرة على مصداقية الصحف السعودية لدى الشباب في المملكة العربية السعودية : دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي ،"المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٢٤، يناير / يونيو (كلية الإعلام، جامعة القاهرة ٢٠٠٥)

السعودية والتزامها بالأداء المهني ، كما أظهرت الدراسة أن أهم العناصر المعززة لمصداقية الصحف لدى أفراد العينة تمثلت في : توثيق المعلومات ونسبتها إلى مصادرها ، وتنوع اهتماماتها الصحفية والحداثية والتحلي بالموضوعية في عرض الحقائق والتعبير الصادق عن هموم وقضايا القراء والصدق والأمانة والتوازن في عرض الأخبار والآراء .

١٠- دراسة هويدا مصطفى (٢٠٠٣)

بعنوان : مصداقية وسائل الإعلام كما تراها النخبة في مصر: دراسة حالة للتغطية الإعلامية في العراق.^١

استهدفت الدراسة استطلاع رأي النخبة حول مصداقية وسائل الإعلام ومدى التزامها بمعايير وعناصر المصداقية بالتطبيق على الأداء الإعلامي والتغطية الإخبارية للحرب على العراق ، ولقد أجريت الدراسة على عينة قوامها ٨٤ مفردة من النخبة المصرية يمثلون التيارات القائدة سياسياً وفكرياً وعلمياً ، وجمعت البيانات في أعقاب بداية الحرب على العراق ، وأظهرت النتائج أن ٥٦% من العينة يلجئون للصحف القومية للحصول على معلومات دقيقة في حال التعرض لمعلومات متناقضة من وسائل الإعلام المختلفة ، بينما جاء التليفزيون في المرتبة الثانية بنسبة ٢٩.٨% ولم تظهر النتائج وجود ارتباط بين الاعتماد على الوسيلة ودرجة مصداقيتها لدى النخبة محل الدراسة .

كما كشفت النتائج عن انخفاض معدلات عناصر المصداقية في أداء وسائل الإعلام كما تراها النخبة وتمثلت عناصر قلة المصداقية في التحيز والإثارة وعدم المسؤولية وعدم الالتزام بالدقة في المعلومات الواردة في التقارير الإخبارية، فقد حققت وسائل الإعلام الأجنبية درجة مرتفعة من المصداقية لدى عينة الدراسة في متابعة أحداث الحرب يليها الفضائيات العربية في المرتبة الثانية .

^١ -هويدا مصطفى"مصداقية وسائل الإعلام كما تراها النخبة في مصر :دراسة حالة التغطية الإعلامية للحرب على العراق"المجلة المصرية لبحوث الإعلام،العدد ٢١ أكتوبر /ديسمبر (كلية الإعلام،جامعة القاهرة،٢٠٠٣)

١١ - دراسة سهام نصار (٢٠٠٣)

بعنوان: تأثير المصداقية على علاقة الصفوة بالصحافة المصرية^١.

سعت هذه الدراسة إلى رصد أهم الصحف التي تقرؤها الصفوة وتحديد دوافع قراءة الصفوة لتلك الصحف والتعرف على القيم التي تحكم اختيار الصفوة للأخبار والمعلومات وعلاقة ذلك بعنصر المصداقية ، وتحديد مكونات المصداقية للصحيفة المصرية من وجهة نظر الصفوة.

وتم تطبيق المسح على الصفوة في مدينتي القاهرة وأسيوط ، وقد بلغ عدد عينة الصفوة ١٠٤ مفردة بنسبة ٦٣% ومن أسويوط ٥٩ مفردة بنسبة ٣٦.٢% ، وذلك حتى يتم تمثيل الصفوة في الوجهين البحري والقبلي .

وأظهرت النتائج أن عينة الدراسة من الصفوة تتعرض بشكل أساسي لوسائل الإعلام المصرية مقارنة بوسائل الإعلام الأجنبية خصوصاً فيما يتعلق بمتابعة الأخبار المحلية ، وأن مقاييس المصداقية ترتبط بجغرافية الخبر (محلي - قومي - دولي) كذلك فإن الصحافة القومية تتمتع بمصداقية أعلى من الصحافة الحزبية والصحافة الخاصة ، فيما حازت الصحافة القومية خمساً من قيم المصداقية الستة الايجابية وهي: الصدق والاكتمال و الجودة والموضوعية والاهتمام بمصالح الجمهور وافتقدت قيمة التوازن

١٢ - دراسة أسامة عبد الرحيم (٢٠٠٣)

بعنوان : مصداقية كُتاب الأعمدة الصحفية لدى القراء^٢.

استهدفت الدراسة التعرف على المكونات الأساسية التي تسهم في بناء مصداقية كُتاب الأعمدة لدى القراء ، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها ٢٩٤ مفردة من قراء الصحف المصرية بمحافظة (القاهرة ، الدقهلية) ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن ترتيب عناصر المصداقية لدى قراء كُتاب الأعمدة هي :

الموضوعية ، الدقة ، الخبرة المعرفية ، الألفة والتفاعل مع القراء ، التوجه الفكري ، المنصب القيادي للكاتب ، كما توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة بين درجة المصداقية والاختلاف في النوع أو السن .

^١ - سهام نصار، "تأثير المصداقية على علاقة الصفوة بالصحافة المصرية" المؤتمر العلمي السنوي التاسع بعنوان: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، الجزء الرابع، مايو (كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٣)

^٢ - أسامة عبد الرحيم، "مصداقية كُتاب الأعمدة الصحفية لدى القراء : دراسة ميدانية"، مجلة البحوث الإعلامية، العدد ٢٠ ، أكتوبر (كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ٢٠٠٣)

١٣ - دراسة أندساجير و ماستين Andsager & Mastin (٢٠٠٣)

بعنوان : تقييم مصداقية كتاب الأعمدة السياسية من خلال النوع والعرق .^١

استهدفت الدراسة تحديد تأثير النوع والسلالة العرقية في التأثير على إدراك القراء لمصداقية كتاب الأعمدة السياسية من خلال التطبيق على عينة قوامها ٥٩٤ مفردة من طلاب جامعتين بإقليمين مختلفين بالولايات المتحدة الأمريكية ، وقد توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة في تقييم المبحوثين لمصداقية كتاب الأعمدة السياسية تبعاً لنوع كاتب العمود ، فقد قيم الذكور كتاب الأعمدة الذكور كأكثر مصداقية من كاتبات الأعمدة الإناث ، فيما قيمت القارئات الإناث كاتبات الأعمدة الإناث كأكثر مصداقية من كتاب الأعمدة الذكور ، وبشكل عام وجدت الإناث أعمدة الرأي السياسية كأكثر مصداقية مما فعل الذكور ، كما وجدت الدراسة فروق ذات دلالة في تقييم القراء لمصداقية كتاب الأعمدة تبعاً للإقليم وللسلالة العرقية للمبحوث ، فقد قيم كتاب الأعمدة الذين ينتمون لنفس السلالة العرقية كأكثر مصداقية من غيرهم حيث كان القراء البيض في كلا من الجامعتين أكثر ميلاً لاعتبار كتاب الأعمدة البيض أكثر مصداقية من كتاب الأعمدة الزوج بينما قيم القراء الزوج كتاب الأعمدة الزوج كأكثر مصداقية من كتاب الأعمدة البيض .

١٤ - دراسة رامبال و آدامز Rampal & Adams (١٩٩٠)

بعنوان: مصداقية الأخبار الآسيوية التي تبثها صوت أمريكا وهيئة الإذاعة البريطانية.^٢

استهدفت الدراسة رصد رد فعل المستمعين في آسيا نحو الأخبار الآسيوية التي تبثها كل من إذاعة صوت أمريكا وهيئة الإذاعة البريطانية وذلك بهدف تقييم وتحليل مصداقية الإذاعتين ، وقد اختبر شهر نوفمبر ١٩٨٨ كمجال زمني للدراسة يتم فيه متابعة الخبر وردود فعل الناس تجاه هذا الخبر مع مراعاة تسجيل انطباعات المستمعين وبالتالي تحليل النتائج ، ولقد أظهرت النتائج ما يلي :-

- أنه بمجرد إذاعة الخبر يقع المستمع في حالة من التصديق وعدم التصديق لهذا الخبر وهذا التأثير يتم في أول وهلة.
- بعض المستمعين يحبون الأخبار التي فيها تهويل ومبالغة والبعض الآخر يتسمون بالتروفي في استقبال الخبر.

¹ -Julie Andsager & Teresa Mastin "Racial and Regional Differences in Readers' Evaluations of the Credibility of Political Columnists by Race and Sex.," *Journalism and Mass Communication Quarterly* (vol.80 ,no. 1 , Spr 2003) [online at] <http://www.highbeam.com/doc/1P3-347857381.html> or [at:http://www.eric.ed.gov/ERICWebPortal/search/detailmini.jsp?_nfpb=true&_ERICExtSearch_SearchValue_0=EJ669436&ERICExtSearch_SearchType_0=no&accno=EJ669436](http://www.eric.ed.gov/ERICWebPortal/search/detailmini.jsp?_nfpb=true&_ERICExtSearch_SearchValue_0=EJ669436&ERICExtSearch_SearchType_0=no&accno=EJ669436)

² -Kuldip R .Rampal & W.Clifton Adams, "credibility of the Asian news broadcasts of the voice of America and the British broadcasting corporation " *Gazette*, (vol.46,no.2, september1990)

• أن هيئة الإذاعة البريطانية من وجهة نظر مسمعيها تعتمد التهويل والمبالغة في إذاعة الخبر الصادق .

ومن أهم الملاحظات في هذه الدراسة هو الاستناد إلى نوعية المصادر كأحد معايير المصداقية.

١٥- دراسة نيوهاجن و كليفورد Newhagen & Clifford (١٩٨٩)

بعنوان: معايير مختلفة لتقييم مصداقية أخبار الصحف والتلفزيون.^١

أجريت هذه الدراسة لمعرفة مدى اختلاف المعايير عند تقييم الأفراد لمصداقية أخبار التلفزيون عنها عند تقييم أخبار الصحف ، وشارك في الدراسة عينة مكونة من ٩٨٥ مفردة في الولايات المتحدة الأمريكية وتضمنت استمارة الاستبيان ١٦ عبارة لقياس مصداقية كل من الصحف والتلفزيون.

