

مصادقية الخطاب الإعلامي في وسائل الإعلام الخاصة في

مصر بعد ثورة ٢٥ يناير

كما يراها عينة من طلبة الجامعات المصرية

إعداد

د. محمود رمضان أحمد

مدرس الصحافة والإعلام

كلية الآداب، جامعة بنى سويف

المقدمة:

شهدت مصر بعد الثورة تحولا جذريا في أداء وسائل الإعلام وذلك باتجاه الشفافية والمصادقية، حيث أصبحت وسائل الإعلام تتناول الأحداث بشكل مختلف، ورغم هذا التحول الكبير الذي شهده الإعلام بعد الثورة إلا أن هذا لم يمنع من الحديث عن المصادقية في وسائل الإعلام، وربما كان التركيز أكثر على مدى توافر المصادقية في وسائل الإعلام الرسمية، خاصة أن الإعلام الرسمي مرتبطاً ارتباطاً وثيقاً بالنظام السابق، وكان المعبر عن هذا النظام والداعم له والداعي لفكره وتوجهه ومدافعاً عنه ضد أي نقد، كما أن نمط الملكية في وسائل الإعلام الرسمية كان له تأثير على الجوانب المالية والإدارية التي ربما وصلت بها إلى حد الترهل والانهيال في بعض الأحيان، وانتهالت الخسائر المالية على هذه المؤسسات الرسمية، وقد خلصت العديد من الدراسات إلى أن وسائل الإعلام الرسمية تعاني الكثير من الخلل المالي والإداري نتيجة الخسائر الجسيمة لدى بعضها، ونتيجة البطالة المقنعة بين العاملين داخل هذه المؤسسات، حيث يشير الواقع إلى اكتظاظ المؤسسات الإعلامية الرسمية بالعديد من الإعلاميين وغيرهم دون عمل حقيقي يمارسونه، كما أنها تعاني من ضعف التدريب وعدم القدرة على توظيف الإمكانيات البشرية والمادية، واستمرار نمط الإدارة القديمة وعدم الاعتماد على الأنظمة الحديثة في الإدارة إلا أنه من المعلوم أنه كانت هناك منافسة قوية تبدو بين التلفزيون المصري والقنوات الخاصة على الريادة في الضحك على المشاهد، ولأن التلفزيون المصري رائداً فكانت له الغلبة في التضليل وتغيب الوعي وحجب المعلومات، وظهر ذلك في أيام الثورة وقبل التحول بشكل واضح للجميع.

كل هذه الأسباب وغيرها ربما كان لها أثر في التعرض للمصادقية في وسائل الإعلام الرسمية، ولكن الفترة التي أعقبت ثورة ٢٥ يناير حتى إعلان نتيجة الاستفتاء على الدستور المصري الجديد في ٢٥ ديسمبر ٢٠١٢ وما تخللها من أحداث جسام، أظهرت أهمية تناول كيفية إدارة الإعلام الخاص للأزمات والأحداث التي وقعت في مصر في تلك الفترة، وتبين هل وقع الإعلام الخاص أسيراً لرأس المال المتحكم فيه، أدى بهذا الإعلام إلى أن يعمل لحساب أجندات أصحاب رأس المال الذين لهم توجهات خاصة، والتي ربما تبعد عن تحقيق مطالب الثورة، وعن تحقيق الاستقرار في مصر، فأصحاب هذه المؤسسات معظمهم رجال أعمال تابعين للنظام السابق، وغالبية الإعلاميين القائمين عليها معروفون بولائهم لهذا النظام أيضاً، ومنهم من حاول التلون حتى يثبت بأي طريقة انحيازه للثورة والثوار حتى لو كان على حساب المهنية والموضوعية والمصادقية في هذه الوسائل، وحتى لو كان ذلك على حساب الاستقرار في مصر.

الأمر الذي أدى في النهاية إلى ظهور الإعلام الخاص في مصر عند الكثيرين بمظهر المضلل والذي يفتعل الأزمات لمجرد تحقيق سبق أو إثارة الاهتمام، دون النظر إلى المهنية والموضوعية، ولعل التغطية الإعلامية للأحداث التي وقعت في مصر بعد قرار التحول، مثل تغطية أحداث العباسية، وماسبيرو، والاتحادية خير دليل على عدم الحيادية في تناول والعرض والتحليل.

كما أن هناك ثمة خطأ وقعت فيه بعض وسائل الإعلام، وهو قيام البعض بالانحياز دائماً إلى طرف محدد ضد طرف آخر دون عرض متساو، وهذا يعد استقطاباً أفرز عدم الحياد في وسائل الإعلام.

والأهم في المشهد الإعلامي يتجلى كظاهرة بدت بشكل أوسع وهي ظاهرة نفاق المحللين السياسيين وممثلة الخبرة المستقلة لأحد طرفي الأزمة على حساب الطرف الآخر. إن بعض الأفراد من هذه النخبة كانوا سابقاً منحازين إلى السلطة الحاكمة في النظام البائد، عكس اليوم فهناك انحياز جلي ضد السلطة القائمة سواء كانت على حق أو على باطل. كل ذلك بداعي إظهار النزاهة ونظافة اليد، ووضح أن أسهل شئ الآن هو مهاجمة السلطة والضرب فيها دون التيقن من حقيقة الأمر .

هذا التناول الإعلامي لأحداث ما بعد الثورة في الصحف الخاصة، والقنوات الفضائية الخاصة، ومواقع الصحف الإلكترونية الخاصة أثار العديد من التساؤلات حول مصداقية تلك الوسائل لدى الشارع المصري، وكانت أغلب الرؤى تتجه إلى أن ذلك الإعلام والقائم بالاتصال فيه واقع تحت ضغوط مادية، وتوجهات فكرية وأيديولوجية معينة لا تسمح له بنقل الأحداث كما هي، وهو المطلوب من الإعلامي مهنيًا، أن يكون متجرداً من أي ضغوط، وأن يكون محايداً في تناول وعرض ونقل الأحداث، وتحدث البعض عن أن الأمر ربما يختلف في الإعلام الخاص بعد الثورة، وألا يقع الإعلام الخاص فيما وقع فيه الإعلام الرسمي، أو لربما يتغير الوضع بعد إقرار الدستور الجديد، ولكن ما حدث بالفعل في تلك الوسائل أثار المزيد من التساؤلات حول مصداقية الممارسات الإعلامية للإعلام الخاص في مصر، وهل استبدلنا الإعلام الرسمي بالإعلام الخاص الذي استبدل النظام الحاكم سياسياً بالنظام الذي يحكمه مالياً وهم أصحاب رأس المال، ومن هنا جاءت أهمية دراسة مصداقية الخطاب الإعلامي في وسائل الإعلام الخاصة في مصر بعد ثورة ٢٥ يناير، وذلك في رصد للفترة التي أعقبت الثورة وحتى ٢٥ ديسمبر ٢٠١٢ تاريخ إقرار الدستور المصري الجديد، وذلك من وجهة نظر عينة من طلبة الجامعات المصرية .

مفهوم المصادقية :

اهتمت البحوث الإعلامية خلال السنوات القليلة الماضية بتناول قياس مفهوم المصادقية في وسائل الإعلام (الصحافة - الإذاعة والتلفزيون - الإنترنت)، وتوصلت تلك البحوث إلى وضع مفاهيم وأبعاد متعددة للمصادقية في وسائل الإعلام وهي : الدقة، السمعة، الخبرة، الحالية، التكامل، العدالة، الوثوق بالمصدر، العملية التحريرية، العمق، الموضوعية، الأمانة، التفاعل، الأهمية الإخبارية، عدم التحيز .

وكذلك فقد قدمت عزة عبد العزيز حصر للمؤشرات المكونة لمفهوم المصادقية فيما يلي^(١):

- ١ . معالجة القضايا التي تمس مصالح واهتمامات الجمهور .
- ٢ . الإلمام بعناصر الموضوع والشمولية .
- ٣ . تعددية أبعاد كل عنصر من العناصر المكونة للموضوع .
- ٤ . عرض وجهتي النظر (تعددية الاتجاهات) .
- ٥ . التوازن في عرض أبعاد وعناصر الموضوع .
- ٦ . الاستناد إلى الأدلة والوثائق "التنوير" .
- ٧ . الدقة في إثبات المصدر والتواريخ والأسماء والأرقام والإحصاءات .
- ٨ . الثقة في الصحيفة ومصادرها .
- ٩ . الموضوعية والتجرد من الأهواء الشخصية .

وقد وضع (Schweiger, 2004)^(٣)، ست مستويات يمكن أن تسهم جميعاً في تفسير إدراك المصادقية لوسائل الاتصال، يأتي في المستوى الأول القائم بالاتصال Presenter، حيث يقيم

الأفراد مصداقية القائم بالاتصال كمقدم النشرة الإخبارية أو الصحفي أو المراسلين، ثم يأتي في المستوى الثاني مصدر الحدث Actor-source، ويقصد به القصة الإخبارية للحدث، ثم في المستوى الثالث تأتي وحدة تحرير الأخبار Editorial units، ويقصد بها الفقرات الإخبارية بالتليفزيون أو المقال الصحفي في الجريدة أو أى موقع بالإنترنت، وفي المستوى الرابع يكون الإنتاج الإعلامي Media Product، ويقصد به الشبكة التليفزيونية أو الصحف أو مواقع الإنترنت الأكثر شهرة بين الأفراد، حيث يميل الأفراد إلى تصديق القنوات أو الصحف أو المواقع الأكثر شهرة لديهم، وفي المستوى الخامس يأتي الإنتاج الإعلامي المحدد Single Media Product وهو ما يرتبط بتوجه الوسيلة وطبيعتها ملكيتها، أما المستوى السادس فيتعلق بنوع الوسيلة Media Type، أى مدى مصداقية الوسيلة ككل مثل: الصحف، التليفزيون، مواقع الإنترنت، وهو المستوى الذي تهتم الدراسة الحالية برصده وخاصة مصادر الأخبار فى الوسائل الإعلامية الثلاث .

وتتجه رؤية هويدا مصطفى (٢٠٠٣) للمصدقية فى المجال الإعلامى نحو الأدلة التى تثبت صدق الخبر أو الموضوع أو الرأى، وهذه الأدلة هى تلك المعايير والمؤشرات التى تسهم فى تقييم مدى مصداقية المادة الإعلامية^(٣).

وقد وضع (Fogg and Kameda, 2002)^(٤) تعريفاً للمصدقية، وأكد أنها تعنى درجة الثقة التى يمنحها الأفراد لأشخاص معينة أو لمعلومات ما، وأضاف أن هناك عنصرين أساسيين يسهمان فى توضيح مفهوم المصدقية الأول: المصدقية هى إدراك الجودة أو الكفاءة فهى لا تكمن فى موضوع أو شخصية أو معلومة، لذلك حينما يتم مناقشة مصداقية شئ ما فإنه فى الواقع يتم مناقشة مدى إدراك الأفراد لمصداقيتها، الثانى: اتفق العلماء على أن إدراك المصدقية ينتج عن تقييم مجموعة من الأبعاد المركبة معا بشكل متزامن .

ويمكن تعريف المصدقية بأنها (المدى الذى يتم فيه رؤية المصدر على أنه يعرف الجواب الصحيح كخبير والمدى الذى يتم فيه يتم الحكم عليه بناء على أنه يتصل مع الآخرين بدون تحيز كموضع ثقة وقد عدها الكثير واحدة من ثلاث عوامل "المصدقية، الجاذبية، السلطة" التى تجعل المصدر أو المتصل مؤثرا فى إقناع الجمهور، حيث تؤدى مصداقية المصدر إلى تفاعلنا الداخلى مع الأفكار الجديدة وتؤدى جاذبية المصدر إلى التقمص وتؤدى القوة (السلطة-النفوذ) إلى الإذعان^(٥).

... ويمكن أن نتحدث عن المصدقية من حيث ضرورة توافرها فى (المصدر "القائم بالاتصال" والوسيلة والرسالة) وهى العناصر التى تتكون منها العملية الاتصالية، ومتى توفرت المصدقية فى هذه العناصر كان الإعلام المقدم هادفاً ناجحاً، يراعى أخلاقيات المجتمع وأيديولوجيته العقائدية والفكرية، قائماً بدروه فى عمليات التنمية على اختلاف مجالاتها الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية ... وغيرها، وبالتالي فهى تتحقق فى التالى:

أ) مصدقية مصدر الرسالة:

حيث حدد Hovland صفتين لمصدقية المصدر وهما الخبرة، والأمانة، والخبرة تعنى (المعرفة، القدرة، الكفاءة، الذكاء)، والأمانة تعنى (الصدق، حسن الخلق، استقامة الشخصية)^(٦). بالإضافة إلى متغيرات القائم بالاتصال حيث أكد (Slater and Rouner, 1996)^(٧) أن متغيرات الرسالة يمكن أن تشكل مصداقية المصدر، بمعنى أن مضمون الرسائل

الإعلامية وما تتضمنه من موضوعات وقضايا، فضلاً عن أسلوب الكتابة لتلك الرسائل من شأنها أن تغير المفاهيم والآراء نحو مصداقية المصدر .

وقد تناولت الدراسات بعدين أساسيين لتحديد مفهوم المصداقية وهما: مصداقية المصدر أو القائم بالاتصال، ومصداقية الوسيلة الإعلامية، وعنيت الدراسات التي تناولت مصداقية المصدر، بدراسة تباين خصائص القائم بالاتصال وتأثيره على اقتناع الجمهور بالرسالة الإعلامية، فضلاً عن اهتمامها باختبار تأثير المضمون .

وقد حدد كلا من (HOVLAND & WEISS) بعدين لمصداقية المصدر التي يستخدمها الجمهور في تقييمه للمصداقية وهما الثقة والخبرة، بينما حدد كلا من (BERLO , LEMERT AND MERTZ 1996) ثلاثة عوامل خاصة بالمصدر وهي الأمانة والكفاءة والحركية. وقد ازدادت حركية التغطية الإعلامية بفضل تكنولوجيا الفضاء والحاسب الآلي ونظم البث الرقمية مما رفع من درجة مصداقية الوسائل الإعلامية وتأثيرها وتفاعل الجمهور معها. كما أضاف بعض الباحثين عدة أبعاد للمصداقية في وسائل الإعلام مثل (الثقة - عدم التحيز - الشمولية) فيما يقدم من معلومات وحقائق^(٨) .

أما هويدا مصطفى فقد أشارت إلى أن أبعاد المصداقية تتصل بعدة جوانب فمنها ما يتعلق بالهيئة الإعلامية أو المؤسسة الإعلامية ذاتها، والنظام الإعلامي الذي تمارس عملها من خلاله، ومنها ما يتعلق بالقائمين بالعملية الإعلامية من إعلاميين وصحفيين، وأخيراً المعلومات أو المضمون الذي تبثه هذه الوسائل^(٩) .