وأشارت النتائج إلى وجود عشرة عوامل لكل من الوسيّلتين محل الدراسة يسهمون في تقييم المبحوثين لمدى مصداقيتها ، وهي بالترتيب :- درجة الثقة في كفاءة مقدم النشرة الإخبارية ، والتزام المرسلين بالمعايير الأخلاقية ، والثقة في التلفزيون كمؤسسة إعلامية ، أما العوامل التي تسهم في تقييم المبحوثين لمصداقية الصحف كانت : الثقة في الصحيفة كمؤسسة إعلامية ، يليها البعد الشخصي في تقييم المعايير الأخلاقية التي يلتزم بها المرسلون الصحفيون وأخيراً المستوى الأخلاقي للمحررين.

ثالثاً :- دراسات اهتمت بدراسة مصداقية مواقع الصحف على الإنترنت .

١ - دراسة دياكي يونج و توماس Daekyung & Thomas (٢٠٠٩)

بعنوان : تحولات في مصداقية وسائل الإعلام : دراسة مقارنة بين مصادر الأخبار في الإنترنت والوسائل التقليدية في كوريا الجنوبية .^٢

استهدف هذه الدراسة مسح لمستخدمي الإنترنت ذوي الاهتمامات السياسية لبحث كيفية إدراكهم لمصداقية مصادر الأخبار التقليدية والإلكترونية الموجودة على الشبكة وكذلك نظرهم إلى الصحف الإلكترونية والصحف الورقية ، فضلاً عن اكتشاف العوامل التي أثرت على مصداقية مصادر الأخبار على شبكة الإنترنت خلال الانتخابات العامة لكوريا الجنوبية عام ٢٠٠٤ ، وقد

¹ - Newhagen ,John& Clifford Nass, "differential criteria for evaluating credibility of newspapers & television news,"journalism quarterly(vol.66,no.1,spring ,1989)

² -Daekyung Kim & Thomas J. Johnson , "A Shift in Media Credibility Comparing Internet and Traditional News Sources in South Korea,"International Communication Gazette(vol. 71 no. 4, June 2009) [online at] [http://gaz.sagepub.com/content/71/4/283.abstract\(25/7/2010\)](http://gaz.sagepub.com/content/71/4/283.abstract(25/7/2010))

أظهرت النتائج أن المبحوثين يرون الصحف المستقلة الموجودة على الإنترنت كأكثر مصداقية من وسائل الإعلام التقليدية ومواقعها الإلكترونية ، وقد وجدت الدراسة وجود علاقة بين متغير الاعتماد على مصادر الأخبار الإلكترونية والتقليدية وتقييم المبحوثين لمصداقية الأخبار الإلكترونية ، وكذلك أظهرت الدراسة وجود علاقة بين المتغيرات السياسية للمبحوثين مثل درجة الاهتمام بالحملة الانتخابية والتصويت والاندماج السياسي وبين تقييمهم لمصداقية مصادر الأخبار التقليدية والحديثة .

٢ - دراسة ديبرا و ترافيس Debra Melican & Travis Dixon (٢٠٠٨)

بعنوان : الأخبار على الإنترنت : المصداقية ، التعرض الانتقائي والتحيز العنصري .^١
استهدفت هذه الدراسة التعرف على مدى مصداقية الأخبار على شبكة الإنترنت من خلال مسح لعينة قوامها ٤٦٤ مبحوث من مستخدمي الإنترنت بالولايات المتحدة الأمريكية باستخدام الاستبيان الإلكتروني لجمع البيانات ، وقد توصلت الدراسة إلى أن الأفراد يختلفون في تقييمهم لمصداقية أخبار الإنترنت ، ولقد قيم المبحوثين مصداقية الأخبار الموجودة في مواقع تابعة لمؤسسات إعلامية معروفة كأكثر مصداقية من أخبار المواقع الأخرى ، وقد كان لمتغير العنصرية تأثير ذو دلالة على تقييم المبحوثين لمصداقية أخبار مواقع الشبكة ، فقد أظهرت النتائج أن المبحوثين الذين قيموا مصادر الأخبار غير التقليدية على الإنترنت كأكثر مصداقية من مواقع الأخبار التابعة لمؤسسات إعلامية معروفة حصلوا على أعلى مقياس العنصرية الذي اعتمدت عليه الدراسة .

٣ - دراسة كاسيدي Cassidy, W.P (٢٠٠٧)

بعنوان : مصداقية أخبار الإنترنت : دراسة لتصورات الصحفيين عن المصداقية .^٢
استهدفت الدراسة التعرف على إدراك الصحفيين العاملين بالصحف اليومية المطبوعة والإلكترونية لمصداقية أخبار الإنترنت من خلال مسح أجري على عينة قوامها ٢٧١ مفردة من الصحفيين العاملين بالصحف اليومية المطبوعة والإلكترونية بالولايات المتحدة الأمريكية وكولومبيا ، وقد قيم المبحوثين أخبار الإنترنت بأنها متوسطة المصداقية وأثبتت الدراسة وجود فروق بين الصحفيين العاملين بالصحف المطبوعة والصحف الإلكترونية في إدراكهم لمصداقية

¹ - Debra Burns Melican & Travis L. Dixon, "News on the Net Credibility, Selective Exposure, and Racial Prejudice," *communication research* (vol.35, no. 2, April 2008)p.p 151-168 [online at] <http://crx.sagepub.com/content/35/2/151.short> (15/4/2010)

² -William P. Cassidy "Online news credibility: An examination of the perceptions of newspaper journalists". *Journal of Computer-Mediated Communication*, (vol .12, no.(2), article 7,2007) [online at] <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue2/cassidy.html> (25/6/2010)

أخبار الإنترنت ، فقد قيم الصحفيون العاملون بالصحف الإلكترونية أخبار الإنترنت كأكثر مصداقية من الصحفيين العاملين بالصحف المطبوعة ، وقد أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط إيجابية بين الاعتماد على الإنترنت كمصدر للأخبار وتقييم المبحوثين لمصداقيتها ، بينما لم يكن للمتغيرات الديمغرافية للمبحوثين تأثير ذو دلالة على تقييمهم لمصداقية أخبار الإنترنت .

٤ - دراسة براين Brian (٢٠٠٦)

بعنوان : الوجود الاجتماعي والمشاركة وعلاقتهم بمصداقية المواقع الإخبارية على الإنترنت .^١
استهدفت الدراسة استكشاف العلاقة بين تشجيع الصحفيين على المشاركة والكشف عن هويتهم والتعامل مع الجمهور بلغة وشخصية اجتماعية موحدة من شأنه أن يزيد من مصداقية المواقع الإخبارية ، ولقد أجريت الدراسة على عينة مكونة من ١٦٢ طالب وطالبة من المسجلين في جامعة ميدويسترن Midwestern الأمريكية ، واحتوت العينة على ٥٦% من الإناث وكذلك ٩٠% من الطلاب المسجلين لدرجات علمية في الصحافة .

واختبرت الدراسة فرضيات أن الإحساس بالوجود لاجتماعي والمشاركة من قبل الجمهور من شأنه أن يزيد من مصداقية مواقع الصحف لديهم ، وخلصت الدراسة إلى أن اللغة الاجتماعية الموحدة بين الجمهور والصحيفة زادت من الإحساس بالوجود الاجتماعي للجمهور ولكن استخدام الصورة الخاصة بالمحرر لم يكن لها تأثير على الوجود الاجتماعي وبالتالي على مصداقية الصحيفة لديهم .

٥ - دراسة شوا وآخرون Choi, J.H & others (٢٠٠٦)

بعنوان : تصورات حول مصداقية الأخبار على الإنترنت في الحرب على العراق .^٢
استهدفت الدراسة التعرف على تقييم الجمهور الأمريكي لمصداقية شبكة الإنترنت كمصدر لأخبار الحرب على العراق في ضوء نظرية تأثير وسائل الإعلام المعادية لبحث مدى تقييم معارضي الحرب لمصداقية شبكة الإنترنت مقارنة بالمحايدين والمؤيدين للحرب ، وذلك من خلال مسح لعينة مكونة من ٤٨١ مفردة من المقيمين بالولايات المتحدة الأمريكية من مستخدمي

1- BRIAN HAMMAN, "TWO VOICES: SOCIAL PRESENCE, PARTICIPATION, AND CREDIBILITY IN ONLINE NEWS.," In Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Master of Arts (Columbia: University of Missouri , Faculty of the Graduate School, DECEMBER 2006)

² -Choi, J. H., Watt, J. H., and Lynch, M , "Perceptions of news credibility about the war in Iraq: Why war opponents perceived the Internet as the most credible medium". Journal of Computer-Mediated Communication, (vol . 12, no. 1, article 11, 2006) [online at] (25/7/2010) <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue1/choi.html>

الإنترنت من عمر ١٨ سنة فأكثر ، معتمدة على الاستبيان الإلكتروني لجمع البيانات ، وقد خلصت الدراسة إلى وجود اختلافات ذات دلالة بين جماعات المعارضه والمحايدة والمؤيدة للحرب على العراق في تقييمهم لمصداقية الإنترنت ، فقد قيم المعارضون للحرب الإنترنت كأكثر وسائل الإعلام مصداقية تليها الصحف ثم التلفزيون فالراديو والمجلات ، بينما قيم المحايدون والمؤيدون للحرب التلفزيون كأكثر الوسائل مصداقية في نشر أخبار الحرب يليها الإنترنت في المرتبة الثانية ، كما وجدت الدراسة وجود علاقة ارتباط سلبية بين تقييم المعارضين للحرب لمصداقية الإنترنت وإدراكهم لتبعيتها للحكومة ، حيث قيم المعارضون للحرب الإنترنت كأكثر وسائل الإعلام مصداقية في نشر أخبار الحرب على العراق لعدم سيطرت الحكومة عليها ، وقد وجدت الدراسة وجود علاقة ارتباط ايجابية بين متغيري السن والمستوي التعليمي للمبحوثين ومدى مصداقيتهم لأخبار الإنترنت ، بينما لم تكن هناك علاقة بين متغيري النوع والدخل في إدراك المبحوثين لمصداقية الإنترنت .

٦- دراسة جوزيف شاين وآخرون Joseph , M. Chan & others (٢٠٠٦)

بعنوان : تجمع الصحافة الإخبارية على الإنترنت : كيف يقيم الصحفيين الصينيين مصداقية المواقع الإخبارية^١.

اهتمت هذه الدراسة بالتعرف على درجة مصداقية الأخبار المنشورة على شبكة الإنترنت لدى الصحفيين الصينيين ، وذلك من خلال مسح عينة من ٤٦٢ مفردة من الصحفيين الصينيين (بمدينة شنغهاي ومدينة هانج زو) بواسطة الاستبيان كأداة لجمع البيانات ، وقد خلصت الدراسة إلى أن الصحفيين الصينيين يرون أن المواقع الإخبارية التابعة لمؤسسات إعلامية معروفة أكثر مصداقية من المواقع الإخبارية التجارية كمصدر للأخبار ، كما وجدت الدراسة أيضاً وجود علاقة ارتباط بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع الشبكة وتقييمهم لدرجة بينما لم تكن هناك علاقة ذات دلالة بين المتغيرات الديمغرافية وبين تقييم المبحوثين لمصداقية المواقع الإخبارية على الشبكة ، بينما لا تزال الصحف الحزبية هي المهيمنة على نظرة الصحفيين للمواقع الإخبارية وينظر إلى البوابات التجارية أو مواقع الأخبار التجارية على أنها تجسد نموذجاً بديلاً للصحافة .

¹ -Joseph M. Chan , Francis L.F. Lee & Zhongdang Pan , "Online news meets established journalism: how China's journalists evaluate the credibility of news websites "New Media Society(December 2006 vol. 8 no. 6)[online at] <http://nms.sagepub.com/content/8/6/925.short> (28/7/2010)

٧-وائل إسماعيل عبد الباري(٢٠٠٥)

بعنوان: مصداقية المواقع الإخبارية على الإنترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري.^١

سعت هذه الدراسة إلى الإجابة على عدة تساؤلات بحثية تتعلق باتجاهات الجمهور المصري من مستخدمي المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت نحو مصداقية هذه المواقع وكذلك تحديد معايير المصداقية وخصائص وسمات هذه المواقع التي قد تميزها عن الصحافة المطبوعة ، وتم التطبيق على عينة عمديه من الجمهور المصري المستخدم لشبكة الإنترنت مكون من ٢٥٠ مفردة من الجمهور العام المستخدم للإنترنت ، مستخدم الاستبيان المقنن كأداة لجمع البيانات . وأوضحت الدراسة أن جمهور مستخدمي المواقع الإخبارية يعتمدون على هذه المواقع للحصول على الأخبار وكذلك يرى هذا الجمهور أن هذه المواقع تتمتع بمصداقية أكبر من الصحف المطبوعة حيث أعرب ٥٤.٣% من مفردات العينة عن ذلك مقابل ٣٩.٦% رفض ، وأسفرت الدراسة عن تعدد معايير مصداقية المواقع الإخبارية بشكل جعل هذه المواقع أكثر مصداقية من الصحافة المطبوعة ، كما توصلت إلى عدم اختلاف معايير مصداقية المواقع الإخبارية عن مثيلاتها في وسائل الإعلام التقليدية وإنما اشتملت على عدة إضافات مثل الفورية والتفاعلية والسهولة ، وهذه المعايير هي التي تميز المواقع الإخبارية عن وسائل الإعلام التقليدية التي اتحدت في معايير مصداقيتها مع تلك المواقع على الصفات الأساسية مثل جودة المحتوى والدقة وحسن الصياغة والوضوح والموضوعية ، كما وجدت الدراسة وجود علاقة بين مستوي معرفة الجمهور باستخدام الإنترنت ورؤيته لمصداقية المواقع الإخبارية .

٨- دراسة كريساندرا و جان Krisandra & Jan (٢٠٠٤)

بعنوان : دراسة العوامل التي تؤثر على مصداقية المعلومات الصحية على الانترنت .^٢
استهدفت الدراسة التعرف على العوامل التي تؤثر على تقييم الأفراد لمصداقية المعلومات الصحية على الإنترنت ، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ١٥٠ مفردة من طلاب جامعة

^١ -وائل إسماعيل حسن عبد الباري"مصداقية المواقع الإخبارية على الإنترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري"المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر بعنوان:مستقبل وسائل الإعلام العربية،الجزء الثاني،٣-٥ مايو (كلية الإعلام،جامعة القاهرة ٢٠٠٥)

2-Krisandra S.Freeman & Jan H.Spyridakis , "An examination of factors that affect the credibility of online health information,"Technical Communication(vol .51,no.2,may 2004)[online at]
<http://flatfile.printobject.com/files/510204.pdf>
or at : http://goliath.ecnext.com/coms2/gi_0199-400549/An-examination-of-factors-that.html
(19/6/2010)

واشنطن ، وقد وجدت الدراسة أن إعلان الموقع لمعلومات الاتصال الخاصة بالقائمين عليها تعتبر من أهم العوامل التي تؤثر على تقييم المبحوثين لمصداقية المعلومات الموجودة على الإنترنت ، كما أظهرت النتائج وجود علاقة بين خبرة المبحوثين في استخدام الإنترنت وتقييمهم لمصداقيته وكذلك وجود تأثير ذات دلالة لمتغيري السن ودرجة الاهتمام بالمعلومات على تقديرات المبحوثين لمصداقية الرسالة ، وقد أشارت النتائج إلى أن سرعة التحميل وسهولة الملاحظة وتصميم الموقع من أهم العوامل التي تزيد من درجة مصداقية المواقع على الإنترنت .

٩ - دراسة إيريك باسي Erik P.Bucy (٢٠٠٣)

بغوان : التأثيرات التفاعلية بين الأخبار التلفزيونية والإلكترونية وتأثيرها على إدراك المصداقية.^١

وهي دراسة تجريبية أجريت عقب أحداث الحادي عشر من سبتمبر لاختبار تأثير التعرض للأخبار التلفزيونية وأخبار الإنترنت على إدراك الأفراد لمصداقية الوسيلة الإعلامية ، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها ١٦٧ مبحوثاً ، وأجريت على مجموعتين من أعمار مختلفة (٨٤ من طلبة الاتصال الجماهيري ، ٨٠ من الأكبر سناً) وقسموا لأربع مجموعات : المجموعة الأولى تعرضت لأخبار التلفزيون من شبكات ABC, NBV, CBS , MSNBC ، وتعرضت المجموعة الثانية لأخبار الإنترنت ، حيث تم اختيار الأخبار التي لا تكرر حرفياً ما تم إذاعته بالشبكات التلفزيونية ، بينما تعرضت المجموعة الثالثة لكل من التلفزيون والإنترنت ، أما المجموعة الرابعة فلم يتم تعريضها لأي من التلفزيون أو الإنترنت لتمثل المجموعة الضابطة، وتم توزيع المبحوثين على المجموعات وفقاً للنوع.

وأشارت النتائج إلى أن إدراك مصداقية أخبار الإنترنت تأثرت بنوعية الموقع الذي تم التعرض له ، وإدراك المصداقية تأثر بتقييم المبحوثين لمصداقية مصدر الرسالة ، كما وجد تأثير تفاعلي بين استخدام كل من الإنترنت والتلفزيون في إدراك مصداقية كل منهم ، حيث أشارت المجموعة التي تعرضت لكنتا الوصيلتين إلى إدراك عال للمصداقية كل منها ، وأيضاً كشفت النتائج عن وجود تأثير لمتغير السن على تقييم المبحوثين لمصداقية أخبار الإنترنت والتلفزيون ، فقد قيم البالغون أخبار الإنترنت على أنها أكثر مصداقية من أخبار التلفزيون بينما قيم الطلاب أخبار التلفزيون بأنها هي الأكثر مصداقية عن أخبار الإنترنت ، وقد ارتبط معدل تعرض المبحوثين للتلفزيون

1-Erik P Bucy "Media credibility reconsidered: Synergy effects be between on-air and online (vol.80, no.1,July, 2003)[online at] journalism and Mass Communication Quarterly news [http://www.eric.ed.gov/ERICWebPortal/search/detailmini.jsp?_nfpb=true&_ERICExtSearch_SearchV\(25/5/2010\)alue_0=EJ674373&ERICExtSearch_SearchType_0=no&accno=EJ674373](http://www.eric.ed.gov/ERICWebPortal/search/detailmini.jsp?_nfpb=true&_ERICExtSearch_SearchV(25/5/2010)alue_0=EJ674373&ERICExtSearch_SearchType_0=no&accno=EJ674373)

مع تقييمهم لمصداقية أخباره ، بينما لم تكن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعرض المبحوثين للإنترنت ودرجة مصداقية الأخبار على المواقع الإخبارية .

١٠ - دراسة ميتزجر وآخرون Miriam J.Metzger & Others (٢٠٠٣)

بعنوان : استخدام طلاب الجامعة للإنترنت وتصوراتهم حول مصداقية المعلومات المنشورة .^١
استهدفت الدراسة التعرف على استخدام طلاب الجامعة لشبكة الإنترنت وإدراكهم لدرجة مصداقية المعلومات الموجودة على الشبكة وسلوكياتهم للتأكد من صحة هذه المعلومات ، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها ٣٠٧ مفردة من طلاب الجامعة الأمريكية بالساحل الغربي للولايات المتحدة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها تقييم الطلاب لشبكة الإنترنت على أنها متوسطة المصداقية ، فيما قيموا المعلومات الإخبارية والقصص الإخبارية على أنها أكثر مصداقية من المعلومات الترفيهية و التجارية ، وقد كشفت النتائج عن عدم اهتمام الطلاب بالتحقق من مصداقية المعلومات التي يجدونها على الإنترنت ، وكانت أكثر الاستراتيجيات التي اعتمد عليها المبحوثون للتحقق من مصداقية المعلومات هي التحقق من الدقة والشمول وموضوعية المعلومات وبالبحث عن مصادر أخرى لنفس المعلومة بينما كان اهتمامهم أقل بالتحقق من مصدر المعلومة الرئيسي .