ب) مصداقية الوسيلة الإعلامية:

لقد اهتمت الدراسات التي سعت لقياس مصداقية وسائل الإعلام، بالوسائل التي يتم من خلالها توصيل الرسالة الإعلامية أكثر من الاهتمام بالقائم بالاتصال أو مرسل المضمون الإعلامي. فقد سعت هذه الدراسات الإعلامية إلى مقارنة مفهوم المصداقية في كل من الصحف، والتلفزيون والإنترنت، وتباينت نتائج تلك الدراسات في تحديد الوسيلة الإعلامية الأكثر مصداقية لدى الجمهور. حيث أشارت بعض الدراسات الإعلامية الحديثة إلى أن الأخبار التلفزيونية أكثر مصداقية من الصحف ومن هذه الدراسات دراسة: (Scherer and Froblich, 2007)^(١٠) . وهو ما أكدته أوائل البحوث التي أجريت على مصداقية وسائل الإعلام، حيث أوضحت أن أخبار التلفزيون تحظى بالمصداقية لدى الجمهور أكثر من الصحف.

(Michael and Robinson, 1988) (Abel and Wirth, 1977)^(١١)، بينما توصلت بعض البحوث الأخرى إلى أن الصحافة أكثر مصداقية من أخبار التلفزيون. (Moy and Torres, 2005)^(١٢)، إلا أن أحد العوامل المهمة التي تسهم في زيادة فعالية التلفزيون وتأثيره على الأفراد هي العوامل التكنولوجية المتطورة للأخبار التلفزيونية، مما جعل التلفزيون وسيطاً مهماً بين الفرد والمجتمع، لذلك فإن صناعة الأخبار قد تكون ذات دلالة إيجابية أو سلبية لكبار المسؤولين والصفوة في المجتمع، فهي وسيلة قوية لعرض أفكارهم وسياسة أحزابهم، وهو ما جعل للتلفزيون بما يمتلكه من عوامل تكنولوجية ومرئية مصداقية تفوق مصداقية الصحف (Bracken Cheryl, 2006)^(١٤) وهو ما أشار إليه ميتزجر (Metzger, 2003)^(١٥) في تحديد مصداقية الوسيلة، حيث حدد عنصرين أساسيين يؤثران في تقييم الأفراد لمصداقية الوسيلة هما: العامل التكنولوجي، والخصائص البنائية للوسيلة:

١. العامل التكنولوجي: حيث يعد التلفزيون بما يمتلكه من قدرات فنية وتكنولوجية أكثر فورية في نقل الأحداث وهو ما تفتقده الصحافة، وهو ما يؤدي إلى شعور المتلقي بأن التغطية التلفزيونية أكثر أهمية ودقة من التغطية الصحفية حيث تقدم الأخبار مصحوبة بالأفلام المرئية التي تؤكد صدق الأحداث.
٢. الخصائص البنائية للوسيلة: أي الاختلاف في البناء الهيكلي لكل من الصحف والتلفزيون مما يؤدي إلى الاختلاف في تقييم الجمهور للمصدقية في كل منهما .
 ويعد مجال قياس مصداقية الأخبار على الإنترنت من المجالات البحثية التي تم التركيز عليها من قبل الباحثين خلال السنوات القليلة الماضية في إطار تحليل مصداقية وسائل الإعلام .
 وقد أشار كل من (Johnson and Kaye, 1998)^(١٦) في دراستهما حول مصداقية الأخبار لدى مستخدمي الإنترنت ذوى الميول السياسية، أنه يمكن إجراء دراسات حول مدى مصداقية الإنترنت، وهل يمكن الاعتماد عليه والوثوق فيه أكثر من وسائل الإعلام التقليدية الأخرى .
 وتباينت كذلك نتائج البحوث التي أجريت حول مصداقية الإنترنت ومدى الثقة في الأخبار والمعلومات التي يستقيها مستخدمي الإنترنت، حيث أشار كل من (Watt, Choi and Michael, 2003)^(١٧) في دراستهما حول مصداقية الإنترنت ووسائل الإعلام الأخرى كمصادر للمعلومات عن الحرب على العراق، أن أخبار الإنترنت حول أحداث الحرب على العراق، كانت أكثر دقة وأمانة وموضوعية عن الأخبار المقدمة حول أحداث الحرب في التلفزيون .
 وكذلك أشار (Johnson and Kaye, 1998)^(١٨) أن أخبار الإنترنت أكثر مصداقية من الصحف والتلفزيون، وأوضح أن أهم عناصر المصدقية في الإنترنت تتمثل في: الصدق (Believable) العدالة (Fair) الدقة والعمق (Accurate and Depth) كما أشار (Johnson and kaye)^(١٩) إلى أن المواقع الإلكترونية للصحف كانت أكثر مصداقية من الصحف التقليدية .
 وقد فسر ذلك ميتزجر (Metzger, 2003)^(٢٠) في ضوء خصائص الإنترنت التي قد تكون مؤثرة بشكل كبير في إدراك مصداقيته مثل: الفورية في نقل الأحداث والموضوعات والتغطية المتعمقة للأحداث، واعتماد بعض المواقع على المعلومات المرئية، وعدم تقيده بوقت ومساحة محددة مثل الصحف والتلفزيون، وهو ما جعل للإنترنت فرصة أكبر لإدراك مصداقيته أكثر من وسائل الإعلام التقليدية .
 كذلك أوضح ستشويجر (Schweiger, 2004)^(٢١) في دراسته حول مصداقية مواقع الإنترنت في ألمانيا مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، أن مواقع الإنترنت تعد وسيلة للتعبير عن الرأي بحرية لأي شخص بينما نجد الوسائل التقليدية تدار من قبل جماعات مهنية محددة وحراس للبوابة الإعلامية، كما أشار Schweiger^(٢٢) إلى أنه على الرغم من وجود اتجاه إيجابي نحو الإنترنت إلا أن مصداقية التلفزيون والصحف لا تزال في المقدمة .
 ويرى "بيتر برينشارد" أن مصداقية وسائل الإعلام تتأثر بازدياد اهتمام القائمين على وسائل الإعلام بعنصر "جذب الانتباه" على حساب "التدقيق الإعلامي"، وهو ما يشير إلى أن القائمين على وسائل الإعلام أنفسهم يتحملون جانباً من مسؤولية انخفاض مستوى مصداقية وسائلهم لدى الجمهور، فطبقاً لما أشارت إليه "روبرت أونيل" مدير مركز توماس جيفرسون لحماية الحق في التعبير بجامعة فرجينيا، فإن مشكلة فقدان المصدقية الإعلامية يرجع جانب منها إلى نقص الإلتقان بعيداً عن المعايير الأخلاقية وضمير المهنة^(٢٣) .

في حين أرجع "مصطفى السعيد" مسؤولية انخفاض مراعاة وسائل الإعلام لمعايير المصدقية إلى الجمهور، وذلك لكون هذا الجمهور يتقبل الأخبار الكاذبة والحملات المغرضة التي تطالعه صباحاً ومساءً على صفحات الجرائد التي اعتاد على شرائها مثلاً فهو لا يمتنع مهما حدث عن شراء الصحف حتى لو تبين له أنها تكذب أو تغالط ما يجري من أحداث، وهذا ما يشجع تلك الوسائل الإعلامية على الاستمرار في ممارستها غير الأخلاقية^(٢٤).

الأمر الذي يؤكد "جون ميريل" حينما أشار إلى أن "الجمهور" يُعدُّ أحد العوامل المؤثرة سلباً على التزام الصحافة بقيمة الموضوعية، حيث أصبح الجمهور العام مجزءاً نتيجة تكاثر وسائل الاتصال الجديدة، وأصبح الشخص المتحدث أكثر أهمية من حديثه خاصة إذا كان الجمهور محباً له^(٢٥)، أي أن المصدر أصبح أكثر أهمية من الرسالة، وأزمة المصدقية التي ازدادت حدتها وعانت منها وسائل الإعلام خلال العقد الأخيرين جاءت نتيجة تعرض قيم الموضوعية المتمثلة في النزاهة، والحيد، والدقة، والتوازن، والاكتمال، للاهتزاز، ففقدت التغطية الإعلامية مصداقيتها لدى الجمهور^(٢٦).

وعلى الجانب الآخر فقد أكد (Weafer, 1987) أن استخدام وسائل الإعلام ليس له ارتباط قوى مع مصداقيتها، لأنه ليس بالضرورة أن يرتبط الاستخدام بمعدلات مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام. وهو ما أكدته (wanta, 1997)^(٢٧) فقد أشار أنه لا يوجد ارتباط إيجابي أو ذات مغزى بين التعرض لوسائل الإعلام والمصدقية ولكنهما وجدا علاقة بين الاعتماد والمصدقية كما توصل ستشويجر (Schweiger)^(٢٨) إلى أن استخدام الجمهور لوسائل الإعلام لا يرتبط بالمصدقية المدركة لديهم، حيث أوضح من خلال دراسته حول مدى مصداقية الإنترنت بالمقارنة بالوسائل الإعلامية التقليدية الأخرى، أن مصداقية الإنترنت مرتفعه على الرغم من قلة المستخدمين للإنترنت من المبحوثين واستخدامهم لوسائل الإعلام الأخرى، وهو ما أكدته بلاك (Black, 2002)^(٢٩) حيث أشار إلى أنه لا توجد علاقة قوية ومباشرة بين مصداقية الصحافة وقراءة واستخدام الصحف، ولأنه يوجد غموض في الدراسات السابقة حول استخدام وسائل الإعلام والمصدقية، فإنه يمكن أن نقول: هل استخدام وسائل الإعلام يرتبط بالمصدقية المدركة منها؟

ولم تلتق التطبيقات في تحديد نوع الوسيلة الأكثر مصداقية لدى الجمهور، حيث تباينت النتائج حول تأثير نوع الوسيلة على مصداقية الرسالة الإخبارية، سواء فيما يتعلق بحدثة الوسيلة التقليدية كانت أو معاصرة، أو فيما يرتبط بنوع الوسيلة، سواء كانت مطبوعة أو مرئية أو مسموعة، فالتطبيقات وجدت أن المصادر المستنقاة من التلفزيون أكثر مصداقية من مصادر الصحف كقاعدة لا يمكن تعميمها، إلا أن مصداقية الصحف أعلى لدى الجمهور الأكثر حرصاً واهتماماً وتعليماً ودخلاً^(٣٠).

ت) مصدقية الرسالة:

فروع القضية التي يتم تناولها في تلك الوسائل يعد عاملاً مؤثراً في مصداقية الجمهور، وذلك من حيث كون هذه القضية موضوعاً خلافياً أو جدلياً أو موضوعاً متفقاً عليه، أو أن الموضوع يرتبط بأوقات الأزمات والصراعات أم يرتبط بالأوقات العادية، حيث أظهرت التطبيقات أن مصداقية وسائل الإعلام تقل عندما يزداد الجدل حول قضية أو موضوع ما، أو كون هذه القضية تأتي في أوقات الأزمات والصراعات والكوارث والحروب، دون تجاهل أن طبيعة الموضوع

وارتباطه بالقضايا المحلية أو الإقليمية أو العالمية له دور كبير في تحديد مصداقيته، حيث تزداد مصداقية الموضوعات كلما ازداد اقترابها من حياة الجمهور واهتماماته^(٣١). ومن المؤكد أن من أهم عوامل نجاح الرسالة هو مدى تمتعها بقدرات تأثيرية معينة في الجمهور المستهدف، وقد ربطت بعض الدراسات المصادقية بشكل وتقديم الرسالة من حيث وضوح لغة المعلومات المقدمة ومضامينها، إضافة إلى طريقة أداء مقدم الرسالة، وتطابق الصورة المرافقة لها في الوسائل الإعلامية المرئية، أو سلامة اللغة المكتوبة بها في وسائل الإعلام المقروءة، علاوة على تحديد المصدر أو تجهيله، حيث وجدت التطبيقات أن أداء قارئ النشرة في التليفزيون يرتبط بدرجة مصداقيته لدى الجمهور، ويرى الجمهور أن كثيراً من أخطاء النحو والهجاء في الصحف ترتبط بأخطاء الحقائق والمعلومات التي تنشرها هذه الصحف.

وعلى الرغم أن الدراسات التي تناولت قياس مصداقية وسائل الإعلام قد أوضحت أن مستويات مصداقية الأخبار التي يدركها الجمهور تتباين وفقاً لتباين وسائل الإعلام واختلاف مقومات كل منها، إلا أن بعض الباحثين أشاروا إلى وجود اتفاق في الاتجاه العام نحو أبعاد المصادقية، حيث أوضح (Wanta, 1997)^(٣٢) أن المتلقين عادة ما يسعون إلى وسائل الإعلام ذات المضمون المتشابه لتدعيم المعلومات التي توصلوا إليها، ولذلك تكون آراء الأفراد ثابتة إلى حد ما عندما يكون مضمون الأخبار الذي يتعرضون له أيضاً متشابه.

كما يؤكد البعض أن من أسباب تكرار التعرض للحصول على معلومات معينة (الرسالة) سببه ثقة الجمهور في الوسيلة التي تقدم له مضمون صادق، فقد أشارت الأبحاث الأولية التي أجريت لتحديد مصداقية وسائل الإعلام، أن زيادة تعرض الجمهور واستخدامه لوسائل الإعلام غالباً ما يصاحبه تدعيم في مستوى المصادقية. (Gazino and Macgrath, 1986)^(٣٣)، وهو ما أكدته نوزاتو (Nozato, 2002)^(٣٤) في دراسته عن تقييم طلاب الجامعات لمصادقية الصحف الإلكترونية حيث أشار إلى أن تكرار استخدام الأفراد للصحف الإلكترونية مع زيادة اعتمادهم عليها في الحصول على المعلومات يرتبط طردياً مع إدراكهم لمصادقيتها.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة في إطارها النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، والتي تساعد الباحث في تحديد مشكلة الدراسة وفي تفسير نتائجها.

• نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تعد هذه النظرية جزءاً من مدخل الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية، ففي عام ١٩٧٦م، قدم كل من ساندر ابول - روكيتش وملفين ديفلور أول إطار لنموذج تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام، وتفترض النظرية أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدراً من مصادر تحقيق أهدافهم، وأن هناك حالات يتزايد فيها اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لتلبية أهدافهم المعرفية وهي الحالة التي ترتفع فيها درجات الصراع داخل المجتمع أو خارجه.

وتحدد هذه النظرية التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على وسائل الإعلام فيما يلي^(٣٥):

١. التأثيرات المعرفية: Cognitive Effects والتي تتمثل فيما يلي:

- تجاوز مشكلة الغموض Ambiguity: ويحدث الغموض عندما يكون هناك نقص أو تضارب في المعلومات المقدمة من وسائل الإعلام وبخاصة في الأحداث غير المتوقعة، مثل الكوارث، حيث تقدم وسائل الإعلام المعلومات غير مكتملة، ويعرف الجمهور

بوقوع الحدث، لكنهم لا يعرفون ماذا يعنى؟ ولا كيف يفسرونه؟ ويتم إزالة الغموض بما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات.

- تشكيل الاتجاهات Attitude Formation: حيث تسهم وسائل الإعلام في تكوين اتجاهات الجمهور نحو القضايا والأحداث، مثل: الأزمات المجتمعية، والمشكلات البيئية وحالات الفساد السياسى، وتلعب العمليات الانتقائية دوراً مهماً في تشكيل الاتجاهات.
- ترتيب الأولويات Agenda-Setting: فتقوم وسائل الإعلام بدور في ترتيب أجندة الجمهور نحو الموضوعات والقضايا والأحداث المطروحة.
- اتساع المعتقدات Enlargement: حينما يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام تزيد معتقداتهم ومعارفهم عن الناس والأماكن وغيرهم، ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات، مثل: الأسرة، الدين، السياسة، وهكذا.
- القيم: تقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح القيم، مثل: الأمانة، الحرية، المساواة... وغيرها.