١١ - دراسة فوج وآخرون B.J Fogg & others (٢٠٠٢)

بعنوان : كيف يقيم الجمهور مصداقية موقع على الإنترنت ؟ .^٢
استهدفت الدراسة التعرف على كيفية تقييم مستخدمي الإنترنت لمصداقية مواقعها المختلفة ، وذلك بمسح عينة قوامها ٢٦٨٤ مفردة من الولايات المتحدة الأمريكية لتقييم مصداقية موقعين ذوي المواضيع المتشابهة مثل المعلومات الإخبارية والصحة ، وكشفت النتائج عن اهتمام المبحوثين بالتصميم أكثر من المحتوى عند تقييمهم لمصداقية مواقع الشبكة .
وكذلك اعتماد المبحوثين على تصميم الموقع كعيار لتقييم مصداقيته ، وكذلك كشفت الدراسة عن مجموعة من العوامل التي تؤثر على تقييم المبحوثين لمصداقية مواقع الشبكة وهي :
التصميم وحاز على نسبة ٤٦.١% ، سهولة الاستخدام ، جودة المعلومات، الوضوح وعدم التحيز و سياسة الموقع، فائدة المعلومات،دقة المعلومات، الإعلان ، تحيز المعلومات وأسلوب

¹ -Miriam J. Metzgera., Andrew J. Flanagina, Lara Zwarunb"College student Web use, perceptions of information credibility, and verification behavior"Computers & Education(vol. 41, 2003)[online at] <http://recuperacionorganizacioninformacion.iespana.es/documentos/Metzger.pdf>

² - B.J. Fogg, & Others , "How Do People Evaluate a Web Site's Credibility? ,"Results from a Large Study(Persuasive Technology Lab, Stanford University, Report Released: October 29, 2002) [online at] www.consumerwebwatch.org/pdfs/stanfordPTL.pdf (25/7/2010)

الكتابة وهوية مؤسسي الموقع ووضوح المعلومات والمقرئية وانتماء الموقع لمؤسسة معروفة وموثوق بها ، كما وجدت الدراسة اختلافاً في تقييم الباحثين لمصداقية مواقع الشبكة تبعاً لاختلاف نوع الموقع فقد كان تحيز الموقع معياراً مهماً عند تقييم الباحثين لمصداقية مواقع الأخبار .

١٢- دراسة هاوارد فينبرج Howard I. Finberg (٢٠٠٢)

بعنوان : تقرير عن المواقع الإخبارية والقبول الواسع المدى لمصداقيتها^١.

استهدفت الدراسة التعرف على دور المصداقية والموثوقية في البيئة الإخبارية على الإنترنت لدى كل من الجمهور العام والعاملين بوسائل الإعلام من خلال مسح عينة قوامها ١٠٠٠ مفردة من الجمهور العام ، و ١٥٠٠ مفردة من العاملين بوسائل الإعلام من مستخدمي شبكة الإنترنت ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها موافقة أغلبية الباحثين على أن الإنترنت مصدر للأخبار والمعلومات الدقيقة ، فيما كان الصحفيين أكثر سلبية بالنسبة للأخبار على الإنترنت وكذلك فقد اهتموا أكثر بالتخصص والنوعية من الجمهور العام ، وكانت نسبة المعارضين لمصداقية المواقع الإخبارية أكثر من ٢٥ % ، ولكنهم لم يحددوا أي المصادر أو المحتوي هو الغير موثوق فيه لديهم ، وكذلك فإن أهم عناصر المصداقية تمثلت في الحداثة والدقة والمناسبة والشمول والوضوح والمصدر الموثوق فيه .

١٣- دراسة يوشيكو نازاتو Yoshiko Nozato (٢٠٠٢)

بعنوان : مصداقية المواقع الإخبارية على الإنترنت^٢.

استهدفت الدراسة التعرف على كيفية تقييم طلاب الجامعة لمصداقية الصحف الإلكترونية من خلال مسح عينة قوامها ١٠٠ مفردة من طلاب جامعة أوهايو من سن (١٨ - ٢٠ عام) ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ارتفاع مصداقية الصحف الإلكترونية لدى الباحثين لكونها تنقل المعلومات بطريقة مناسبة وعميقة ، وقد تمثلت أهم عناصر المصداقية في الصحف الإلكترونية في العمق والدقة والسمعة ثم الشمول وبأنها مصدر موثوق به ، والأمانة والتفاعلية ،

¹ -Howard I Finberg "Report: Online News Widely Accepted as Credible," Poynter institute for media studies (Feb. 1, 2002) [online at]

[http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=3509\(28/7/2010\)](http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=3509(28/7/2010))

2-Yoshiko Nozato , "Credibility of online newspapers," paper presented in communication technology & policy division, (association for education in journalism & mass communication AEJMC, September 2002) [online at](25/8/2010)

<http://www.inma.org/modules/article/index.cfm?action=articleView&articleId=23899&isSearch=true&criteria=Yoshiko>

كما وجدت الدراسة علاقة بين خبرة الأفراد على الشبكة ومصداقية المواقع الإخبارية لديهم ، وكذلك وجود علاقة بين معدل استخدام المبحوثين للإنترنت واتجاهاتهم الايجابية نحو مصداقية الصحف الإلكترونية ، وأيضاً وجود علاقة بين مصداقية الصحف الإلكترونية وتكرار استخدام الفرد لها ، ومن أهم النتائج وجود علاقة ارتباط ايجابية بين مصداقية الصحف الإلكترونية لدى المبحوثين وبين اعتيادهم على قراءة النسخة المطبوعة لتلك الصحف الإلكترونية .

١٤ - دراسة جريج باين وآخرون Gregg A. Payne & Others (٢٠٠١)

بعنوان : مصداقية الصحف والإنترنت : دراسة مقارنة لمصداقية الأخبار .^١

استهدفت الدراسة التعرف على درجة مصداقية أخبار الصحف والإنترنت من خلال دراسة عينة مكونة من ٨٢ مفردة من طلاب الجامعة بأمريكا لاختبار الاختلافات في إدراك المبحوثين لمصداقية القصص الإخبارية المنشورة في الصحف بشكلها الورقي والقصة ذاتها المنشورة على مواقع الإنترنت الإخبارية ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية في تقديرات المبحوثين لمصداقية الأخبار تبعاً لاختلاف نوع الوسيلة ، فقد أظهرت النتائج أن المبحوثين قيموا الأخبار المنشورة على الإنترنت كأقل مصداقية مقارنة بالأخبار المنشورة في النسخة الورقية ، بينما لم تؤثر المتغيرات الديمغرافية على تقييم المبحوثين لمصداقية المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت .

١٥ - دراسة جونسون و كاي Johnson & Keye (٢٠٠١)

بعنوان : نموذج لقياس مصداقية مصادر المعلومات على الإنترنت .^٢

استهدفت الدراسة قياس مصداقية المعلومات السياسية الإلكترونية من خلال مسح لعينة مكونة من ٤٤٢ مبحوثاً من مستخدمي الإنترنت ذوي الاهتمامات السياسية أثناء الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام ٢٠٠٠ ، باستخدام الاستبيان الإلكتروني لجمع البيانات ، وقد أشارت نسبة كبيرة من المبحوثين إلى أن الإعلام الإلكتروني يتميز بمصداقية أكثر مقارنة بالانتخابات الرئاسية عام ١٩٩٦ ، فقد قيم المبحوثين مصداقية مصادر المعلومات السياسية الإلكترونية على الإنترنت (أخبار الراديو والتلفزيون والصحف والمجلات الإلكترونية ودعاية المرشحين الانتخابية على

¹ -Gregg A. Payne & Others "Newspapers & the Internet: A Comparative Assessment of News Credibility," paper presented to the mass communication and Society Division. of the Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication (84th, Washington, DC, August 5-8, 2001)[online at] <http://www.eric.ed.gov/PDFS/ED459491.pdf> (28/7/2010)

2- Johnson, Thomas J; Kaye, Barbara , "A path model examining how convenience and reliance predict online credibility ,"Journalism and Mass Communication Quarterly(October 1, 2002) [online (23/6/2010)]<http://www.highbeam.com/doc/1P3-250186221.html>

الشبكة) كأكثر مصداقية من نظرائها من وسائل الإعلام التقليدية ، وقد وجدت الدراسة علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة بين الاعتماد على وسائل الإعلام وتقييمهم لمصداقية شبكة الإنترنت ، وكذلك وجود علاقة ارتباط إيجابية بين متغيري الانتماء الحزبي والاندماج السياسي للمبحوثين وتقييمهم للمصداقية ، كما أثبتت الدراسة وجود تأثير للمتغيرات الديمغرافية على تقييمهم لمصداقية المعلومات على شبكة الإنترنت .

١٦ - دراسة ماثيو إيستن **Matthew S.Eastin** (٢٠٠١)

بعنوان : تقييم مصداقية المعلومات الصحية على الإنترنت : تأثير المصدر على معلومات المحتوي المنشور^١.

استهدفت الدراسة التعرف على مصداقية المعلومات الصحية الموجودة على الإنترنت لاختبار تأثير متغير خبرة المصدر المعرفية سواء كانت مرتفعة أو متوسطة أو منخفضة ، ومعرفة المبحوثين بمحتوى الرسالة سواء كان (موضوع معروف أو موضوع غير معروف) على تقييمهم لمصداقية الرسالة ، وذلك بإجراء مسح لعينة عشوائية مكونة من ١٢٥ طالباً وطالبة من طلاب جامعة بالوسط الغربي بالولايات المتحدة الأمريكية ، وأسفرت الدراسة عن عدة نتائج من أهمها أن كلاً من المعرفة بمحتوى الرسالة وخبرة المصدر تؤثران على إدراك المبحوثين لمصداقية الرسالة فقد ظهرت اختلافات ذات دلالة بين تقييم المبحوثين لمصداقية الرسالة التي دارت حول موضوع غير معروف للمبحوثين تبعاً لاختلاف خبرة المصدر ، ولكن ليس للموضوع المعروف ، أي أنه عندما يقيم الأفراد مصداقية رسالة تحتوي على معلومات غير مألوفة أو معروفة لديهم يلجئون إلى تقييم مصدر الرسالة للحكم على مصداقية المعلومات على هذه المواقع .

1 -Matthew S. Eastin,"Credibility Assessments of Online Health Information: The Effects of Source Expertise and Knowledge of Content ",journal of computer mediated communication(vol.6, no.4, July 2001) [online at] <http://jcmc.indiana.edu/vol6/issue4/eastin.html> (12/7/2010)

* الإفادة من التراث العلمي للدراسة :-

استفادة الباحثة مما سبق في عدة عوامل محددة من أهمها الكشف عن العوامل التي تصنف محددات المصداقية ، فكل دراسة قامت بدراسة المصداقية من بُعد مختلف عن الأخرى لذلك أثبتت الدراسات السابقة أن المصداقية متغير متعدد الأبعاد والتعريفات ، فمصداقية الإعلام يمكن تعريفها بكل عنصر تُدرس من خلاله.

هذا إلى جانب اهتمام غالبية الدراسات الغربية بدراسة المصداقية من جهة تصميم المواقع الإلكترونية ، ربما لاهتمامهم الشكلي الكبير بالمواقع ، فهم يربطون المصداقية بالشكل والتصميم فقط في حين ركزت الدراسات العربية على جانب المحتوى الخبري ، فالجمهور يحدد المصداقية من عدة جوانب وعوامل معينة خاصة بتقييم الخبر نفسه من حيث أبعاد محددة كثيرة ، يمكن أن نزيد عليها جانب المصدر أو الخبرة أو كُتاب الصحيفة أنفسهم ، وبالإجمال فالمصداقية يمكن دراستها من أكثر من جانب وأكثر من بُعد ، واستفادة الباحثة أيضاً من الدراسات السابقة في الآتي :-

- تحديد إشكالية الدراسة تحديداً دقيقاً بحيث تصاغ الأهداف والفروض وفقاً لهذه المشكلة .
- التعرف على الجوانب التي ركزت عليها الدراسات السابقة والاستفادة منها لمعرفة معايير تحديد المصداقية في كل دراسة ، والعمل على دراسة الجوانب غير المدروسة .
- تعدد دراسات المصداقية في التراث الأجنبي في مقابل قلة الدراسات في التراث العربي .
- غالبية الدراسات العربية التي تعرضت لمصداقية وسائل الإعلام تعرضت لها من إطار دراسات أخرى عن مداخل نظريات الاتصال .
- قلة الدراسات التي اهتمت بدراسة مصداقية المواقع الإخبارية على الإنترنت وخاصة الصحف العربية منها .
- تعدد أبعاد دراسات المصداقية في كل الدراسات كُلى على حدّا .

مشكلة الدراسة:

لقد شهدت السنوات الأخيرة تحولاً نظرياً ومنهجياً في دراسة المصداقية بوصفها متغيراً متعدد الأبعاد ، يشتمل بدوره على العديد من المكونات والمتغيرات الفرعية المرتبطة بالمصدر والوسيلة والجمهور وخصائص الواقع الاجتماعي .

وتعد مصداقية وسائل الإعلام أحد العناصر الهامة في تقييم الأداء الإعلامي على مختلف وسائل الإعلام بما في ذلك الإنترنت، ولقد أثبتت الدراسات السابقة أن المواقع الإخبارية تحظى بمصداقية أعلى من الوسائل الإخبارية التقليدية ، لذلك صار من الضروري معرفة مدى مصداقية الصحف العربية على الإنترنت والمصرية على وجه التحديد بوصفها أقل الصحف دراسة من ناحية المصداقية ، وعلاقة ذلك بتفضيلات الجمهور المصري لصفح معينة دون غيرها بالتطبيق على عينة من الريف والحضر في مصر، ومقارنة مدى مصداقية الصحف المصرية لعينة المجتمع الريفي المصري وهل تختلف بينها وبين تفضيلات المجتمع الحضري ؟ أم أن وسائل الإعلام الإلكترونية ألغت الحد الفاصل بين الريف والحضر، فلم يعد هناك فرق بين الريف والحضر من ناحية مدى تفضيله وتصديقه لصفح إلكترونية مصرية دون غيرها ، ومعرفة رأيهم ووجهات نظرهم في مواقع هذه الصحف وكيفية تطويرها ومدى ثقتهم فيها وفي ما تقدمه من أخبار وتعليقات على الأحداث ، والفرق بين الريف والحضر من حيث درجة مصداقيتهم لمواقع الصحف العربية بأنواعها ومستويات تفضيلهم لمواقع صحف معينة دون غيرها وعلاقة ذلك بمدى مصداقيتها، وذلك باعتبار المصداقية القيمة الإخبارية الرئيسية والأساس لعملية تدفق المعلومات في ظل النمو المتسارع والنضج الذي شهدته المنظومة العربية والإعلامية .

وتتلخص مشكلته الدراسة في محاولة اكتشاف مدى المصداقية التي يوليها الجمهور للصحافة الإلكترونية سواء قومية أو حزبية أو خاصة بأبعادها المختلفة المصدر والرسالة فضلاً عن الوسيلة ذاتها هذا بالإضافة إلى المقارنة بين الصحف القومية والصحف الحزبية والخاصة من حيث درجة مصداقيتهم لدى الجمهور .

وتتزايد أهمية المصداقية ودراستها في الدول العربية والإسلامية التي لا تزال ترتبط فيها عملية التنمية بأخلاقيات القادة المسؤولين وأجهزت التوجيه في المجتمع ، كما تتزايد أهميتها أكثر في ضوء التقدم التكنولوجي المذهل في صناعة الإعلام ونقل المعلومات الذي انعكس سلبياً أكثر منه إيجابياً على شعوب العالم الثالث الفقير الذي يستقي معظم معلوماته وأفكاره عن العالم

المحيط به من المصادر الغربية مما يترك تهديداً مباشراً على الشخصية القومية والهوية الحضارية لهذه المجتمعات ويزداد التهديد في ضوء استسلام الدول النامية للتيار الإعلامي والثقافي الجارف أمام قيم وأخلاقيات هذه المجتمعات .

تساؤلات الدراسة الميدانية :

١. ما معدل تعرض العينة للصحف الإلكترونية ؟
٢. ما العوامل التي تؤثر في مصداقية الصحف المصرية علي الإنترنت بالنسبة لعينة الدراسة؟
٣. ما الصحف المصرية علي الإنترنت الأكثر تصديقاً ولجوءاً في حالة تعرض العينة لتقارير متناقضة ؟
٤. ما ترتيب مواقع الصحف المصرية علي الإنترنت التي تحظى بأفضلية لدى عينة الدراسة؟
٥. كيف يدرك المبحوثين مصداقية الخبر في مواقع الصحف المصرية علي الإنترنت؟
٦. أي الكتاب المصريين يعتبرهم المبحوثين الأكثر مصداقية؟
٧. ما العلاقة بين المتغيرات الديمغرافية (النوع - السن - التعليم - الحالة الاجتماعية - الحالة الاقتصادية - نوع الإقامة) ومصداقية مواقع الصحف المصرية علي الإنترنت ؟
٨. ما تأثير نمط الملكية للصحف المصرية الإلكترونية علي درجة مصداقيتها؟
٩. ما هي عناصر المصداقية في مواقع الصحف المصرية (الحكومية - الحزبية - الخاصة) ؟
١٠. ما هي درجة التزام مواقع الصحف المصرية بأبعاد المصداقية (الثقة - الحياد - الدقة - الفورية - التوازن - الاستقلال في عرض الآراء - الاهتمام بالمسئولية الاجتماعية - الفصل بين الرأي والخبر) ؟
١١. ما مدى تأثير استخدام العوامل التكنولوجية التفاعلية علي مصداقية المواقع الإخبارية المصرية؟

تساؤلات الدراسة التحليلية :

- ١- ما هي خرائط الاهتمام في المواد الإخبارية المنشورة في الصفحات التمهيدية من صحف الدراسة ؟
- ٢- ما مدى استفادة النسخ الإلكترونية الصحفية من إمكانيات النشر الفوري في تحديث المواد الإخبارية ؟
- ٣- ما مدى استفادة النسخ الإلكترونية من إمكانيات النشر الفوري في تقديم المادة الإخبارية من حيث سهولة التفاعل و سهولة التصفح وتعدد أشكال المواد الإخبارية ؟
- ٤- ما هي الخدمات التي تتيحها مواقع الصحف الخاصة بالدراسة في صفحاتها التمهيدية ؟
- ٥- ما مدى درجة تمكين الأبعاد التفاعلية في صحف الدراسة ؟
- ٦- هل توجد علاقة بين إضافة لنكات مشاركة لمواقع اجتماعية مثل Facebook و Twitter وبين مصادر المادة وتقسيمها الموضوعي ؟
- ٧- هل توجد علاقة بين إضافة ملفات الصوت والفيديو ودرجة حالتها للمادة الإخبارية وبين تقسيمها الموضوعي ؟

أهداف الدراسة الميدانية :

- تهدف الدراسة إلى الوقوف على أهم محددات المصداقية بالنسبة لمجتمع الريف والحضر في مصر عند تقييمهم للصحف المصرية على الإنترنت وهل تختلف درجة تفضيلهم لصفح معينة دون غيرها وهل يلعب التحيز لبعض الصحف أو الانتماءات الجغرافية دوراً في درجة مصداقيتهم لبعض الصحف المصرية على الإنترنت ، وسوف يتم التعرف على ذلك من خلال:-
- التعرف على مصداقية الصحف المصرية على الإنترنت من خلال الجمهور (ريف - حضر).
 - التعرف على أهم العوامل التي تحكم تقييم مصداقية الصحف المصرية على الإنترنت.
 - التعرف على تفضيلات المبحوثين من حيث :-
 - مستويات تفضيل الجمهور لمواقع صحف مصرية دون غيرها .
 - نوعية المواد الإخبارية (محلي - دولي) التي يفضلونها .
 - نوعية الصحف التي يفضلونها (حكومية - حزبية - مستقلة).
 - أسباب اختيارهم لمواقع صحف معينة دون غيرها ومتابعتها باستمرار .
 - العوامل التي تؤثر في تفضيلهم بين الصحف المصرية الإلكترونية.

- الإمكانات التي يرى المبحوثين أهمية توفيرها في مواقع الصحف المصرية.
- العوامل التي تؤثر على مصداقيتهم لتلك الصحف .
- التعرف على رأي الجمهور (ريف - حضر) المصري لمصداقية الصحف المصرية علي الإنترنت التي تحظى باهتمام العينة من حيث:-
- عرض الحقائق بنزاهة وموضوعية.
- الثقة فيما تبثه الأخبار.
- التحيز في تغطيتها الإخبارية.
- المسؤولية المهنية والإعلامية التي تنعكس في أدائها الإعلامي .
- الحرية والاستقلالية التي تتمتع بها في تغطية الأخبار.
- التميز المهني في التغطية الإخبارية .
- أهمية الجوانب التقنية بزيادة أو قلة المصداقية لهذه المواقع.
- تأثير الجوانب المهنية للكتاب ومدى شهرتهم وثقة القارئ فيهم وعلاقتها بالمصداقية .

أهداف الدراسة التحليلية :

- وتهدف الدراسة التحليلية لمواقع الصحف المصرية الآتي :-
- الكشف عن خرائط الاهتمام في المحتوى .
- الكشف عن مصادر تدفق المعلومات ومستوياتها داخل المحتوى الإلكتروني.
- الكشف عن السمات والأشكال الحديثة في بناء وعروض المواد الفورية الإخبارية .
- الكشف عن مستويات التفاعلية في المواد الإخبارية التي خضعت للتحليل وآليات تنفيذ هذه التفاعلية بصفقتها عامل مساعد في زيادة مصداقية المواد الإخبارية.
- وكذلك الكشف عن العلاقة بين خصائص وسمات المحتوى الإخباري المنشور فورياً وبين مدى ارتباطها بتفضيلات الجمهور وتوقعاته واحتياجاته وذلك للكشف عن مدى توافر عوامل المصداقية المدركة لدى الجمهور والتي تتيحها مواقع الصحف المصرية وتأكيد صدق هذا الاستدلال من خلال نتائج الدراسة الميدانية.
- الكشف عن مدى توظيف عناصر جديدة وأساليب مبتكرة خاصة بالنشر الإلكتروني في عرض المواد الإخبارية وسهولة الوصول للأخبار كإمكانية طباعة نسخة ورقية من الجريدة من خلال الموقع الخاص بها .