٢. التأثيرات الوجدانية Affective effects: تشير التأثيرات الوجدانية إلى المشاعر والعواطف، التي ترتبط بالحب والكراهية، وتتمثل التأثيرات الوجدانية فيما يلي:

- الفتور العاطفى أو الحساسية Desensitization: هناك فرض يرى أن كثرة التعرض لموضوعات العنف في وسائل الإعلام يقلل من الرغبة في مساعدة الآخرين.
- الخوف والقلق Fear And Anxiety: على سبيل المثال، ربما يؤدي التعرض الكثيف للدراما التي تصور العنف في مدينة ما، وإلى خوف الناس وقلقهم من الإقامة في هذه المدينة.

- التأثير الأخلاقي والاعتراب Morale And Alienation: في المجتمعات التي تقوم وسائل الإعلام فيها بأدوار اتصال رئيسية، فإنها تؤثر في المستوى الأخلاقي والاعتراب لدى أفراد المجتمع.

٣. التأثيرات السلوكية Behavioral Effects: وهى الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية والوجدانية، ومن بين التأثيرات السلوكية العديدة لوسائل الإعلام ركز "ديفلير" على التنشيط Activation، وعدم التنشيط Deactivation، والتنشيط يعنى: قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية.

ويقوم مدخل الاعتماد على عدة افتراضات رئيسية هي:

■ تؤثر درجة استقرار المجتمع على درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام للحصول على معلومات في المجالات المختلفة، حيث أنه كلما زادت درجة عدم استقرار المجتمع كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لعدم وجود قنوات بديلة للحصول على المعلومات.

ومثال ذلك: عدم استقرار المجتمع المصري وحالاته الأمنية والسياسية والعسكرية والاقتصادية خلال المرحلة الانتقالية بعد أحداث ثورة ٢٥ يناير وأحداثها المتعاقبة، يتيح قدراً من الاعتماد على وسائل الإعلام كقنوات حصول على المعلومات.

■ تؤثر طبيعة الاختلاف بين شرائح الجمهور على الاختلاف في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام^(٣٦).

ولتوضيح ذلك: فإن طبيعة ونوعية تعليم الجمهور المصري (طلبة الجامعات المصرية) عينة الدراسة الحالية (حكومي، خاص)، قد تؤثر على درجات اعتمادهم على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات حول الأحداث السياسية التي يشهدها المجتمع المصري. وتتميز نظرية الاعتماد بعدة مزايا منها إنها تقوم على عدة تأثيرات محتملة لوسائل الإعلام على المجتمع أو الجمهور، بالإضافة لوجود مجموعة متغيرات تسبب حدوث الظاهرة، لكن يوجد في هذه النظرية عدة نقاط أهمها إنها توحى بأن وسائل الإعلام هي: المصدر الأقوى الذي يوفر الاحتياجات للجمهور حيث إنها وسائل مهيمنة على المجتمع وهو وضع غير واقعي في كل الظروف^(٣٧)، وقد صنفت النظرية ضمن المداخل المتميزة للأسباب التالية: تضمنها لعناصر من علمي الاجتماع والنفوس ومنها: دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام، تفسيرها للعلاقات السببية بين الأنظمة الاجتماعية المختلفة، جمعها لمزايا مدخل الاستخدامات والإشباع من ناحية ونظريات التأثير التقليدية من ناحية أخرى، حيث تحاول النظرية فهم العلاقات المتبادلة بين الجمهور والإعلام، وتحاول الإجابة على سؤال ما الأهداف التي يتابع لأجلها الجمهور وسائل الإعلام^(٣٨)، ومن هذه الأهداف الحصول على معلومات حول موضوع معين، الترفيه، التعلم، تنمية الأفكار، الاقتناع وتبني مفهوم أو سلوك معين، وتقويم سلوك معين بهدف الوقاية من الوقوع في خطأ وذلك من خلال مشاهدة قصص عن ارتكاب أخطاء عديدة.

ويذكر "محمود إسماعيل"^(٣٩) أن نظرية الاعتماد تعد نظرية شاملة، حيث تقدم نظرية كلية للعلاقات بين الاتصال والرأي العام، وتتجنب الأسئلة اليسيرة ذات العلاقة بتأثير وسائل الإعلام في المجتمع، كما يذكر أن أهم إضافة للنظرية هي أن المجتمع يؤثر في وسائل الإعلام، وهذا يعكس الميل العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة وهو الميل إلى الحياة على أنها منظومة مركبة من العناصر المتفاعلة، وليست نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج.

وفي المجال السياسي أظهرت نتائج دراسة الباحث "أندرو" Andrew (٢٠٠٩م)^(٤٠) أن وسائل الإعلام الأمريكية تهتم أكثر بمحتوى العلاقات الخارجية، وأنها مازالت تلعب دوراً رئيسياً في فهم الجمهور للمعلومات عن المرشحين وأهدافهم كما تؤثر على قراراتهم الانتخابية. وتعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إطاراً نظرياً ملائماً لهذه الدراسة للأسباب

الآتية:

- تحاول هذه النظرية اختبار العلاقة بين عرض وتناول ومعالجة وسائل الإعلام الخاصة (الصحف والقنوات الفضائية ومواقع الصحف الإلكترونية) للأحداث في مصر بعد ثورة ٢٥ يناير حتى إقرار الدستور في ٢٥ ديسمبر ٢٠١٢، ومتغير مدى مصادقية وسائل الإعلام الخاصة لدى طلبة الجامعات في مصر، وذلك للتعرف على متى؟ ولماذا وإلى أي حد يعتمد الجمهور المصري على الإعلام الخاص في الحصول على معلومات حول هذه الأحداث والقضايا والموضوعات المختلفة بعد ثورة ٢٥ يناير؟ وما أهداف هذا الاعتماد؟ وما التأثيرات الناتجة عنه؟ وهل يتعلق هذا الاعتماد على مصادقية هذه الوسائل لديهم؟، ولهذا تعد هذه النظرية مناسبة لأنها تتضمن توصيفاً دقيقاً لدوافع الاعتماد وتأثيراته المختلفة.

- أصبحت دراسة تأثيرات وسائل الإعلام على المعارف والاتجاهات والسلوكيات المختلفة لأفراد الجمهور الأساس الأكثر استخداماً والأكثر تركيزاً عليه في أبحاث الاتصال الجماهيري، والكثير

من هذه الأبحاث تعترف بتأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام^(٤١).

- تشكل الثقة في وسائل الإعلام، ومدى مصداقيتها وموضوعيتها وعدم تحيزها بعد الثورة فرصة مهمة تدفع الأفراد للاعتماد على وسائل الإعلام ومتابعتها للحصول على المعلومات المختلفة، حيث تتسم هذه الفترة بالصراعات بين مختلف القوى ووجود احتمالات التغيير، مما ينشط الاحتياجات والدوافع، ويتيح الفرصة لظهور تأثيرات وسائل الإعلام، فخلال هذه الأحداث يوجد اعتماد متبادل بين النظام الإعلامي والسياسيين والاجتماعيين والاقتصاديين ورجال الدين وغيرهم، إذ تقدم وسائل الإعلام المعلومات عن تلك الأحداث، كما تتباين دوافع الأفراد وبالتالي سلوكياتهم تجاه وسائل الإعلام ومدى اعتمادهم عليها تبعاً لأسباب الاعتماد هل هي المصدقية، أم أن الأمر يتعلق بأيدولوجية مشتركة، أو توجه حزبي، أو فكري ... الخ.

الدراسات السابقة :

إن عملية التعرف على الدراسات السابقة تعطينا الفرصة للاقتراب من المشكلة البحثية التي نتعرض لها، وتعمل على تحديد المعالم الخاصة بالمسكلة، ويلقى الباحث الضوء على الدراسات التي تناولت المصدقية في وسائل الإعلام في التراثين العربي والأجنبي، والتي نرى أنها تقترب بوجه أو بأخر من الدراسة التي نحن بصددتها .. وهي كالتالي :

▪ الدراسات الأجنبية التي تتناول مصداقية وسائل الإعلام .

▪ الدراسات العربية التي تتناول مصداقية وسائل الإعلام.

أولاً : الدراسات الأجنبية التي تتناول مصداقية وسائل الإعلام:

- دراسة Steve Guo et al (٢٠١٠)^(٤٢) :

اختبرت الدراسة العلاقة بين ثلاث متغيرات هم المصدقية ومصادر الأخبار والقارئ وحللت محتوى أربعة عشر صحيفة يومية محلية وطبقت دراستها الميدانية على عينة من الجمهور قوامها ٢٠٢٥، وأكدت نتائجها على وجود علاقة إيجابية بين مصادر الأخبار والمصدقية فالصحف الأكثر مصداقية هي تلك التي توضح مصادر أخبارها والأقل مصداقية هي التي لا تذكرها، كما ثبت عدم وجود علاقة بين القارئ والمصدقية حيث لم يختار الجمهور الصحيفة التي يقرأها على أنها أكثر الصحف مصداقية .

- دراسة Davood Mehrabi et al (٢٠٠٩)^(٤٣) :

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مصداقية الأخبار في التليفزيون والانترنت حيث وجدت أن التليفزيون ما زال هو الأكثر مصداقية لدى الجمهور من الانترنت مع أن مصداقية الانترنت في ازدياد ويتضح هنا تأثير مصداقية المصدر على مصداقية الوسيلة ككل وبحثت الدراسة أيضاً في عوامل المصدقية وتبنت مقياس من ٨ عوامل للوسيلتين هم: النزاهة، القابلية للتصديق، الدقة، الثقة، الوضوح، الحيادية، الحالية، إعطاء تفاصيل كاملة. واختبرت العلاقة بين الاعتماد على الوسيلة ومصداقيتها لدى الجمهور ووجدت أن العلاقة إيجابية .

- دراسة Scherer H. and Froblich (٢٠٠٧)^(٤٤) :

سعت هذه الدراسة لمعرفة مدى مصداقية النشرات الإخبارية والبرامج السياسية في الإعلام الألماني، وطبقت على عينة قوامها ١٨٢٠ مفردة، موزعة كالتالي: ٤٥% من المقيمين في ألمانيا من أصول ألمانية، ٣٥% من الألمان العرب، ٢٠% من الألمان ذوي الجنور الآسيوية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن ٩٥% من المبحوثين الألمان يتقنون في مصداقية النشرات الإخبارية وخاصة ما يرتبط بالحياة السياسية في ألمانيا، وأن مصداقية الأخبار السياسية لدى

الألمان من جذور آسيوية جاءت بنسبة ٤٩%، في حين جاءت نسبة المصداقية ٣٥% لدى الألمان العرب، كما أوضحت الدراسة أهمية حرية المراسل الصحفي في طرح الموضوعات ونشر الأخبار، كما أكدت على دوره المهم في مصداقية نقل الخبر .

- دراسة **Kruger Michael (٢٠٠٧)** (٤٥):

قامت الدراسة بتحليل البرامج الإخبارية في القنوات التلفزيونية الألمانية وهي: (ARD, ZDF, RTL, SAT.1)، للتعرف على مدى مصداقية الأخبار التي تعرضها تلك القنوات لدى الجمهور الألماني فيما يتعلق بالأحداث التي تدور في أفغانستان ولبنان، وكذلك معرفة مدى مصداقية جريدة "خبر اليوم"، وطبقت الدراسة على عينة مكونة من ٧٢٨ مفردة خلال عام كامل من شهر يناير وحتى ديسمبر، وأوضحت نتائج الدراسة أن جريدة "خبر اليوم" هي أكثر الجرائد مصداقية لدى المبحوثين وأرجعت الدراسة ذلك إلى اهتمامها بالجوانب الإنسانية وعرض الأخبار بدون تحيز كذلك أشارت الدراسة إلى ارتفاع مصداقية القنوات التلفزيونية الألمانية وهي:

(ARD, ZDF, RTL, SAT.1).

- دراسة **Cassidy P. William (٢٠٠٧)** (٤٦):

أجريت هذه الدراسة على عينة مكونة من ٦٥٥ صحفي، للتعرف على مدى إدراك الصحفيين لمصداقية الأخبار الإلكترونية ومدى تأثير الدور المهني على إدراكهم لهذه المصداقية، وأوضحت الدراسة أن الأخبار الإلكترونية متوسطة المصداقية بوجه عام، وصنف الصحفيون العاملون بالصحف الإلكترونية الأخبار على الإنترنت بأنها أكثر مصداقية في حين صنف الصحفيون العاملون بالصحف المطبوعة الأخبار بالصحف المطبوعة بأنها أكثر مصداقية من الصحف الإلكترونية واعتمدت الدراسة على نظرية حارس البوابة، ووضعت الدراسة مقياس للمصداقية مكون من أربعة عناصر هي: (النقطة، العدالة، الدقة، الشمول) وأوضحت الدراسة أن الدور المهني للصحفيين بالصحف الإلكترونية تأثيراً إيجابياً على مفهوم مصداقية الأخبار الإلكترونية.

- دراسة **Cheryl Campanella (٢٠٠٦)** (٤٧):

سعت هذه الدراسة لمعرفة مدى مصداقية النشرات الإخبارية لدى مشاهدي التلفزيون لدى عينة مكونة من ٦٠٠ مفردة من الجمهور الأمريكي. وأوضحت نتائج الدراسة أن مصداقية المعلومات ترتبط بالقضايا الاجتماعية المتعلقة بحياة الفرد اليومية، ومصداقية مقدمي البرامج ومقدرتهم على إدارة الحوار والإعداد الجيد للموضوعات، كما أشارت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين المستوى الاجتماعي، والتعليمي للفرد، وإدراك مدى المصداقية في نشرات الأخبار

- دراسة **Zubayr and Heinz (٢٠٠٦)** (٤٨):

أجريت هذه الدراسة في برلين على عينة مكونة من ٢٧٥٥ مفردة من الجمهور الألماني من أصول دانمركية، وألمانية، وعربية، وهدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى مصداقية وسائل الإعلام. وأوضحت النتائج أن الجانب الأكبر من المبحوثين أكدوا على أهمية المصداقية في نقل المراسل الصحفي للخبر، كما أوضحت الدراسة وجود ارتباط بين المصداقية وسمعة الجريدة وكاتب المقال، والمراسل الصحفي، وكذلك ترتبط المصداقية بسمعة القناة الفضائية ومراسليها وقدرتهم على نقل الأحداث بموضوعية وأمانة .

- دراسة Watt, Choi and lynch (٢٠٠٣) (٤٩):

أجريت هذه الدراسة على الجمهور الأمريكي لمعرفة مدى مصداقية الإنترنت ووسائل الإعلام الأخرى مثل (التليفزيون - الراديو - الصحف - المجلات)، وطبقت عن طريق البريد الإلكتروني على عينة قوامها ١٣٠٢ مفردة من الجمهور الأمريكي، وقسمت العينة وفقاً لمؤيدي ومعارضى الحرب على العراق، وكذلك وفقاً للنوع، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الإنترنت جاء كأكثر الوسائل الإعلامية مصداقية يليه التليفزيون من وجهة نظر المبحوثين معارضي الحرب على العراق وبالنسبة للإثبات. بينما وجدت فروق ضعيفة بين مستوى المصداقية في كل من الوسيلتين لدى مؤيدي الحرب على العراق .