- الكشف عن مدى وجود علاقة بين إضافة ملفات الصوت والفيديو وبين عدد من المحددات مثل التقسيم الموضوعي ونطاق التغطية وكذلك مصدر المواد الإخبارية .
- الكشف عن مدى وجود علاقة بين إضافة لنكات لمواقع اجتماعية وإمكانية مشاركة المواد الإخبارية فيها وبين نطاق التغطية ومصدر المادة الإخبارية .

فروض الدراسة الميدانية :-

- ١- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من مستوي التعرض ودرجات المصداقية وعوامل المصداقية بأنواع الصحف الثلاثة .
- ٢- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوي التعرض و أبعاد المصداقية وعوامل المصداقية بدرجات الثقة التي يعتقدها الجمهور .
- ٣- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوي التعرض و أبعاد المصداقية وعوامل المصداقية باسم الكاتب وسمعته وتوجهاته الفكرية وتأثيره على المصداقية.
- ٤- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوي التعرض و أبعاد المصداقية وعوامل المصداقية بتأثير الالتزام بأخلاقيات المهنة الصحفية .
- ٥- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوي التعرض و أبعاد المصداقية بالثقة في جرائد معينة عند قراءة تقارير متناقضة.
- ٦- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوي التعرض و أبعاد المصداقية ومدى التفاعل من خلال التعليق على هذه المواقع الإخبارية .
- ٧- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد المصداقية وعوامل المصداقية.
- ٨- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوي التعرض و أبعاد المصداقية وعوامل المصداقية وبين متغيرات الدراسة المختلفة .
- ٩- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديمغرافية وعلاقتهم بتفضيل مواقع الصحف المختلفة .
- ١٠- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تأثير اسم الكاتب وسمعته وتوجهاته الفكرية ووجوده بالجريدة وبين بتفضيل الجمهور لمواقع الصحف المصرية المختلفة .

فروض الدراسة التحليلية :-

وجدت الباحثة أن المصدقية مرتبطة بشكل موضوعي ، فالمصدقية تقاس من وجهة نظر الجمهور بها ، ولأنه في الدراسة الميدانية تمت دراسة الجمهور ودراسة وجهة نظره في المصدقية ودرجة تقييمه ومستوياتها وأنواعها في المواقع الإخبارية ، وجدت الباحثة أن المصدقية مرتبطة بشكل كبير بدرجة اهتمام الجريدة بوجود الأبعاد التفاعلية بالمواقع الإخبارية ، فالأبعاد التفاعلية هي التي تحدد - من ضمن بعض محددات خاصة بالجمهور وبالمحتوى الموضوعي للخبر - درجة اهتمام وزيادة تأثير الخبر على الجمهور ، لذلك فقد اختارت الباحثة دراسة الأبعاد التفاعلية الموجودة في مواقع الدراسة ودرجة تمكين جريدة الأهرام والجمهورية ، كجرائد ممثلة للصحف القومية ، وجريدة المصري اليوم واليوم السابع ، كجرائد ممثلة للصحف الخاصة، وجريدة الوفد والأهالي ، كجريدة ممثلة للصحف الحزبية ، من الأبعاد التفاعلية ودرجة الفروق بينها في إطار دراسة العوامل الشكلية المساعدة على التأثير على الجمهور بشكل إيجابي يؤثر على درجة مصداقيتهم للخبر ويؤكد للجمهور على سرعة واهتمام الجريدة بالجمهور ودرجة تأثره بالخبر الصحفي .

ويتم ذلك من خلال التحقق من صحة الفروق الآتية :-

- ١- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين طبيعة الموقع الإخباري وبين توظيف العناصر التفاعلية الداعمة للمصدقية.
- ٢- توجد علاقة بين إضافة ملفات الصوت والفيديو ودرجة حاليته للمادة الإخبارية وبين أنواع الصحف المختلفة .
- ٣- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة حيادية الأخبار للحكومة وبين وجودها في مواقع الصحف المصرية المختلفة .
- ٤- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل الشكلية الداعمة للمصدقية الصحفية وبين صحف الدراسة المختلفة .

The Structural Model for Media Credibility Levels

- النموذج البنائي لمستويات المصداقية

يعد النموذج البنائي الرافد النظري الأبرز والأكثر رصانة ضمن تيار الاتجاهات العلمية الحديثة لبحوث المصداقية على المستوى العالمي ، إذ يمثل النموذج تحولاً من دراسة المصداقية بوصفها متغيراً أحادياً ومنعزلاً عن غيره من المتغيرات إلى دراسة المصداقية بوصفها متغيراً متعدد الأبعاد يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمكونات العملية الاتصالية وعناصرها ومتغيراتها المختلفة .

ويعتبر هذا النموذج البنائي نتاجاً لمداخل بحثية ثلاثة رئيسية في إطار تيار التحديث في بحوث مصداقية وسائل الإعلام ، بوصفها المقدمات النظرية التي أنتجت النموذج البنائي للمصداقية ، وتتمثل تلك المداخل فيما يلي :-

The Organizational Approach	١ - المدخل المؤسسي
The Affective Approach	٢ - المدخل التأثيري
The Individual Approach	٣ - المدخل الفردي المحدد

وفيما يلي التعريف بكل مدخل على حده :

أولاً : المدخل المؤسسي :

يطرح المدخل المؤسسي في دراسة مصداقية وسائل الإعلام ثلاثة مكونات تتعلق بالمتغيرات التي تؤثر في الاستجابة المعرفية والوجدانية للجمهور ، وتساهم بشكل جوهري في تشكيل الصورة الذهنية عن وسائل الإعلام لدى الجمهور^١ .

كما تؤثر في قابليته لتصديق تلك الوسائل عبر الزمن ، وتتمثل تلك المكونات في :-

- التأثيرات الحكومية على وسائل الإعلام .

- الصورة الذهنية لوسائل الإعلام لدى الجمهور .

^١ - خالد صلاح الدين "مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور المصري" المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد ٢٦، يناير - مارس (كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٦) ص ١٣٢

- خصائص فريق العمل الإخباري (خصائص المصدر)

ويعتقد الباحثون أن الحكومات المختلفة في معظم بلدان العالم النامي والمتقدم تمارس ضغوطاً على وسائل الإعلام من خلال التمويل ومتطلبات البنية التحتية ، والتشريعات التي تنظم عمل تلك الوسائل ، وقد امتدت تلك الضغوطات لتشمل وسائل الإعلام المستقلة أيضاً ، مما يعرقل الدور الاجتماعي لتلك الوسائل ويكسر عدم ثقة فيما تطرحه عبر الزمن ، وتتفاوت التأثيرات الحكومية في الأداء الإعلامي من مجتمع إلى آخر ، فبينما تطلب الحكومة الكندية من بعض الصحف تفسيرات حول ما تنشره فإن الصحفيين في روما يكافحون ضد الأخبار الحكومية الملفقة والكاذبة .¹

وعلى الجانب الآخر يؤكد بعض الباحثين إلى أن ثمة ضغوطاً أخرى على وسائل الإعلام مصدرها جماعات الضغط والمصالح والشخصيات ذات النفوذ الاجتماعي أو السياسي أو كلاهما ، هذا فضلاً عن المعلنين ، مما يؤثر بدوره في أداء تلك الوسائل ويحد من مصداقيتها لدى الجمهور مع مرور الوقت .

وقد طرح Becker و Kosicki عام ١٩٩٦ نموذجاً تفسيرياً في إطار المدخل المؤسسي ، ويربط النموذج بين تصورات الجمهور عن وسائل الإعلام واستخداماته لتلك الوسائل ومدى اعتماده عليها وقدر ثقته فيما تبثه وتنشره من أخبار وتقارير وقصص إخبارية ، وتشتمل تلك التصورات على ما يلي :-

- إدراك الجمهور لمصداقية وسائل الإعلام .
- التصورات الخاصة بنموذجية ومهنية وسائل الإعلام The Patterning
- التصورات المتعلقة بقدر التوجيه في أداء تلك الوسائل The Controlling
- وحدود التأثيرات التي تتعمدها في معارف الجمهور واتجاهاته .

1 -Peter T. Leeson & Christopher J. Coyne, "Manipulating the Media "USAID Forum Series: The Role of Institutions in Promoting Economic Growth, 2003 [online at] www.ccoyne.com/Manipulating_the_Media.pdf (9/3/2011)

ويؤكد النموذج على أن التقييم السلبي من قبل الجمهور لوسائل الإعلام في المستويات الثلاثة السابقة يؤدي بدوره إلى تراجع ملحوظ في استخدامهم لتلك الوسائل واعتمادهم عليها والثقة في مضامينها .¹

ويشير (2004) Roy Morgan إلى أن ثمة قدراً متزايداً من التبادلية والتفاعلية ما بين وسائل الإعلام بوصفها كيانات اعتبارية ، والقائمين بالاتصال بوصفهم العنصر البشري المنتج لتلك الوسائل ، وفي هذا الصدد فسر Morgan تراجع مصداقية وسائل الإعلام الاسترالية إلى تصنيف الجمهور الاسترالي للصحفيين والمحررين بوصفهم الفئة الاجتماعية الأدنى من حيث الأمانة ومراعاة القيم والمعايير الأخلاقية .²

ويرى كثير من المراقبين لأخلاقيات الممارسة الإعلامية على المستوى العالمي أن تراجع المصداقية لدى الجماهير بات أمراً بالغ الخطورة ، إذ لم يعد قاصراً على وسائل الإعلام بوصفها مؤسسات اعتبارية ، بل امتد ليشمل فريق العمل الإخباري حيث يعتقد أفراد الجمهور أن المحررين والصحفيين أفراد متحيزون وغير أمناء ويفتقرون إلى أخلاقيات مهنة الإعلام .

ويتضح مما سبق أن النموذج المؤسسي يقدم طرْحاً منهجياً يعتمد على الربط بين تصورات الجمهور عن أداء وسائل الإعلام بوصفها مؤسسات اعتبارية تضم كوادِر إعلامية ذات توجهات ثقافية وأيديولوجية معينة من ناحية ، وتقييم الجمهور لأخلاقيات أداء وسائل الإعلام من ناحية أخرى .