- دراسة Kenneth R. Blake (٢٠٠٢) (٥٠):

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى مصداقية الصحافة من ناحية ، ومدى العلاقة بين قراءة الصحف ودعم ممارسة حرية التعبير بين أفراد الشعب الأمريكي ما بين عامي ١٩٧٤، ١٩٩٨، وهل انخفاض مصداقية الصحف يرتبط بانخفاض حرية التعبير وقراءة الصحف ، وتنتمي هذه الدراسة إلى دراسات تحليل المستوى الثاني، وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود علاقة قوية ومباشرة بين مصداقية الإعلام ودعم حرية التعبير وقراءة الصحف، واقترحت الدراسة أن على الممارسين الإعلاميين ألا يفترضوا وجود علاقة متبادلة بين هذه المتغيرات .

- دراسة Yoshiko Nozato (٢٠٠٢) (٥١):

أجريت هذه الدراسة في جامعة أوهايو الأمريكية على طلاب مرحلة البكالوريوس وسعت لقياس مدى خبرة الأفراد بالإنترنت واستخدام الصحف الإلكترونية، والصحف المطبوعة وعلاقة ذلك بالمصداقية واستخدمت هذه الدراسة مقياس مكون من ١٤ عامل لقياس مصداقية الصحف الإلكترونية وهي (الخبرة، الشهرة، الحالية، التكامل، العدالة، الدقة، الثقة بالمصدر، العملية التحريرية، الأثر الإخبارية، العمق ، الموضوعية، عدم التحيز، التفاعلية) .

وأوضحت الدراسة وجود علاقة قوية بين المصداقية وخبرات المبحوثين بالإنترنت والصحف الإلكترونية وقراءة الصحف المطبوعة، وظهرت أهمية مفاهيم للمصداقية مثل الحالية، والعمق، والشهرة، والدقة للصحف الإلكترونية، وأوضحت النتائج أن إدراك المبحوثين لمصداقية الصحف الإلكترونية كان مماثلاً للصحف المطبوعة، بينما ارتفعت مصداقية الصحف الإلكترونية .

- دراسة Rasha A. Abdulla et al. (٢٠٠٢) (٥٢):

تم إجراء الدراسة على عينة من ٥٣٦ مفردة من الجمهور قيموا مصداقية الأخبار في الصحف والتليفزيون والإنترنت باستخدام مقياس ليكرت الخماسي من ١٢ عبارة، وأكدت نتائج الدراسة أن الإنترنت هي الأقل مصداقية بين وسائل الإعلام .

- دراسة Bradly Osborn (٢٠٠١) (٥٣):

أجريت هذه الدراسة بهدف التعرف على كيفية تعامل الصحفيين والمؤسسات الإعلامية مع القضايا الأخلاقية ومدى المصداقية على شبكة الإنترنت، وتوصلت الدراسة إلى أن مصداقية الصحافة المطبوعة في تناقص مستمر بسبب اختلاط الرأي مع الخبر وبسبب أخطاء معلوماتية ونحوية، فضلاً عن نشرها لقصص إخبارية غير دقيقة تفتقد للتوازن والعدالة، وأشارت الدراسة كذلك إلى ارتفاع مصداقية الصحافة الإلكترونية، حيث يوفر المضمون الإخباري بالإنترنت الأخبار والموضوعات التي تنشر في آلاف الصحف اليومية .

- دراسة Mineabere Ibelema & Larry Powell 2001 (٢٠٠١) (٥٤):

هدفت هذه الدراسة للتعرف على مدى تحقيق المصداقية في أخبار التليفزيون الكابلي، فقد فشل الباحثين في تأكيد وجود أي اختلاف بين معدلات الثقة بأخبار التليفزيون المحلي وأخبار التليفزيون القومي، كما لم يجد اختلاف أيضاً بين معدلات الثقة بالصحف المحلية والصحف القومية في حين استمر التأكيد على أن التليفزيون يلقى معدلات ثقة أعلى من الصحف مع ارتباط مستوى المصداقية الأعلى مع الأخبار القومية وليس المحلية ومع كبار السن أكثر من الأصغر عمراً ومع الأمريكيين من أصول إفريقية أكثر من الأمريكيين البيض .

- دراسة Viggo jakobsen (٢٠٠٠) (٥٥):

أجريت هذه الدراسة في ولايتي نيوجيرسي وكوبنهاجن، وطبقت الدراسة على عينة قوامها ٥٧٢٥ مفردة من الجمهور الأمريكي والدنماركي. وسعت الدراسة لمعرفة مدى مصداقية قناة CNN لدى الجمهور الأمريكي والدنماركي، وأوضحت الدراسة أن ٨٥% من عينة الدراسة لا يعتقدون بمصداقية أحداث الصراعات في العالم الثالث التي تعرضها البرامج السياسية في قناة CNN، كما أكدت الدراسة على أهمية مصداقية وأمانة المراسل في نقل الخبر بدون تحيز.

- دراسة Walfgong , Schweiger (٢٠٠٠) (٥٦):

أجريت هذه الدراسة على عينة قوامها ٥٤٠ مفردة من الجمهور الألماني في ميونيخ عام ١٩٩٨، وهدفت هذه الدراسة للتعرف على رأي من يستخدمون شبكة الإنترنت ومن لا يستخدمونها وكيف يقيمون مصداقيتها، وأوضحت الدراسة أن الألمان سواء من يستخدمون شبكة الإنترنت أو من لا يستخدمونها يصفون مصداقية الإنترنت بأنها في مرتبة متفوقة مماثلة للتليفزيون والصحف، وبينت الدراسة أن مصداقية الإنترنت إيجابية ولكن يأتي التليفزيون والصحف في المقدمة في ألمانيا، وكذلك أوضحت الدراسة زيادة مصداقية الصحف عن التليفزيون والإنترنت، وأن التليفزيون أكثر وضوحاً وجدياً وأكثر نقداً وأكثر مهنية من الإنترنت، بينما جاء الإنترنت أكثر حيادية من الصحف والتليفزيون.

- دراسة Thomas J. Johnson (١٩٩٨) (٥٧):

هدفت الدراسة إلى استطلاع آراء مستخدمي الإنترنت المهتمين بالسياسة لاختبار رؤيتهم نحو مدى مصداقية الإصدارات الإلكترونية ومقارنتها بنظيرتها التقليدية، ومدى ارتباط الاعتماد مع المصداقية، ومدى ارتباط مصداقية المصادر الإلكترونية مع المتغيرات الديموجرافية مثل النوع والعمر والدخل والتعليم، واعتمدت هذه الدراسة على جمع البيانات عبر الإنترنت من خلال صحيفة للاستقصاء لمدة أسبوعين قبل وبعد انتخابات الرئاسة الأمريكية عام ١٩٩٦ وطبقت على عينة قوامها ٣٠٨ مفردة، واعتمدت الدراسة على مقياس للمصداقية مكون من أربعة عناصر هي: الصدق، والعدالة، والدقة، والعمق، وأوضحت الدراسة أن الصحف المطبوعة والإلكترونية متوسطة المصداقية، وأشارت إلى وجود ارتباط قوى بين الاعتماد على الصحف المطبوعة وإدراك المصداقية، كما توصلت الدراسة كذلك إلى أن متغير النوع كان المتغير الأكثر ارتباطاً بإدراك المصداقية للمصادر الإلكترونية، حيث كانت الإناث أكثر إدراكاً لمصداقية الإنترنت عن الذكور، وكان للتعليم ارتباط سلبي مع إدراك المصداقية .

- دراسة Johnson, T.J. and Kaye (١٩٩٨) (٥٨):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مصداقية وسائل الإعلام الأمريكية لدى عينة من الجمهور الأمريكي ومدى استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام كمصادر للأخبار .

وتوصلت الدراسة إلى أن المبحوثين يتقنون بشكل عام في الشبكات والقنوات الإخبارية والمحلية أكثر من المصادر الإخبارية المطبوعة، وأوضح ٧٠% من الأمريكيين أنهم يتقنون في قناة CNN الأمريكية والقنوات العامة والمحلية الأمريكية، بينما انخفضت مصداقية الصحف المحلية، والقومية، والمجلات الإخبارية الأسبوعية، كما أوضحت النتائج أن الجانب الأكبر من أفراد العينة يدركون تحيز الوسائل الإعلامية لصالح الليبراليين أكثر من المحافظين، كما أشارت الدراسة إلى أنه على الرغم من تعدد وسائل الإعلام إلا أن المبحوثين يتقنون في مصداقية وسائل الإعلام التقليدية كمصادر للأخبار.

- دراسة **Friederike Harmgarth (١٩٩٧)** (٥٩):

سعت هذه الدراسة إلى معرفة مدى مصداقية الأخبار السياسية لدى الجمهور الألماني، ومدى تأثير الجوانب الاجتماعية للأخبار على القراء، وطبقت الدراسة على ٥٧٠ مفردة من طلاب قسم السياسة الدولية بجامعة برلين، وأوضحت الدراسة انخفاض ثقة الجمهور الألماني في مصداقية الأخبار السياسية المتعلقة بالصراع الأمريكي في العراق، والصراع الإسرائيلي في لبنان، وفلسطين، في حين تزداد ثقته في الإعلام الألماني، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن الأخبار السياسية المهمة بالجوانب الاجتماعية كالأخبار المتعلقة بالأحداث في أنجولا، وغانا، ودارفور قد أثرت على الجمعيات المهمة بحقوق الإنسان، وقامت بتقديم المساعدات الإنسانية لتلك الدول.

- دراسة **Michael J. Robinson (١٩٨٨)** (٦٠):

هدفت الدراسة إلى قياس مصداقية عينة من المجلات والصحف الأمريكية لدى الجمهور الأمريكي، واعتمدت الدراسة على تصنيف المصداقية إلى أربعة أنواع هي: مصداقية مصادر الأخبار التقليدية، ومصداقية الأخبار الخاصة، ومصداقية مصادر الأخبار الخفيفة، ومصداقية مراسلي الصحف وطبقت الدراسة على عينة قوامها ٢١٠٤ مفردة، وتوصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن مصداقية وسائل الإعلام الإخبارية لا ترتبط بالمتغيرات الديموجرافية والسياسية للجمهور الأمريكي وكذلك أشارت إلى عدم وجود فروق بين المبحوثين في إدراكهم لمصداقية الصحافة الأمريكية.

ثانياً: الدراسات العربية التي تتناول مصداقية وسائل الإعلام:

- دراسة (شيماء حسن ٢٠١٢) (٦١):

سعت هذه الدراسة إلى قياس مصداقية وسائل الإعلام الرسمية في مصر، وهدفت إلى التعرف على آراء عينة من الجمهور من خلال دراسة مسحية لعينة من طلبة الإعلام بصعيد مصر وعين من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية حول مصداقية وسائل الإعلام الرسمية المرئية والمقروءة في تغطيتها لأحداث ثورة ٢٥ يناير، وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج أهمها زيادة اعتماد الجمهور على القنوات الإخبارية العربية في الحصول على المعلومات، وعزوف الجمهور عن القنوات الرسمية، كما ثبت تدنى مستوى مصداقية الإعلام الرسمي خاصة فيما يتعلق بتغطية أحداث ثورة ٢٥ يناير.

- عبد الجواد سعيد محمد ربيع (٢٠٠٨) (٦٢):

هدفت الدراسة للتعرف على تأثير نمط الملكية على حرية التعبير في الصحف المصرية (القومية والخاصة)، وتوصل إلى أنه بالرغم من أن الصحف القومية والخاصة تخضع للنظام العام الرسمي للدولة إلا أن الصحف الخاصة تتناول موضوعات وقضايا من خلال مواد الرأي المنشورة بها على قدر كبير من الجرأة في إطار حرية التعبير عن الرأي. كما أنها تحقق

الاستفادة وإشباع رغبة القراء في المعرفة لدى القراء أكثر من تلك التي تتناولها الصحف القومية مما أنبأ ببداية التوجه نحو الصحف الخاصة والابتعاد عن الصحف القومية لعدم التزامها بمعايير الموضوعية والمصادقية.

- دراسة (حنان سليم ٢٠٠٨) (١٣) :

هدفت الدراسة إلى التعرف على مصادقية الأخبار في وسائل الإعلام الألمانية، من خلال رصد اتجاهات الجمهور الألماني نحو مصادقية الأخبار في وسائل الإعلام، وخلصت إلى أن معدلات مصادقية التلفزيون تزيد على معدلات مصادقية الصحافة والإنترنت، كما توصلت إلى أن المبحوثين الأكثر تعرضاً للمضمون الإخباري بوسائل الإعلام كانوا أكثر إدراكاً بأبعاد مصداقيتها، في حين انخفض إدراك المبحوثين بأبعاد المصادقية لدى الأفراد الأقل تعرضاً للأخبار، كما توصلت إلى أن استخدام الوسيلة له صلة بإدراك المصادقية.

- دراسة (عزه عبد العظيم ٢٠٠٦) (١٤) :

أجريت هذه الدراسة في دول الإمارات على عينة مكونة ٢١٦ مفردة، وهدفت للتعرف على مدى إدراك الجمهور الإماراتي لمصادقية مصادر الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية والحديثة. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود ثلاثة عوامل تحدد مصادقية الوسائل الإعلامية وأهمها الاهتمام بالمجتمع والثقة في الوسيلة والحرفية في الأداء الإعلامي. كما أشارت الدراسة إلى وجود اختلافات بين الجمهور الإماراتي في تقييمهم لمصادقية وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية كمصادر للأخبار، حيث حظى التلفزيون بالمصادقية يليه الصحف، ثم الإنترنت. كما توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين لمتغيراتهم الديموجرافية وإدراكهم لمصادقية وسائل الإعلام.

- دراسة أيمن أبوزيد (٢٠٠٦) (١٥) :

سعت إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على القنوات الفضائية خلال الأزمات، وتوصلت إلى وجود علاقة طردية بين كثافة اعتماد المشاهد المصري على القنوات الفضائية الإخبارية عند حدوث الأزمات وبين مصادقية القناة من وجهة نظره، ولم يثبت وجود هذه العلاقة في حال القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية.

- دراسة ماجدة مراد (٢٠٠٦) (١٦) :

هدفت إلى التعرف على مصادقية القنوات الفضائية الإخبارية، وتوصلت إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مستوى مصادقية الفضائيات الإخبارية ومعدل مشاهدة أفراد العينة لها ما عدا قناة النيل للأخبار التي لم يثبت وجود هذه العلاقة في مستوى مصداقيتها ومعدل المشاهدة. كما أنها توصلت إلى كون الفضائيات الإخبارية العربية في مقدمة المصادر التي يعتمد عليها النخبة الجامعية لاستقاء معلوماتهم تلتها الصحافة المصرية ثم التلفزيون المصري ثم الإنترنت، ويتضح هنا استمرار تقدم التلفزيون على الصحافة حتى وإن كانت فضائيات عربية، كما يمكن أن نلاحظ تقدم الفضائيات العربية على التلفزيون المصري منذ ٢٠٠٦ يعطى مؤشراً على تراجع مصادقية التلفزيون المصري من قبل الثورة بعدة سنوات وأكدت الدراسة على تفوق قناة الجزيرة من وجهة نظر المبحوثين في فورية نقل الحدث وفي متابعة تطورات الحدث وعدم تجاهل أي حدث مهم والدقة في نقل البيانات.

- دراسة خالد صلاح الدين (٢٠٠٥) (٦٧):

اهتمت هذه الدراسة برصد مستوى مصادقية وسائل الإعلام المصرية فضلاً عن قياس مستوى مصادقية التغطية الإعلامية لعدد من القضايا البارزة وهي البطالة، وارتفاع الأسعار والمشكلة العراقية، والقضية الفلسطينية، وطبقت الدراسة على عينة مكونة من ٣٠٠ مفردة من مستخدمي الإنترنت ووسائل الإعلام الأخرى، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين متغير الاعتماد ودرجة الثقة في المضمون الإخباري، كما تفوقت مصادقية التلفزيون والصحف القومية والحزبية بالمقارنة بمصادقية مواقع الإنترنت .

- دراسة إسماعيل حسن عبد الباري (٢٠٠٥) (٦٨):

سعت هذه الدراسة لرصد العلاقة بين مصادقية المواقع الإخبارية وعلاقة ذلك بمستقبل الصحافة المطبوعة وطبقت الدراسة على عينة مكونة من ٢٢١ مفردة من مستخدمي شبكة الإنترنت. وأوضحت الدراسة أن معايير مصادقية المواقع الإخبارية لم تختلف عن مثيلتها في وسائل الإعلام التقليدية، كما أشارت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مستوى معرفة الجمهور باستخدام الإنترنت، وزيادة إدراكه لعناصر مصادقية المواقع الإخبارية .

- دراسة عادل عبد الغفار (٢٠٠٥) (٦٩):

حيث توصلت دراسته إلى ترتيب الجزيرة في مقدمة القنوات الإخبارية العربية من حيث مستوى الأداء المهني في النشرات تلتها قناة العربية ثم قناة النيل للأخبار.

- دراسة سهام نصار (٢٠٠٣) (٧٠):

هذه الدراسة فسعت إلى التعرف على تأثير عنصر المصادقية على علاقة الصفوة بالصحافة المصرية، وطبقت الدراسة على عينة مكونة من ١٦٣ مفردة من الصفوة وتوصلت الدراسة إلى أن الصحف القومية أكثر مصادقية من الصحف الحزبية والخاصة كما أشارت الدراسة إلى تراجع مصادقية الصحافة المصرية، وكذلك التلفزيون بالمقارنة بمصادقية الفضائيات العربية الإخبارية التي تميزت بأنها أكثر توازناً وحيادية في عرض الرأي والرأي الآخر، وكذلك أكثر مصادقية في طرح المعلومات وتقديم معلومات أكثر حداثة، فضلاً عن تميزها بالموضوعية .

- دراسة هويدا مصطفى (٢٠٠٣) (٧١):

هدفت هذه الدراسة معرفة آراء النخبة المصرية حول مصادقية وسائل الإعلام أثناء تغطيتها الإخبارية للحرب على العراق. وطبقت على عينة مكونة من ٨٤ مفردة من النخبة المصرية، وأوضحت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام المصرية تناولت تقارير إخبارية متعارضة حول أحداث الحرب على العراق، في حين حظيت وسائل الإعلام الأجنبية بالمصادقية لتوافر عنصرى الشمول والدقة في التغطية الإخبارية وتلتها الفضائيات العربية .

- دراسة (عزه عبد العزيز ١٩٩٦) (٧٢):

هدفت هذه الدراسة التعرف على مصادقية الصحف المصرية في تناولها لموضوع (الاتفاق الفلسطيني الإسرائيلي غزه - أريحا) من خلال دراسة مسحية للجمهور والقائم بالاتصال وتحليل مضمون عينه من الصحف القومية والحزبية، وخلصت الدراسة إلى انخفاض مصادقية الصحف المصرية في معالجتها لموضوع (غزه - أريحا). كما أشارت الدراسة إلى أنه ليست هناك نظرية أو قاعدة عامة تحدد عملية مصادقية وسائل الإعلام.

- أهم مؤشرات الدراسات السابقة الخاصة بمصدقية وسائل الإعلام :

- ١- لم تتوصل دراسات وبحوث مصداقية وسائل الإعلام (العربية والأجنبية) إلى مفهوم محدد للمصدقية، أو وضع مقياس محدد لقياس مصداقية وسائل الإعلام، كما لم تتوصل لكون عوامل بعينها هي التي تؤثر في هذه المصدقية.
 - ٢- تركز معظم الدراسات على تناول البحثى لوسيلة واحدة وقياس مدى تمتعها بالمصدقية لدى الجمهور، بينما تهتم الدراسة الحالية بالتناول البحثى لثلاثة وسائل إعلامية (الصحف الخاصة - القنوات الفضائية الخاصة - مواقع الصحف الإلكترونية الخاصة). إيماناً بأهمية التكامل بين الوسائل لإحداث التأثير على الجمهور.
- رغم وجود بعض الدراسات التي اهتمت بمصدقية وسائل الإعلام، إلا أنها تناولت هذه المصدقية في وسيلة واحدة من بين وسائل الإعلام المتعددة، أو ركزت على الإعلام الحكومي بينما تتطرق هذه الدراسة لموضوع المصدقية في وسائل الإعلام الخاصة.

مشكلة الدراسة :

تتجه عديد من الدراسات الإعلامية التي أجريت بعد ثورة ٢٥ يناير نحو الإعلام الرسمي من حيث ضرورة إعادة الهيكلة، ودراسة مدى المصدقية التي يتمتع بها، وعلى الرغم من الاهتمام بالبحث في أخلاقيات وسائل الإعلام بشكل عام والإعلام الرسمي بشكل خاص، وما أثير حول الحريات الممنوحة للإعلام في مصر، إلا أنه لم تتطرق الدراسات بصورة مباشرة بعد ثورة ٢٥ يناير لدراسة مصداقية الإعلام الخاص في مصر، والذي تحولت الحرية الممنوحة له سلاح وذريعة للخروج عن المهنية والموضوعية والمصدقية، وعن الأهداف الحقيقية للإعلام، وبَعُدَتْ عن الالتزام بالمسئولية الاجتماعية، وذلك في تناولها وعرضها للأحداث والقضايا والأزمات التي تعرضت لها مصر بعد الثورة، ولذلك وضح جلياً أن مصر كانت تحتاج وخاصة في الفترة الأخيرة إلى إعلام صادق وموضوعي يعمل لصالح الوطن، وليس من أجل مصالح رأسمالية أو فكرية، يكون قادراً على إدارة هذه الأزمات بصورة محايدة تعمل على الخروج الأمن لمصر في هذه الفترة الحرجة .

لذا فإنه نتيجة لمطالعات ومشاهدات الباحث والدراسات السابقة ، وما كشفت عنه الأحداث الأخيرة في مصر حول المصدقية التي تتمتع بها وسائل الإعلام الخاصة في تعاملها مع هذه الأحداث، نرى أن المشكلة البحثية تتمثل في دراسة مصداقية الخطاب الإعلامي في وسائل الإعلام الخاصة في مصر بعد ثورة ٢٥ يناير، من خلال تقييم طلبة الإعلام في الجامعات المصرية لأداء الإعلام الخاص في مصر بعد الثورة ، ومدى المصدقية التي يتمتع بها، وذلك في رصد للفترة من ١١ فبراير ٢٠١١ حتى ٢٥ ديسمبر ٢٠١٢ وهو تاريخ إقرار الدستور في مصر.

وتتحدد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي :

.. ما مدى مصداقية الخطاب الإعلامي في وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير كما يراها عينة من طلبة الجامعات المصرية ؟

أهمية الدراسة :

تتبلور أهمية الدراسة الحالية في ضوء بعض الاعتبارات ، منها :

١. تسهم الدراسة الحالية في اختبار مدى تحقق المصدقية في الإعلام الخاص لدى الجمهور المصري، وذلك بالتطبيق على فئة الشباب (طلبة الجامعات المصرية) والتعرف على وعيهم واهتمامهم بضرورة توفر المصدقية في الإعلام المصري.
٢. كما تحظى عملية تحقق المصدقية والموضوعية في الإعلام الخاص باهتمام واسع النطاق داخل المجتمع المصري خاصة في فترة ما بعد الثورة.
٣. كثرة الانتقادات الموجهة للإعلام وبخاصة الإعلام الخاص في تغطية الأحداث سواء أحداث ثورة ٢٥ يناير، أو أحداث الفترة التي أعقبت الثورة، وعدم تحري المصدقية في المعلومات المتوفرة حول الأحداث، وعدم الموضوعية في تناول وعرض تلك الأحداث.
٤. غياب الدراسات العربية التي تناولت مصداقية الإعلام الخاص.
٥. تزايد الحديث عن أهمية نشر وعي الجمهور بمفهوم المصدقية ومعاييرها ومستوياتها ومدى تحققها في وسيلة دون أخرى ، حتى يستطيع التمييز بين ما يعرض عليه في مدى تمتعه بالمصدقية والموضوعية والحياد من عدمه.
٦. تبرز أهمية هذه الدراسة أيضاً من كونها اختارت قطاعاً حيوياً في منظومة الإعلام المصري وهو الإعلام الخاص دون الاتجاه نحو دراسة الإعلام الحكومي، بحيث تسهم في دراسة مدى المصدقية التي يتمتع بها الإعلام الخاص لدى الجمهور المصري في وقت الأزمات وبخاصة في فترة ما بعد ثورة ٢٥ يناير.
٧. تختلف توجهات الجمهور السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وبالتالي تختلف درجة اعتمادهم على وسيلة معينة من وسائل الإعلام الخاص، وتختلف نظرتهم لهذه الوسائل من حيث تمتعها بالمصدقية والموضوعية والحياد، أم أنها لا تتمتع بها، أم أنها تحققه بشكل جزئي.

أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مصداقية الخطاب الإعلامي في وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير ، وعليه وفي ضوء مشكلة الدراسة وأهميتها والدراسات السابقة فإن هذا البحث يهدف إلى ما يلي:

- ١- التعرف على معدلات التعرض للإعلام الخاص بعد الثورة.
- ٢- دراسة مدى استخدام الشباب (طلبة الجامعات المصرية) للإعلام الخاص كمصدر للمعلومات بعد الثورة ، ومدى ثقتهم في تلك الوسائل.
- ٣- التعرف على آراء واتجاهات الشباب (طلبة الجامعات المصرية) نحو أداء الإعلام الخاص في مصر بعد الثورة.
- ٤- التعرف على مستوى ثقة الشباب (طلبة الجامعات المصرية) في الإعلام الخاص بعد ثورة ٢٥ يناير.
- ٥- التعرف على تقييمهم لمدى مراعاة الإعلام الخاص لمعايير تحقيق المصدقية.
- ٦- اختبار العلاقة بين درجة اعتماد الشباب (طلبة الجامعات المصرية) على وسائل الإعلام الخاصة ومدى تمتع هذه الوسائل بالمصدقية بعد ثورة ٢٥ يناير.

- ٧- اختبار فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الخاصة، بالنسبة لدور وسائل الإعلام في إمداد الشباب بالمعرفة نحو القضايا والأحداث المختلفة بعد ثورة ٢٥ يناير.

تساؤلات الدراسة :

يتفرع عن التساؤل الرئيسي للدراسة مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية :

- ١- ما أسباب تعرض طلبة الجامعات المصرية لوسائل الإعلام الخاصة؟
- ٢- ما أهم المصادر الإعلامية التي يعتمد عليها طلبة الجامعات المصرية في الحصول على المعلومات؟
- ٣- ما تقييم طلبة الجامعات المصرية لأداء الإعلام الخاص بعد ثورة ٢٥ يناير؟
- ٤- ما أكثر الصحف والقنوات الفضائية ومواقع الصحف الإلكترونية (الخاصة) التي يراها طلبة الجامعات المصرية التزاماً بالمصادقية؟
- ٥- ما رؤية طلبة الجامعات المصرية لأهم معايير المصادقية ، ومدى توافرها في الإعلام الخاص بعد ثورة ٢٥ يناير؟
- ٦- ما مقترحات طلبة الجامعات المصرية بشأن وضع معايير للمصادقية يجب أن تتوفر في وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير؟
- ٧- ما تقييم طلبة الجامعات المصرية لتغطية وسائل الإعلام الخاصة للأحداث بعد ثورة ٢٥ يناير؟
- ٨- ما تأثير الملكية في الأداء الإعلامي لوسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير؟

فروض الدراسة :

- ١- توجد علاقة ارتباطية بين التعرض للصحف الخاصة ومدى تمتع الوسيلة بالمصادقية.
- ٢- توجد علاقة ارتباطية بين التعرض للقنوات الفضائية الخاصة ومدى تمتع الوسيلة بالمصادقية.
- ٣- توجد علاقة ارتباطية بين التعرض لمواقع الصحف والقنوات الإلكترونية الخاصة ومدى تمتع الوسيلة بالمصادقية.
- ٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين على اختلاف متغيراتهم الديموجرافية (النوع - الجامعة - المستوى الاجتماعي والاقتصادي - الانتماء الحزبي والجماعي) وتقييمهم لمصادقية وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير.
- ٥- وجود علاقة ارتباطية بين متغير الاعتماد ودرجة الثقة في المضمون المقدم في وسائل الإعلام الخاصة.

نوع الدراسة والمنهج المستخدم :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف تقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف تغلب عليه صفة التحديد وتعتمد على جمع الحقائق وتفسيرها لاستخلاص دلالتها ونصل عن طريق ذلك إلى إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها^(٧٢)، حيث تستهدف هذه الدراسة الحالية وصف وتقييم طلبة الإعلام لمصادقية وسائل الإعلام الخاصة في مصر بعد ثورة ٢٥ يناير، ورؤيتهم للأداء المهني والموضوعي والحيادي لهذه الوسائل في تناول وعرض الأحداث والقضايا بعد ثورة ٢٥ يناير.

ولقد تم في إطار هذه الدراسة استخدام المنهج التالي :

• منهج المسح :

حيث يعد هذا المنهج جهداً علمياً منظماً للحصول على البيانات والمعلومات والأوصاف عن الظاهرة موضوع الدراسة ولفترة زمنية كافية^(٧٤) ويمكن من خلاله تحديد كفاءة الوضع الراهن عن طريق مقارنته بمستويات ومعايير مقننة سلفاً^(٧٥)، ولذلك لجأ الباحث إلى منهج المسح لجمع معلومات وبيانات للوصول إلى معرفة مدى المصادقية التي يتمتع بها الإعلام الخاص بعد ثورة ٢٥ يناير، ومدى اعتماد الشباب (طلبة الجامعات المصرية) على هذه الوسائل في الحصول على المعلومات عن الأحداث والقضايا التي وقعت في مصر بعد الثورة وحتى إقرار الدستور في ٢٥ ديسمبر ٢٠١٢، ورؤيتهم نحو تمتع هذه الوسائل بالمصادقية والموضوعية في عرض وتناول الموضوعات المختلفة.