ثانياً : المدخل التأثري :

يتناول المدخل التأثري المصداقية بوصفها متغيراً وسيطاً ذا أهمية واعتبار في التأثير على معارف الجمهور واتجاهاته ، ويطرح هذا المدخل مفاهيم مصداقية المصدر أو القائم بالاتصال ، بالإضافة إلى تأثيرات التحيز الإعلامي في الحد من تأثير وسائل الإعلام .

1 -Lee B. Becker & Gerald M. Kosicki "A Comparative Study of the Role of Media Evaluations: German and U.S. Differences and Similarities ,"paper Presented to the Midwest Association for Public Opinion Research , Chicago, IL , November 1996 [online at] www.grady.uga.edu/coxcenter/Activities/Act...to.../MAPORNov1996.pdf (9/3/2011)

² - Roy Morgan,"Media. Credibility Survey: Why Australians Don't Respect The Media"[online at] [www.roymorgan.com/resources/pdf/papers/20040903.pdf\(10-3-2011\)](http://www.roymorgan.com/resources/pdf/papers/20040903.pdf(10-3-2011))

وفي ضوء الربط الحتمي بين الإقناع وتغيير اتجاهات الجمهور من ناحية ، والمصادقية من ناحية أخرى ، فقد طرح الباحثون أربعة مكونات للاتجاه تؤثر بدورها في مستويات الثقة بوسائل الإعلام ، وذلك على النحو التالي :-¹

- ١ - مستوى التباعد بين قيمتي الاتجاه - أي المسافة الفاصلة بين المعارضة والتأييد - للقضية أو القضايا التي تطرحها وسائل الإعلام .
- ٢ - إدراك الجمهور لبروز القضية المثارة ، وتأثيراتها المباشرة وغير المباشرة عليه .
- ٣ - قوة الاتجاه وتعكس بدورها درجة التعصب والالتزام بإحدى قيمتي الاتجاه السلبية أم الايجابية ، أي شدة القبول أو الرفض لما تطرحه وسائل الإعلام .
- ٤ - قابلية الاتجاه للتعديل أو التغيير .

ويشير الباحثون في مجال علم النفس المعرفي إلى ثلاثة آليات يستند إليها أفراد الجمهور في تقييمهم لمصادقية مصدر الرسالة أو منتج المادة الإعلامية ، وذلك على النحو التالي :-^٢

- ١ - الاستناد إلى المعلومات والانطباعات المسبقة القائمة لديهم عن المصدر وخصائصه المختلفة .
- ٢ - التقييم الآني لخبرات المصدر ومؤهلاته وسماته الشخصية ، وذلك في حالة المصادر غير المألوفة لدى أفراد الجمهور .
- ٣ - التركيز على الرسالة الإعلامية ذاتها من حيث الشكل والمضمون ، فضلاً عن مدى تعبيرها عن الحقيقة واقتربها من الواقع الفعلي للحدث أو القضية المعنية .

من ناحية أخرى ، طرح كل من Groseclose & Milyo 2003 مفهوم التحيز المنظم *The Systematic Bias* ، حيث أكد الباحثان أن وسائل الإعلام قد لا تعتمد إلى التحيز بشكل منظم في تغطيتها للأحداث والقضايا الإخبارية ، إلا أن المصادر الإخبارية ذاتها وبخاصة المندوبين والمراسلين لا يعملون بمعزل عن تحيزاتهم المسبقة وانتماءاتهم الأيديولوجية

1 - Stamm, Keith & Dube, Ric , "The Relationship of Attitudinal Components to Trust in Media," .Communication Research, (vol .21 ,no.1, Feb 1994)pp .109-110

2 - خالد صلاح الدين "مستويات مصادقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور المصري" المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٢٦، يناير - مارس (كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٦) ص ١٣٤

والثقافية ، مما يثير الجدل حول قيم العدالة والموضوعية والصدق في تغطية تلك الوسائل للواقع الاجتماعي السياسي والاقتصادي والاجتماعي .¹

ويؤكد الخبراء المراقبون لأداء وسائل الإعلام على المستوى العالمي على أن ثمة جهوداً تبذلها وسائل الإعلام للحد من فجوة الثقة بينها وبين الجماهير ، على حين يشير هؤلاء الخبراء إلى أن تلك الجهود الإيجابية تتعرض لبعض المعوقات المستترة حيث دأبت وسائل الإعلام وبخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية وبعض الدول الأوروبية على تكريس نمط مستتر من التحيز الإعلامي ، ألا وهو " التحيز الإجرائي " The Operational Bias ، من خلال اعتماد تلك الوسائل على أنماط بعينها من المحللين والخبراء الذين يطرحون تفسيراً أحادياً للقضية أو القضايا المهمة دون التعرض للسياقات المعرفية والتاريخية لتلك القضايا الذي يؤدي ذلك بالتبعية إلى تضليل الرأي العام !!²

ثالثاً : المدخل الفردي المحدد :

ينصب التركيز في هذا المدخل على وحدات بحثية محددة تؤثر بدورها في مصداقية وسائل الإعلام ، وتتمثل تلك الوحدات في القضايا والأحداث والمتغيرات المرتبطة بها ، فقد أكد بعض الباحثون في الآونة الأخيرة على أن درجة مصداقية وسائل الإعلام لا تتوقف فحسب على نوع الوسيلة الإعلامية وإنما تمتد لتشمل نوع القضايا والأخبار التي تنبئها وتنتشرها تلك الوسائل ، أي هل هذه القضايا محلية أم إقليمية أم دولية ؟ وما مدى خبرات الجمهور بتلك القضايا ؟ وهل هي تؤثر على حياته بطريق مباشرة أو غير مباشرة تؤثر على اهتماماته أم لا ؟

من ناحية أخرى يشير هؤلاء الباحثون إلى تصنيف الأخبار إلى صنفين أحدهما الأخبار الجادة ، وثانيهما الأخبار الخفيفة ، وفي هذا الصدد تؤكد نتائج التراث العلمي لبحوث المصداقية من أن الخلط ما بين الحقائق والترفيه عند إنتاج الأخبار يدفع بدوره أفراد الجمهور للتوجه صوب الوسائل الأقل مصداقية في كثير من الأحيان لإشباع احتياجاتهم للأخبار الخفيفة ذات الطابع

1 - Tim Groseclose & Jeff Milyo , "A Measure of Media Bias," Paper presented at the annual meeting of the The Midwest Political Science Association, (Palmer House Hilton, Chicago, Illinois , 2003) online at

http://www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/0/8/3/1/0/pages83103/p83103-1.php(12/12/2010)

2- Steele, Janet E., "Experts and the Operational Bias of Television News: The Case of the Persian Gulf War," Journalism and Mass Communication Quarterly(vol.72, no.4 ,Win 1995) p799-812

الترفيهي ، مما يؤدي تراكمياً إلى تشويه الصورة الذهنية عن وسائل الإعلام بوصفها مصادر صادقة وأمينة في نقل الأخبار .

مكونات النموذج البنائي لمصداقية وسائل الإعلام :-

يعد النموذج البنائي رؤية نظرية ومنهجية تكاملية ومحصلة للمداخل البحثية الثلاث ، إذ ينطوي النموذج على عناصر ومتغيرات المداخل الثلاث وفي ضوء تلك المداخل البحثية يطرح النموذج البنائي أربعة مكونات رئيسية لمصداقية وسائل الإعلام على النحو التالي :-¹

١ - **المتغيرات المستقلة** : والتي تؤثر بدورها على مستويات المصداقية لدى الجماهير ، وتشمل التأثيرات الحكومية والتوجهات الأيديولوجية والسياسات التحريرية لوسائل الإعلام وضغوط التمويل ، وكذلك التحيزات المسبقة لدى القائم بالاتصال وثقافته وكفاءته المهنية .

٢ - **المتغيرات الوسيطة** : والتي تعوق أو تزيد من تأثيرات المصداقية ، وتتمثل في المتغيرات في استخدامات وسائل الإعلام ، وتحيزات الجمهور المسبقة وخبرته المباشرة وكذلك خبراته مع وسائل الإعلام عبر الزمن ، فضلاً عن مدى اعتماده على تلك الوسائل بوصفها المصدر الرئيسي لاستقاء المعلومات عن الأحداث والقضايا المختلفة.

٣ - **المتغيرات التابعة** : وتتمثل هذه المتغيرات في الاستجابات المعرفية والوجدانية والسلوكية للجمهور حول ما تقدمه هذه الوسائل من مضامين ، إلى جانب تقييماته الخاصة للمصداقية المدركة لتلك الوسائل .²

¹ - خالد صلاح الدين "مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور المصري" المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٢٦، يناير - مارس (كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٦) ص.ص ١٣٥-١٣٦

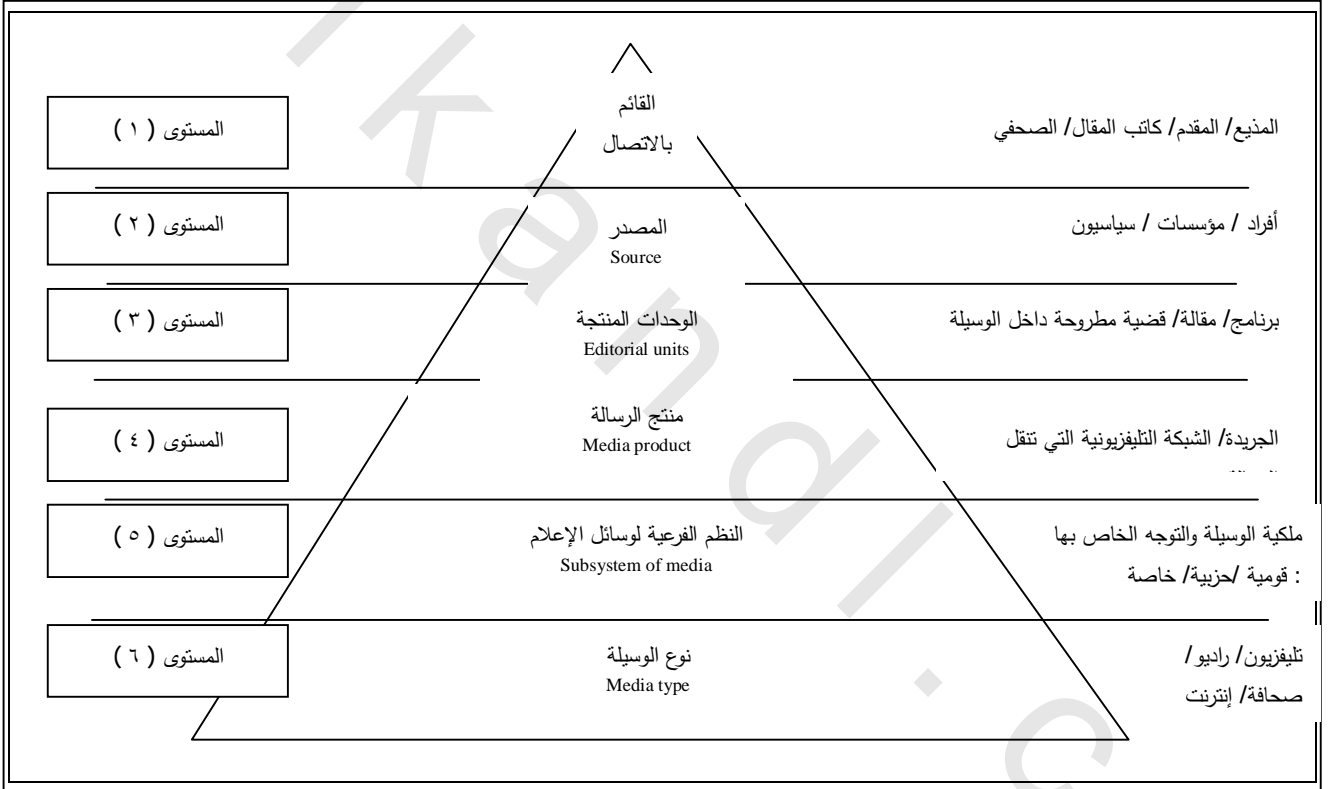
- شيرين محمد كدواني "مصداقية الإنترنت وعلاقتها باستخدام الجمهور المصري لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة"، رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الآداب، جامعة أسيوط، ٢٠١٠) ص ١٩٦