وتعتمد الدراسة بشكل أساسي على هذا المنهج بشقه الميداني، لوصف وتقييم الشباب (طلبة الجامعات المصرية) لمصادقية الإعلام الخاص بعد ثورة ٢٥ يناير، ومدى ثقتهم في المعلومات التي يقدمها لهم حول الأحداث التي وقعت في مصر بعد الثورة، والتي تهدف في النهاية إلى الوصول إلى نتائج يمكن من خلالها تقييم مدى المصادقية التي يتمتع بها الإعلام الخاص في مصر بعد الثورة.

مجتمع وعينة الدراسة :

يمثل المجتمع البشري في هذه الدراسة جمهور الشباب في الجامعات المصرية، وتم سحب عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مبحوثاً، وتم تقسيمها بأسلوب التوزيع المتساوي على الجامعات المصرية المختلفة من الشباب (طلبة كليات وأقسام الإعلام)، وتقسم كالتالي:

كلية الإعلام - جامعة القاهرة: ممثلة للجامعات الحكومية بالقاهرة (١٠٠) مفردة.
قسم الإعلام - جامعة المنيا: ممثلة للجامعات الحكومية الإقليمية (١٠٠) مفردة.
قسم الإعلام - جامعة سوهاج: ممثلة للجامعات الحكومية الإقليمية (١٠٠) مفردة.
كلية الإعلام - جامعة النهضة: ممثلة للجامعات الخاصة (١٠٠) مفردة.

... وتم بلورة خصائص العينة في الجدول التالي:

• خصائص العينة:

جدول (١) خصائص العينة

النسبة المئوية	التكرار	المتغيرات	النوع
٥٠	٢٠٠	الذكور	النوع
٥٠	٢٠٠	الإناث	
٢٥	١٠٠	القاهرة	الجامعة
٢٥	١٠٠	المنيا	
٢٥	١٠٠	النهضة	
٢٥	١٠٠	سوهاج	
٣٢,٧	١٣١	السياسي	الانتماء الحزبي والجماعي
٢٨	١١٢	الديني	
٣٩,٣	١٥٧	لا يوجد	
٥٢,٥	٢١٠	مرتفع	المستوى الاجتماعي الاقتصادي
٢٧,٧	١١١	متوسط	
١٩,٨	٧٩	منخفض	

يتضح من الجدول السابق:

- فيما يتعلق بالنوع: هناك تساوي بين الذكور والإناث من طلبة الإعلام في الجامعات المصرية كمثلين للعينة، حيث كانت النسبة المئوية ٥٠% إناث، و ٥٠% ذكور.
- فيما يتعلق بمجتمع الدراسة: هناك أيضاً تساوي في أعداد العينات التي أخذت من الجامعات المصرية، حيث جاءت نسبة المبحوثين من جامعة القاهرة ٢٥ مفردة، ومن جامعة المنيا ٢٥ مفردة، ومن جامعة النهضة ٢٥ مفردة، ومن جامعة سوهاج ٢٥ مفردة.
- فيما يتعلق بالانتماء الحزبي والجماعي: جاءت نسبة ٣٢,٧% من المبحوثين ينتمون للأحزاب السياسية، ونسبة ٢٨% من المبحوثين ينتمون لجماعات دينية، ونسبة ٣٩,٣ من المبحوثين لا ينتمون لأي أحزاب أو جماعات دينية، تدل هذه النتائج إلى ضعف الانتماء الحزبي حتى بعد ثورة ٢٥ يناير، إلا أنها تدل على شيئاً إيجابياً فيما يتعلق بالحريات وهو إقرار نسبة كبيرة بانتمائهم لجماعات أو تيار ديني وهكذا لم يكن يحدث قبل الثورة.
- فيما يتعلق بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي: أظهرت النتائج أن أكثر من نصف العينة من أصحاب المستوى الاقتصادي والاجتماعي المرتفع حيث جاءت نسبتهم ٥٢,٥%

من المبحوثين، وجاءت نسبة أصحاب المستوى المتوسط ٢٧,٧%، في حين جاءت نسبة من ينتمون إلى فئة المستوى الاقتصادي والاجتماعي المنخفض ١٩,٨%، وفي هذا مؤشر لمدى الارتباط الموجود بين القدرات المادية والاهتمام بالتعليم، أو حتى الاهتمام باستكمال التعليم الجامعي سواء كان حكومياً أو خاصاً.

أدوات جمع البيانات :

تم في هذه الدراسة استخدام صحيفة الاستبيان للجمهور: لاستبيان رأى الشباب (طلبة الجامعات المصرية) حول مصداقية الإعلام الخاص في مصر بعد ثورة ٢٥ يناير، ومدى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات، واتجاهاتهم نحو الإعلام الخاص، وما يمكن أن يقدموه من رؤى جديدة حول معايير المصدقية التي يجب أن يتمتع بها الإعلام في مصر بعد الثورة، والتعرف على تأثير نمط الملكية واتجاهات القائم بالاتصال في مدى تحقيق المصدقية والموضوعية في الإعلام الخاص.

وقام الباحث بتصميم استمارة البحث بهدف رصد وقياس متغيرات الدراسة والعلاقات المترابطة فيما بينها، وقد اشتملت الاستمارة على المحاور التالية:

- ١- وسائل الإعلام التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على المعلومات حول القضايا والموضوعات المختلفة بعد ثورة ٢٥ يناير.
- ٢- ملكية وسائل الإعلام التي يتابعها المبحوثون.
- ٣- معدلات متابعة المبحوثين للإعلام الخاص بعد ثورة ٢٥ يناير.
- ٤- مدى متابعة المبحوثين للإعلام الخاص بعد ثورة ٢٥ يناير أسبوعياً.
- ٥- مدى تأثير نمط ملكية وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير على مصداقيتها.
- ٦- مستويات مصداقية وسائل الإعلام الخاصة في تناولها للأحداث والقضايا بعد ثورة ٢٥ يناير.
- ٧- أسباب متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير.
- ٨- رأي المبحوثين في الإعلام الخاص بعد ثورة ٢٥ يناير.
- ٩- مدى توافر المصدقية في وسائل الإعلام الخاصة في تناولها للأحداث المختلفة في مصر بعد ثورة ٢٥ يناير.
- ١٠- تقييم أداء وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير.
- ١١- مدى مهنية تغطية وسائل الإعلام الخاصة للأحداث السياسية بعد ثورة ٢٥ يناير.
- ١٢- أهم المعايير التي يجب أن تتوفر في الإعلام الخاص بعد ثورة ٢٥ يناير حتي يتمتع بالمصدقية.

اختبارات الصدق والثبات :

١) اختبار الصدق Reliability :

تم التحقق من الصدق الظاهري لاستمارة الاستبيان بتحديد أبعاد البحث وأهدافه ووضع الأسئلة بشكل دقيق، وتم عرض الاستمارة على مجموعة الخبراء المحكمين لتقويم صلاحية الاستمارة، وأشاروا بصلاحية الاستمارة للتطبيق وقدرتها على الإجابة على تساؤلات وفروض البحث، وقد قام الباحث بإجراء التعديلات المطلوبة وفقاً لآراء المحكمين لتحقيق صدق الاستمارات المستخدمة، وصولاً إلى الصورة النهائية التي تم تطبيقها في البحث، وقام الباحث بالتحقق من صدق محتوى استمارة الاستبيان Content validity بإجراء اختبار قبلي لصحف

الاستبيان المستخدمة من خلال إجراء تجربة استطلاعية على عينة عشوائية من الشباب (طلبة الجامعات المصرية)، وذلك لضمان عنصرى الثبات والصدق، والهدف من إجراء هذه الدراسة الاستطلاعية التعرف على مدى وضوح العبارات والأسئلة المتضمنة في الاستمارات وعدم غموضها، ومدى فهم المبحوثين لأسئلتها، وتم إجراء التعديلات اللازمة لصياغة أسئلة جديدة، في حين تم إجراء وتعديل وإعادة صياغة لبعض الأسئلة وحذف أسئلة أخرى، كما تم وضع تعريفات إجرائية للعناصر الخاصة باستمارة الاستبيان وتعريف كل فئة تعريفاً دقيقاً واضحاً.

(٢) اختبار الثبات Validity :

يقصد بالثبات إمكانية تكرار تطبيق استمارة الاستبيان، والحصول على نفس النتائج في كل مرة، وقد اختبر الباحث ثبات القياس من خلال إعادة تطبيق الاستمارات المستخدمة Test Retest على عينة من طلبة الإعلام في إحدى الجامعات التي تم فيها تطبيق البحث، وتم حساب معامل الثبات الذي حقق نسبة عالية بلغت ٨٣،٠٠، وذلك من خلال الاعتماد على نسبة الاتفاق بين الإجابات في المرحلتين الأولى والثانية اللتان تم تطبيق الاستمارات فيهما وذلك باستخدام معامل سبيرمان "ارتباط الرتب" وبيرسون، وكان معامل الارتباط مرتفعاً مما يؤكد ثبات القياس ويدل على صلاحية استمارة الاستبيان التي قام الباحث بتطبيقها.

الإطار الزمني للدراسة :

يرصد البحث الفترة الواقعة بين ١١ فبراير ٢٠١١، وهو تاريخ تنحي الرئيس السابق، و ٢٥ ديسمبر تاريخ إعلان نتيجة الاستفتاء وإقرار العمل بالدستور الجديد، حيث أن تلك الفترة وقعت فيها العديد من الأحداث والأزمات، وأثيرت فيها العديد من القضايا التي تناولها الإعلام الخاص في مصر حسب توجهاته وميوله.

المعالجة الإحصائية للبيانات :

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية: تم اللجوء الي المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- اختبار كاي ٢ (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).
- اختبار (z) لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين مئويتين ، وقد اعتبرت قيمة z غير دالة إذا لم تصل ١,٩٦ ، واعتبرت دالة عند مستوي ثقة ٩٥% فأكثر إذا بلغت ١,٩٦ وأقل من ٢,٥٨ ، واعتبرت دالة عند مستوي ثقة ٩٩% فأكثر إذا بلغت ٢,٥٨ فأكثر.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة.
- تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية

لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).
وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (٩٥%) فأكثر ، أي عند مستوى معنوية (٠,٠٥) فأقل.

التعريفات الإجرائية : - المصداقية :

وتعنى مجموعة من المعايير التي يجب أن تتوافر في وسائل الإعلام في تناولها للقضايا أو الموضوعات أو عرضها وأسلوب تغطيتها للأحداث، وكذلك في إذاعتها للأخبار المختلفة، وذلك من حيث كونها ملتزمة بالحيادية، والموضوعية في عرض الآراء ، والدقة في الاعتماد على المصادر، والتجرد، وعدم تأثرها بنمط ملكية أو أيديولوجية أو اتجاه حزبي أو جماعي، والتوازن وعدم التحيز في التغطية أو في تحليل وتناول الأحداث والموضوعات .
- وسائل الإعلام الخاصة :

ويقصد بها في هذه الدراسة الصحف والقنوات الفضائية ومواقع الصحف والقنوات الإلكترونية الخاصة .

النتائج العامة للدراسة واختبار صحة الفروض : (أ) نتائج الدراسة الميدانية

١- وسائل الإعلام التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على المعلومات

حول القضايا والموضوعات المختلفة بعد ثورة ٢٥ يناير:

جدول (٢) ترتيب وسائل الإعلام التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على المعلومات حول القضايا والموضوعات المختلفة بعد ثورة ٢٥ يناير

القضايا	الترتيب		السادس	الخامس	الرابع	الثالث	الثاني	الأول	الوزن المرجح	
	السادس	الأول							النقاط	مئوي
مواقع الصحف والقنوات الخاصة الإلكترونية	٣١٦	٥٤	٠	٦	١٢	١٢	٥٤	٣١٦	٢٢٦٢	٢٦,٧
القنوات الفضائية الخاصة	١٦	١٠٦	٦	٣٢	١١٤	١٢٦	١٠٦	١٦	١٥٤٢	١٨,٣
القنوات التليفزيونية	٤٤	١١٠	٥٢	٥٨	٦٢	٧٤	١١٠	٤٤	١٤٦٤	١٧,٤
مواقع الصحف القومية الإلكترونية	٦	٦٢	١٢٤	٧٠	٨٦	٥٢	٦٢	٦	١٠٧٦	١٢,٧
الصحف الخاصة	١٨	٣٨	١٢٨	٧٢	٨٠	٦٤	٣٨	١٨	١٠٦٦	١٢,٦
الصحف القومية	٤	٤٢	٨٦	١٥٨	٤٢	٦٨	٤٢	٤	١٠٣٤	١٢,٣
مجموع الأوزان المرجحة									٨٤٤٤	

يتضح من الجدول السابق: أن (مواقع الصحف الخاصة الإلكترونية) جاءت في مقدمة ترتيب وسائل الإعلام التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على المعلومات حول القضايا والموضوعات المختلفة بعد ثورة ٢٥ يناير بوزن مئوي ٢٦,٧%، ثم (القنوات الفضائية الخاصة) في المرتبة الثانية بوزن مئوي ١٨,٣%، ثم (القنوات التليفزيونية) في المرتبة الثالثة بوزن مئوي ١٧,٤%، ثم (مواقع الصحف القومية الإلكترونية) في المرتبة الرابعة بوزن مئوي

١٢,٧%، ثم (الصحف الخاصة) في المرتبة الخامسة بوزن منوي ١٢,٦%، وأخيراً (الصحف القومية) بوزن منوي ١٢,٣%.

وتشير هذه النتائج إلى أن أكثر الوسائل التي يعتمد عليها المبحوثون كمصدر للمعلومات هي مواقع الصحف الإلكترونية ثم القنوات التليفزيونية ثم الصحف، على اختلاف أنماط ملكيتها ونوعيتها، وهذه النتائج تتفق مع نتائج دراسة شيماء حسن (٢٠١٢)^(٧٦)، في حين لا تتفق مع النتائج التي توصلت إليها سهام نصار (٢٠٠٣)^(٧٧) والتي تشير إلى أن الصحف القومية والقنوات الحكومية أكثر متابعة من الجمهور في مقابل الصحف الخاصة والحزبية والقنوات الخاصة.

٢ - ملكية وسائل الإعلام التي يتابعها المبحوثون:

جدول (٣) ملكية وسائل الإعلام التي يتابعها المبحوثون وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١٢٨	٣٢	٦٧	٣٣,٥	٦١	٣٠,٥	٦١	٣٠,٥
١٧٦	٤٤	٨٨	٤٤	٨٨	٤٤	٨٨	٤٤
٩٦	٢٤	٤٥	٢٢,٥	٥١	٢٥,٥	٥١	٢٥,٥
٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٠,٦٥٦ درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠,٧٢٠ الدلالة = غير دالة

يتضح من الجدول السابق: أن ٣٢% من المبحوثين يفضلون متابعة الوسائل الإعلامية ذات الملكية الحكومية، بينما يفضل ٤٤% منهم متابعة الوسائل الإعلامية ذات الملكية الخاصة، ويفضل ٢٤% منهم متابعة الوسائل الإعلامية ذات الملكية الحكومية والخاصة معاً.

وبحساب قيمة كا^٢ بلغت (٠,٦٥٦) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) وملكية وسائل الإعلام التي يتابعونها.