² - هبه حسين عبد الوهاب "مستويات مصداقية القنوات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفوة"، رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٠) ص ٧٧

٤ - أساليب القياس : وتشتمل على أساليب القياس الكيفي والكمي وتشتمل على نمط القياس النسبي للمصادقية مقابل نمط القياس الأكثر دقة وعمقاً وهو ما يعرف بالتصديق المطلق أو المتعمق .

ويوضح الشكل التالي المستويات المكونة للمصادقية :-

شكل رقم (١) يوضح لمكونات النموذج البنائي



تفسير النموذج البنائي :

-المستوى الأول : القائم بالاتصال

ويتضمن القائم بالاتصال بما يشمله المفهوم من معنى واسم ككاتب المقال أو المذيع أو المقدم ، وهو أول ما يجابه المتلقي عند مشاهدته لنشرة الأخبار ، أو قراءته لمقال ما في مجلة أو موقع إلكتروني ، وقد يقيمه المتلقي على أنه يحظى بدرجات متفاوتة من المصداقية سواء كانت كبيرة أو صغيرة¹ .

-المستوى الثاني : المصدر

وهو المستوى الخاص بناقل الحدث أو الرسالة ، وقد يكون ناقل الرسالة هذا فرد ، أو مؤسسة أو شخصية سياسية ما .

-المستوى الثالث : الوحدات المنتجة

في هذا المستوى يمكن للشخص أن يحكم على مصداقية الموقع الإخباري بأكمله على أساس الوحدات الخبرية والمحتوى الموجود داخل الموقع .

-المستوى الرابع :منتج الرسالة

وهي تتعلق بمنتجين الرسالة وبمؤسساتها فإن تميز الصحف وشبكتها المعروفة يعطي نوعاً من المصداقية لدى الجمهور ، فالجمهور هنا يثق في الصحيفة ومؤسسيها .

-المستوى الخامس : النظم الفرعية للوسيلة الإعلامية

وهو المستوى الخاص بأنماط الملكية الخاصة بالوسيلة الإعلامية (قومية أو خاصة أو حزبية) وطريقة تمويلها والتي تؤثر بدورها على توجهات التغطية الإخبارية الخاصة بتلك المواقع .

-المستوى السادس : نوع الوسيلة

في هذا المستوى يمكن للشخص أن يقيم المصداقية بشكل منفصل مثل تقييم مصداقية لوسيلة ك الصحف أو الراديو أو التلفزيون أو مواقع الإنترنت ، وكذلك المقارنة بينهم.

¹ - هبه حسين عبد الوهاب "مرجع سابق"،ص.ص ٧٨-٧٩

ومن الناحية المنهجية يميز النموذج البنائي ما بين نمطين من أنماط قياس مصداقية وسائل الإعلام وهما :-¹

- التصديق النسبي The Relative Credibility :

وهو الذي يقارن ما بين مستويات ثقة الجمهور في وسائل الإعلام المختلفة أثناء التعرض لمعلومات متضاربة حول الموضوع أو القضية المثارة بتلك الوسائل .

- التصديق المطلق أو المتعمق The Absolute Credibility :

ويتم على مرحلتين لقياس ثقة الجمهور في الوسيلة المعينة ، ثم إحكامه على أنماط الممارسة الإعلامية لتلك الوسائل باستخدام مقياس محكم يتضمن درجات من التقييم .

ومن الناحية الإجرائية يحدد منظرو النموذج البنائي أربعة مستويات تتابعيه لقياس مصداقية وسائل الإعلام ، وذلك على النحو التالي :-²

- المستوى الأول : ويتمثل في قياس مصداقية وسائل الإعلام المختلفة .

- المستوى الثاني : ويتمثل في قياس وسائل الإعلام في ضوء مكونات المصداقية المرتبطة بعناصر العملية الاتصالية .

- المستوى الثالث : ويتمثل في التمييز والمفاضلة بين وسائل الإعلام المختلفة من خلال إجراء مقارنات من حيث ثقة الجمهور في كل وسيلة من الوسائل .

- المستوى الرابع : ويمتد هذا المستوى إلى قياس إدراك الجمهور لمصداقية وسائل الإعلام في تناولها للأخبار .

وتم استخدام هذا المدخل للاستفادة منه لأنه أقرب النظريات العلمية الخاصة بالمصداقية التي تطرقت إلى مجموعة متعددة من أبعاد المصداقية الخاصة بالمضمون وليس كما في معظم الدراسات الأخرى التي تنطرق أكثر إلى التصميم الإخباري ، فالمدخل البنائي بنماذجه البحثية الثلاثة تطرقت إلى عوامل مثل التحيز الحكومي والصحفي ، وكذلك التحيز والموضوعية وعامل الخبرة مع وسائل الإعلام والمستخدمين ، وكذلك طرح قضية مصداقية المصدر ودورها في الثقة في وسائل الإعلام ، هذا بالإضافة إلى التركيز على الجوانب المهنية والوظيفية لوسائل الإعلام الداعمة للمصداقية ، والتي استفادة منها الباحثة بشكل مباشر في تقسيمها للمصداقية إلى

¹ - Wolfgang Schweiger "Media credibility : experience or image "European journal of communication (vol.15, no.1,2000)p43

² - خالد صلاح الدين "مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور المصري"المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٢٦، يناير - مارس (كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٦)ص ١٣٩

مصادقية وظيفية مهنية ومصادقية بنائية ومصادقية استقطابية مضافة لجذب جمهور جديد للوسائل الإعلامية مشتق من عامل الخبرة مع وسائل الإعلام .

مصطلحات الدراسة :

- النشر الإلكتروني :

يستخدم للإشارة إلى استخدام الكمبيوتر في عمليات إنشاء وتحرير وتصميم وطباعة وتوزيع المطبوعات ، وكذلك يشير إلى استخدام أجهزة الكمبيوتر وشبكات الاتصال في توزيع المنتج النهائي على القراء¹ .

- الصحيفة الإلكترونية :

هي عبارة عن محتويات كاملة للجريدة أو ملخصات لها ، مع فهرس للمحتويات ونبذة قصيرة عن كل موضوع أو خبر ، وتسمح بتبادل أو طلب المزيد من المعلومات² .

- المصادقية :

هي قابلية الجمهور لتصديق المحتوى الاتصالي استناداً إلى أحد عناصر العملية الاتصالية ، وهي عملية رضا الجمهور وإقناعه مما يقدم له من إعلام هادف وتنموي يتوافق مع قيم ومبادئ المجتمع الذي تدور فيه العملية الاتصالية ، والتي تساعد على البناء وليس الهدم بشرط توافر الحرية والاكتمال وأن يكون الجمهور على درجة من الوعي والخبرة والتعليم والقدرة على القياس والتقييم³ ، وعرفت الباحثة المصادقية تعريفاً إجرائياً بحيث تكون المصادقية هي درجة الثقة في المحتوى المقدم .

- الموضوعية Objectivity :

الالتزام بالموضوع أو التعاطي معه دون تحوير أو تعديل مقصود أو غير مقصود ، أما الموضوعية إعلامياً فتعني : نقل الواقعة كما هي بكل أبعادها وتفصيلها⁴ .

1 - حسني محمد نصر، "الإنترنت والإعلام.. الصحافة الإلكترونية"، (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣) ص.ص ٨٩-٩٠

2 - شريف درويش اللبان، "الصحافة الإلكترونية.. دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع"، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥)

3 - أحمد محمد أحمد سابق، "علاقة المقيمين المصريين في دول الخليج العربي بالصحافة المصرية" رسالة دكتوراه غير منشورة (كلية

الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٧) ص.ص ٢٣٠-٢٣١

4 - سامي نياض، "الصحافة اليومية والإعلام"، ط٢ (بيروت: دار المبر، ١٩٨٧) ص٢٦٢

- مصداقية التصميم (المصداقية البنائية للموقع) :

هي المصداقية التي تتعلق بآليات ونظم تصميم الرسالة الاتصالية من حيث البناء والإخراج وتمكين القدرة على البحث والتفاعل مع الجريدة الإلكترونية من قبل الجمهور المستخدم.

- المصداقية الوظيفية :

هي المصداقية التي تتعلق بتمكين المواقع الإخبارية من القيام بدورها المهني والوظيفي الأساسي من الإعلام والإخبار وإيصال المعلومات والإعلان والتوعية وجميع الوظائف الخاصة بالصحف الإلكترونية الإخبارية .

- المصداقية الاستقطابية :

هي القدرة على جذب المستخدم بكافة الطرق من خلال استقطاب كُتاب كبار للجريدة يثق فيهم القارئ ويثق بكتاباتهم ، ومحاولة جذب قراء جدد من خلال مجموعة من العناصر الجديدة الخاصة بالمواقع الإخبارية بحيث يؤثر ذلك في درجة المصداقية لدي الجمهور