وتشير هذه النتائج إلى أن وسائل الإعلام الخاصة تأتي في مقدمة الوسائل التي يفضل المبحوثون متابعتها، تلتها الوسائل الإعلامية الحكومية، وهذه النتيجة تتفق مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة شيماء حسن^(٧٨)، والتي أشارت إلى تدنى مستوى متابعة وسائل الإعلام الحكومية عند المبحوثين خاصة فيما يتعلق بتغطية أحداث الثورة، هذه النتيجة تعكس افتقاد الإعلام الحكومي المصادقية وانعدام الحيادية في تناوله للموضوعات والقضايا، خاصة بعد ما أظهرت التغطية الإعلامية للإعلام الحكومي لأحداث ثورة ٢٥ يناير مدى صدق هذه النتيجة، مما ألجأ الجمهور المصري للإعلام الخاص، وربما أن الأمر لا يتعلق بالمصادقية والموضوعية المتوفرة لديه، ولكن يتعلق بكونه البديل المتاح للإعلام الحكومي الذي ظل سنوات عديدة هو الإعلام الأوحده لديهم، وبندل على ذلك أن متابعة الجمهور المصري لأحداث الثورة كانت من خلال الإعلام الخاص ممثلاً في قناة الجزيرة وقناة العربية وغيرها من القنوات الفضائية العربية، مما أكسب الإعلام الخاص وجوداً عند الجمهور المصري وأهمية في تغطية الأحداث المختلفة.

٣ - معدلات متابعة المبحوثين للإعلام الخاص بعد ثورة ٢٥ يناير:

جدول (٤) معدلات متابعة المبحوثين للإعلام الخاص بعد ثورة ٢٥ يناير

الدلالة	مستوي المعنوية	كا ^٢	نادراً		أحياناً		نعم		معدلات المتابعة الإعلام الخاص
			ك	%	ك	%	ك	%	
غير دالة	٠,٢٨٣	١,١٥٠	٢١	٥,٢	٢٠٢	٥٠,٥	١٧٧	٤٤,٣	الصحف الخاصة
غير دالة	٠,٣٦٩	١,٩٩٩	٣٨	٩,٥	١٩٩	٤٩,٧	١٦٣	٤٠,٧	القنوات الفضائية الخاصة
غير دالة	٠,٠٦٦	٥,٤٢٦	٨	٢	٢٥٩	٦٤,٨	١٣٣	٣٢,٣	مواقع الصحف والقنوات الفضائية الخاصة الإلكترونية
			٨	٢	٢٥٩	٦٤,٨	١٣٣	٣٢,٣	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق:

- يشاهد ٤٤,٣% من المبحوثين القنوات الفضائية الخاصة بصفة دائمة، ويشاهدها ٥٠,٥% منهم أحياناً، وفي المقابل يشاهدها ٥,٢% منهم نادراً. وبحساب قيمة كابلغت (١,١٥٠) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين الاستجابات المتوقعة والاستجابات الفعلية حول معدل متابعة المبحوثين للقنوات الفضائية الخاصة.
- يقرأ ٤٠,٧% من المبحوثين الصحف الخاصة بصفة دائمة، ويقرأها ٤٩,٧% منهم أحياناً، وفي المقابل يقرأها ٩,٥% منهم نادراً. وبحساب قيمة كابلغت (١,٩٩٩) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين الاستجابات المتوقعة والاستجابات الفعلية حول معدل متابعة المبحوثين للصحف الخاصة.
- يستخدم ٣٣,٣% من المبحوثين مواقع الصحف والقنوات الفضائية الخاصة الإلكترونية بصفة دائمة، ويستخدمها ٦٤,٨% منهم أحياناً، وفي المقابل يستخدمها ٢% منهم نادراً. وبحساب قيمة كابلغت (٥,٤٢٦) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين الاستجابات المتوقعة والاستجابات الفعلية حول معدل متابعة المبحوثين لمواقع القنوات الفضائية الخاصة الإلكترونية.

وتشير هذه النتائج إلى أن الوسائل التقليدية (الصحف والقنوات الخاصة) هي أكثر متابعة ومشاهدة عن الوسائل الإلكترونية (مواقع الصحف والقنوات الخاصة)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Walfgong, 2000)^(٧٦) فقد أشارت إلى أن التليفزيون أكثر متابعة من الجمهور، يليه الصحف، ثم الانترنت، حيث أن التليفزيون والصحف أكثر وضوحاً وجدية ومهنية وأكثر نقداً من الانترنت، بينما أن الانترنت أكثر حيادية من التليفزيون والصحف.

٤ - مدى متابعة المبحوثين للإعلام الخاص بعد ثورة ٢٥ يناير أسبوعياً:

جدول (٥) مدى متابعة المبحوثين للإعلام الخاص بعد ثورة ٢٥ يناير أسبوعياً

مدى المتابعة		يوم		يومان		ثلاثة أيام		أكثر من ثلاثة	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١٣	٣,٣	٩٩	٢٤,٨	٩٩	٢٤,٨	٧٠	١٧,٥	٥٧	١٤,٣
٢٩	٧,٣	١١٨	٢٩,٥	١١٨	٢٩,٥	٥٧	١٤,٣	٥٧	١٤,٣
٢١	٥,٣	٤٣	١٠,٨	٤٣	١٠,٨	٥٧	١٤,٣	٥٧	١٤,٣
الإجمالي		٤٠٠		٤٠٠		٤٠٠		٤٠٠	

يتضح من الجدول السابق:

- يقرأ ٣,٣% من المبحوثين الصحف الخاصة يوماً واحداً في الأسبوع، وأن نسبة من يقرؤها يومان بلغت ٢٤,٨%، وأن نسبة من يقرؤها ثلاثة أيام بلغت ٢٤,٨%، وأن نسبة من يقرؤها أكثر من ثلاثة أيام بلغت ١٧,٥%.
- يشاهد ٧,٣% من المبحوثين القنوات الفضائية الخاصة يوماً واحداً في الأسبوع، وأن نسبة من يشاهدونها يومان بلغت ٢٩,٥%، وأن نسبة من يشاهدونها ثلاثة أيام بلغت ٤٩%، وأن نسبة من يشاهدونها أكثر من ثلاثة أيام بلغت ١٤,٣%.

- يستخدم ٥,٣% من المبحوثين مواقع الصحف والقنوات الخاصة الأسبوعية يوماً واحداً في الأسبوع، وأن نسبة من يستخدمونها يوماً بلغت ١٠,٨%، وأن نسبة من يستخدمونها ثلاثة أيام بلغت ٦٩,٨%، وأن نسبة من يستخدمونها أكثر من ثلاثة أيام بلغت ١٤,٣%.

تشير هذه النتائج، وتبعاً لقياس معدلات المتابعة لهذه الوسائل أسبوعياً، وضح أن الصحف الخاصة جاءت في مقدمة أكثر الوسائل متابعة لأكثر من ثلاثة أيام أسبوعياً تلتها القنوات الفضائية الخاصة، وأخيراً مواقع الصحف والقنوات الخاصة الإلكترونية. وبمقارنة النتائج يتضح اكتساب وسائل الإعلام الخاصة لقدرة من الثقة بعد الثورة مما زاد من متابعة المبحوثين لها بعد الثورة، إلا أن المتابعة المرتفعة أو المتكررة لوسائل الإعلام الخاصة لا يرتبط بشكل مباشر مع إدراك مصداقية هذه الوسائل، وهو ما أوضحه (Weafer, 1981) ^(٨١) من أن استخدام وسائل الإعلام ليس له ارتباط قوي مع مصداقيتها، لأنه ليس بالضرورة أن يرتبط الاستخدام بدرجات مصداقية وسائل الإعلام، بينما أن دراسة حنان سليم "٢٠٠٨" ^(٨١) أثبتت أن المبحوثين الأكثر تعرضاً للمضمون الإخباري في وسائل الإعلام أكثر إدراكاً بأبعاد مصداقيتها، في حين انخفض إدراك المبحوثين بأبعاد المصداقية لدى الأفراد الأقل تعرضاً.

٥- مدى تأثير نمط ملكية وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير على مصداقيتها من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (٦) مدى تأثير نمط ملكية وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير على مصداقيتها من وجهة نظر المبحوثين

الإعلام الخاص	نعم		أحياناً		نادراً		ك	مستوي المعنوية	الدلالة
	%	ك	%	ك	%	ك			
الصحف الخاصة	٤٣,٣	١٧٣	٤٠	١٦٠	١٦,٨	٦٧	٠,١٦٠	٠,٩٢٤	غير دالة
القنوات الفضائية الخاصة	٦٥,٣	٢٦١	١٨	٧٢	١٦,٨	٦٧	٠,٢٦٠	٠,٩٧١	غير دالة
مواقع الصحف والقنوات الخاصة الإلكترونية	٦٨,٨	٢٧٥	١٧	٦٨	١٤,٣	٥٧	٣,٢٦٠	٠,٤١٢	غير دالة
الإجمالي									

يتضح من الجدول السابق:

- يرى ٤٣,٣% من المبحوثين أن نمط الملكية تؤثر على مصداقية الصحف الخاصة بصفة دائمة، وأن ٤٠% منهم يرى أنها تؤثر أحياناً، بينما يرى ١٦,٨% منهم أنها نادراً ما يكون لها تأثير.
 - ويرى ٦٥,٣% من المبحوثين أن نمط الملكية تؤثر على مصداقية القنوات الفضائية الخاصة بصفة دائمة، وأن ١٨% منهم يرى أنها تؤثر أحياناً، بينما يرى ١٦,٨% منهم أنها نادراً ما يكون لها تأثير.
 - ويرى ٦٨,٨% من المبحوثين أن نمط الملكية تؤثر على مصداقية مواقع الصحف والقنوات الخاصة الفضائية بصفة دائمة، وأن ١٧% منهم يرى أنها تؤثر أحياناً، بينما يرى ١٤,٣% منهم أنها نادراً ما يكون لها تأثير.
- وتشير هذه النتائج إلى أن نمط الملكية يؤثر على مصداقية وسائل الإعلام الخاصة سواء كانت هذه الوسائل صحفاً أو قنوات فضائية أو مواقع إلكترونية للصحف والقنوات، وتتفق

هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (Margrit and Nobert, 2004)^(٨٢) أن مصداقية الأخبار في الصحف أو القنوات التليفزيونية ترتبط بسياسة الصحافة أو القناة والجهات التي تمولها، وهذه النتيجة يؤيدها الواقع من حيث أنه لا يمكن أن يعتقد أحداً أنه يمكن أن تكون هناك حيادية في الإعلام الخاص أو حتى في الإعلام الحزبي أو الحكومي، فكل وسيلة إعلامية تعمل من خلال سياسة المالك، وبالتالي فهي تعكس اتجاهاته هو وليس الواقع، فليس هناك علاقة بين ما تعرضه أو تتناوله وبين الحيادية والموضوعية، فكل ما يتعارض مع اتجاهات المالك فهي ضده، وبالعكس كل ما يتفق واتجاهات المالك فهي معه وتؤيده وتدعو له، فليس من مصلحتها الحيادية، فهناك أجندات تنفذ، سواء كانت أجندة الحكومة، أو أجندة الحزب، أو أجندة رجال الأعمال.

٦- مستويات مصداقية وسائل الإعلام الخاصة في تناولها للأحداث والقضايا

بعد ثورة ٢٥ يناير من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (٧) مستويات مصداقية وسائل الإعلام الخاصة في تناولها للأحداث والقضايا بعد ثورة ٢٥ يناير من وجهة نظر المبحوثين

المتوسط	درجة منخفضة		درجة متوسطة		درجة كبيرة		مستويات المصدقية الوسائل
	%	ك	%	ك	%	ك	
٢,٥٠	٩,٣	٣٧	٣١	١٢٤	٥٩,٨	٢٣٩	الصحف الخاصة
٢,٤٠	١٢,٣	٤٩	٣٥,٣	١٤١	٥٢,٥	٢١٠	القنوات الفضائية الخاصة
٢,٥٤	١٦,٨	٦٧	١٢,٣	٤٨	٧١,٣	٢٨٥	مواقع الصحف والقنوات الخاصة الإلكترونية
			٤٠٠				الإجمالي

يتضح من الجدول السابق:

- يرى ٥٩,٨% من المبحوثين أن الصحف الخاصة تمتعت بالمصدقية بدرجة كبيرة في تناولها للأحداث والقضايا بعد ثورة ٢٥ يناير، وأن ٣١% منهم يرى أنها تمتعت بالمصدقية بدرجة متوسطة، بينما يرى ٩,٣% منهم أنها تمتعت بالمصدقية بدرجة منخفضة.
- ويرى ٥٢,٥% من المبحوثين أن القنوات الفضائية الخاصة تمتعت بالمصدقية بدرجة كبيرة في تناولها للأحداث والقضايا بعد ثورة ٢٥ يناير، وأن ٣٥,٣% منهم يرى أنها تمتعت بالمصدقية بدرجة متوسطة، بينما يرى ٢,٤٠% منهم أنها تمتعت بالمصدقية بدرجة منخفضة.
- ويرى ٧١,٣% من المبحوثين أن مواقع الصحف والقنوات الخاصة الإلكترونية تمتعت بالمصدقية بدرجة كبيرة في تناولها للأحداث والقضايا بعد ثورة ٢٥ يناير، وأن ١٢,٣% منهم يرى أنها تمتعت بالمصدقية بدرجة متوسطة، بينما يرى ١٦,٨% منهم أنها تمتعت بالمصدقية بدرجة منخفضة.

وتشير هذه النتائج إلى أن القنوات الخاصة تتمتع بدرجة مصداقية أكبر عند المبحوثين من الصحف الخاصة ومواقع القنوات والصحف الخاصة الإلكترونية، وتتفق هذه النتائج إلى حد ما مع النتائج التي توصلت إليها دراسة عزة عبد العظيم (٢٠٠٦)^(٨٣) ودراسة (Rasha A. Abdulla et al, 2002)^(٨٤) حيث أشارت أن التليفزيون أكثر مصداقية عند الجمهور يليه الصحف ثم الانترنت.

بينما أنها لا تتفق مع دراسة خالد صلاح الدين حسن "٢٠٠٦" (١٥) والتي ترى تفوق المواقع الإخبارية الإلكترونية على مختلف الوسائل التقليدية ممثلة في التلفزيون بوصفه الوسيلة الإعلامية الأصدق لدى الجماهير.

ولكن هذه النتائج لا يمكن أن تكون ممثلة للواقع تمثيلاً صحيحاً، لأن النتائج جاءت بناءً على إجابات المبحوثين في كل دراسة، ولأن هناك اختلاف في العينات في نواحي عدة، سواء من الناحية النوعية، أو الثقافية والفكرية، أو الناحية المكانية ... الخ، وبالتالي فإن هذه النتائج لا يمكن تعميمها أو تطبيقها، لأنها غير ممثلة للمجتمع العام تمثيلاً كلياً.

٧- أسباب متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير:

جدول (٨) أسباب متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير وفقاً للنوع

الدالة	قيمة z	الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة	الأسباب
		%	ك	%	ك	%	ك		
غير دالة	٠,٢١	٨٨,٥	٣٥٤	٨٩	١٧٨	٨٨	١٧٦	تتفرد بعرض أخبار غير موجودة في الوسائل الأخرى	
غير دالة	٠,٢١	٧٨,٨	٣١٥	٨٠	١٦٠	٧٧,٥	١٥٥	لأعرف وجهة نظر المتخصصين والخبراء في الأحداث	
غير دالة	٠,٢٣	٧٢,٨	٢٩١	٧٢	١٤٤	٧٣,٥	١٤٧	تعطيني فكرة عن كل ما يحدث في مصر	
غير دالة	٠,٤٢	٦٧,٥	٢٧٠	٦٨,٥	١٣٧	٦٦,٥	١٣٣	تفجر قضايا ساخنة وتتناولها بعمق	
غير دالة	٠,٧٢	٦٢,٨	٢٥١	٦٤,٥	١٢٩	٦١	١٢٢	تعرض القضايا والموضوعات بشفافية وموضوعية	
غير دالة	٠,٧١	٥٩,٣	٢٣٧	٦١	١٢٢	٥٧,٥	١١٥	أحب متابعة البرامج الحوارية فيها	
غير دالة	٠,٦٠	٥٣,٥	٢١٤	٥٣,٥	١٠٤	٥٥	١١٠	معلوماتها صادقة ودقيقة	
غير دالة	١,٢٠	٥٣	٢١٢	٥٠	١٠٠	٥٦	١١٢	تتناول الموضوعات والقضايا بحرية	
			٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق: أن أسباب متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير تمثلت في (تتفرد بعرض أخبار غير موجودة في الوسائل الأخرى) في المقدمة بنسبة ٦٠,١%، ثم (لأعرف وجهة نظر المتخصصين والخبراء في الأحداث) في المرتبة الثانية بنسبة ٣٢,٦%، وكذلك (تعطيني فكرة عن كل ما يحدث في مصر) في المرتبة الثالثة بنسبة ٣٠,٤%، ثم (تفجر قضايا ساخنة وتتناولها بعمق) في المرتبة الرابعة بنسبة ٢١%، ثم (تعرض القضايا والموضوعات بشفافية وموضوعية) في المرتبة الخامسة بنسبة ١٤,٥%، ثم (أحب متابعة البرامج الحوارية فيها) في المرتبة السادسة بنسبة ١٣%، ثم (معلوماتها صادقة ودقيقة) في المرتبة السابعة بنسبة ١٠,١%، وأخيراً (تتناول الموضوعات والقضايا بحرية) بنسبة ٧,٢%.

وتشير هذه النتائج إلى أن أفراد وسائل الإعلام الخاصة بعرض أخبار غير موجودة في الوسائل الأخرى جاءت أكثر أسباب متابعة المبحوثين لهذه الوسائل بعد ثورة ٢٥ يناير، ثم جاء سبب التعرف على وجهة نظر المتخصصين والخبراء في الأحداث، بينما جاءت الأسباب المتعلقة بالمصادقية في مراتب أدنى وبنسب أقل تبعاً لاختلاف استخدام الوسيلة الإعلامية، وهذا يدل

على أن أسباب المتابعة لا تتعلق بشكل أساسي بمدى توفر المصدقية في هذه الوسائل بقدر ما هي متعلقة بالحصول على كل ما هو جديد وحصري سواء من حيث الشكل أو المضمون أو كلاهما معاً أو من حيث الخبراء والمتخصصين الذين يحللون هذه الأحداث، وإن كانت هذه النتائج لا تتفق مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة حنان سليم "٢٠٠٨" (٨٦) حيث أشارت إلى أن هناك ارتباطاً قوياً وعلاقة إيجابية بين استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وإدراكهم لمصدقيتها.

٨- رأي المبحوثين في الإعلام الخاص بعد ثورة ٢٥ يناير:

جدول (٩) رأي المبحوثين في وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير وفقاً للنوع

الدالة	قيمة z	الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة الإعلام الخاص
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	٠,٧٠١	٧٢,٨	٢٩١	٧٤	١٤٨	٧١,٥	١٤٣	غير موضوعية وغير حيادية في عرض وتناول الأحداث والقضايا
غير دالة	٠,٧٩٩	٦٩,٥	٢٧٨	٦٩	١٣٨		١٤٠	تتناول الموضوعات والقضايا بموضوعية وحيادية تامة
غير دالة	٠,٦٢١	٦٣	٢٥٢	٦١,٥	١٢٣	٦٤,٥	١٢٩	زيادة في مساحة الحرية الممنوحة لها
٠,١٥	٠,٢١٧	٦٢,٥	٢٥٠	٦١	١٢٢	٦٤	١٢٨	تعتمد على ترويج الشائعات لتصنع أو تعمل على تطوير الأحداث
غير دالة	٠,٧١٤	٦٠,٣	٢٤١	٥٨,٥	١١٧	٦٢	١٢٤	تنحاز لفصيل أو تيار على حساب الفصيل أو التيار الآخر
غير دالة	٠,٥٠٥	٥٧,٣	٢٢٩	٥٦	١١٢	٥٨,٥	١١٧	تتمتع بالمصدقية في خطابها الإعلامي
غير دالة	٠,٦١٩	٥٣,٨	٢١٥	٥٢	١٠٤	٥٥,٥	١١١	تتحري الدقة في الحصول على المعلومات والأخبار
غير دالة	٠,٥٦١	٥٠	٢٠٠	٤٨	٩٦	٥٢	١٠٤	تعتمد على عرض الأخبار دون تحري الدقة لحين ثبوت العكس
		٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠		الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: يرى ٧٢,٨% من المبحوثين أن الإعلام الخاص لم يكن موضوعياً وغير حيادي في عرض وتناول الأحداث والقضايا بعد ثورة ٢٥ يناير، بينما يرى ٦٩,٥% أنها تتناول الموضوعات بموضوعية وحيادية تامة، ويرى ٦٣% أن هناك زيادة في مساحة الحرية الممنوحة للإعلام الخاص بعد الثورة، ويرى ٦٢,٥% من المبحوثين أنها تعتمد على ترويج الشائعات لتصنع أو تعمل على تطوير الأحداث، وجاءت نسبة من يرى أن الإعلام الخاص ينحاز لفصيل أو تيار على حساب الفصيل أو التيار الآخر ٦٠,٣%، في حين أن ٥٧,٣% يرون أنها تتمتع بمصدقية في خطابها الإعلامي، ويرى ٥٣,٨% من المبحوثين أنها تتحري الدقة في

الحصول على المعلومات والأخبار، بينما أن ٥٠% يرون أنها تعتمد على عرض الأخبار دون تحري الدقة لحين ثبوت العكس.

تشير هذه النتائج إلى أن المبحوثين تقاربت أرائهم فيما يتعلق برؤيتهم للإعلام الخاص ومدى مصداقيته بعد الثورة فليس هناك معدلات أكبر لرأي على الآخر، إلا أن أعلى المعدلات نسبة كانت للرأي الذي يرى أن الإعلام الخاص لم يكن موضوعياً وغير حيادي في عرض وتناول الأحداث والقضايا بعد الثورة ولكن بنسبة ليست بالمطلقة، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة جدول رقم (٥). وبمقارنة النتائج يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً لمتغيراتهم النوعية وإدراكهم لمصدقية وسائل الإعلام الخاصة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة عزة عبد العظيم "٢٠٠٧" (٨٧)، ودراسة (Michael J Robinson, 1988) (٨٨)، بينما أنها لا تتفق مع دراسة (Thomas J. Johnson, 1998) (٨٩) والتي أثبتت أن متغير النوع كان المتغير الأكثر ارتباطاً بإدراك المصدقية للمصادر الإلكترونية، حيث كان الإنث أكثر إدراكاً لمصدقية الانترنت عن الذكور.

٩- مدى توافر المصدقية في وسائل الإعلام الخاصة في تناولها للأحداث

المختلفة في مصر بعد ثورة ٢٥ يناير من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (١٠) مدى توافر المصدقية بوسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير من وجهة نظر المبحوثين

مواقع الصحف والتقنوات الخاصة الإلكترونية		الفضائيات الخاصة		الصحف الخاصة		الوسائط		معايير المصدقية
%	ك	%	ك	%	ك			
٥٧,٣	٢٢٩	٤٦	١٨٤	٦٦,٥	٢٦٦	موافق	الاتحياز للتيار الليبرالي في مقابل التيار الإسلامي	
٣٢,٣	١٢٩	٣٧,٣	١٤٩	٢٨	١١٢	محايد		
١٠,٥	٤٢	١٦,٨	٦٧	٥,٥	٢٢	معارض		
٧٠,٨	٢٨٣	٥١,٨	٢٠٧	٧٢	٢٨٨	موافق	مراعاة للتوازن والموضوعية في التعامل مع التيارين الليبرالي والإسلامي	
١٧,٨	٧١	٢٧,٥	١١٠	٢١,٥	٨٦	محايد		
١١,٥	٤٦	٢٠,٨	٨٣	٦,٥	٢٦	معارض		
٥٨,٣	٢٢٢	٤٤	١٧٦	٨٠,٥	٣٢٢	موافق	مساعدة والدفاع عن مطالب الثورة والعمل على تحقيقها	
٢٤,٥	٩٨	٢٤,٥	٩٨	١٦	٦٤	محايد		
١٧,٢	٦٩	٣١,٥	١٢٦	٣,٥	١٤	معارض		
٣٦	١٤٤	١٧,٢	٦٩	٧٠,٢	٢٨١	موافق	التغطية الموضوعية في تناول أحداث الصدامات بين الشباب والشرطة	
٣٣	١٣٢	٢٩,٣	١١٧	٢٣,٣	٩٣	محايد		
٣١	١٢٤	٥٣,٥	٢١٤	٦,٥	٢٦	معارض		
٨٢	٣٢٨	٥٢,٣	٢٠٩	٣٧,٥	١٥٠	موافق	التغطية الموضوعية في تناول أحداث الانتخابات التشريعية لمجلسي الشعب والشورى ورئاسة الجمهورية	
١٢,٣	٤٩	٢٥,٨	١٠٣	٤٢,٥	١٧٠	محايد		

معارض	٨٠	٢٠	٨٨	٢٢	٥,٨	
موافق	٢٢٤	٥٦	١٤٣	٣٤,٨	١٣٦	٣٤
محايد	١٣٦	٣٤	١٠٢	٢٥,٥	٢٢٣	٥٥,٨
معارض	٤٠	١٠	١٥٥	٣٨,٨	٤١	١٠,٣
موافق	٢٠٧	٥١,٧	١٤٤	٣٦	١٥٥	٣٨,٨
محايد	١٤٢	٣٥,٥	١٨٠	٤٥	١٩٩	٤٩,٨
معارض	٥١	١٢,٨	٧٦	١٩	٤٨	١١,٥
موافق	٢٤٦	٦١,٥	١٧٦	٤٤	٥٨	١٤,٥
محايد	١١٧	٢٩,٢	١٥٦	٢٩	٣٣٠	٨٢,٥
معارض	٣٧	٩,٣	٦٨	١٧	١٢	٣
موافق	٢٩٨	٧٤,٥	١٦٧	٤١,٨	٣٢٢	٨٠,٥
محايد	٨٠	٢٠	١٤٨	٣٧	٦٤	١٦
معارض	٢٢	٥,٥	٨٥	٢١,٣	١٤	٣,٥
موافق	٢٥٩	٦٤,٨	١٦٢	٤٠,٥	١٤٣	٣٤,٨
محايد	١٠٥	٢٦,٨	١١٣	٢٨,٣	١٠٢	٢٥,٥
معارض	٣٦	٩	١٢٥	٣١,٣	١٥٥	٣٨,٨
موافق	٣١٠	٧٧,٥	٢٢١	٥٥,٣	٢٨١	٧٠,٢
محايد	٦١	١٥,٣	١٠٨	٢٧	٩٣	٢٣,٣
معارض	٢٩	٧,٣	٧١	١٧,٨	٢٦	٦,٥
موافق	٢٧٨	٦٩,٥	٢٣٦	٥٩	١٧٦	٤٤
محايد	١١٤	٢٨,٥	٩٤	٢٣,٥	٩٨	٢٤,٥
معارض	٨	٢	٧٠	١٧,٥	١٢٦	٣١,٥
موافق	١٧٢	٤٣	٢١٣	٥٣,٣	١٧٦	٤٤
محايد	١٨٧	٤٦,٨	١١٠	٢٧,٥	١٥٦	٣٩
معارض	٤١	١٠,٣	٧٧	١٩,٣	٦٨	١٧
الإجمالي						٤٠٠

يتضح من الجدول السابق: فيما يتعلق بمعايير المصادقية:

- يوافق ٦٦,٥% أن الصحف الخاصة تتحاز للتيار الليبرالي في مقابل التيار الإسلامي، وأن ٢٨% محايدون، وأن ٥,٥% معارضون لهذا الرأي، بينما يرى ٧٢% أن الصحف الخاصة تراعى التوازن والموضوعية في التعامل مع التيارين الليبرالي والإسلامي، وأن ٢١,٥% محايدون، وأن ٦,٥% معارضون لهذا الرأي، ويرى ٨٠,٥% أن الصحف

الخاصة دائماً ما تساند وتدافع عن مطالب الثورة والعمل على تحقيقها، وأن ١٦% محايدون، وأن ٣,٥% معارضون لهذا الرأي، ويرى ٧٠,٢% أن الصحف الخاصة تعتمد على التغطية الموضوعية في تناول أحداث الصدمات بين الشباب والشرطة، وأن ٢٣,٣% محايدون، وأن ٦,٥% معارضون لهذا الرأي، ويرى ٣٧,٥% أنها تعتمد على التغطية الموضوعية في تناول أحداث الانتخابات التشريعية لمجلسي الشعب والشورى ورئاسة الجمهورية، وأن ٤٢,٥% محايدون، وأن ٢٠% معارضون لذلك، ويرى ٥٦% أنها متوازنة وموضوعية في تناول الأحداث بعد الإعلان الدستوري الأخير في ٢٢ نوفمبر ٢٠١٢، وأن ٣٤% محايدون، وأن ١٠% معارضون لذلك، ويرى ٥١,٧% أن الصحف الخاصة متوازنة وموضوعية في تناول قضية الخلاف حول مشروع الدستور والاستفتاء، وأن ٣٥,٥% محايدون، وأن ١٢,٨% معارضون لهذا الرأي، ويرى ٦١,٥% أن الصحف الخاصة تتمتع بالتجرد والحيادية بعيداً عن اتجاهات صاحب الوسيلة، وأن ٢٩,٢% محايدون، وأن ٩,٣% معارضون لهذا الرأي، ويرى ٧٤,٥% أن الصحف الخاصة تتمتع بالتجرد والحيادية بعيداً عن اتجاهات الإعلاميين القائمين بالاتصال في هذه الوسيلة، بينما أن ٢٠% محايدون، وأن ٥,٥% معارضون، ويرى ٦٤,٨% أنها تعتمد على نقل الأحداث من خلال شبكة مراسلين، بينما أن ٢٨,٨% محايدون، وأن ٩% معارضون، ويرى ٧٧,٥% أن المسؤولية الاجتماعية هي التي تتحكم في نقل وعرض الصحف الخاصة للأحداث والقضايا، بينما أن ١٥,٣% محايدون، وأن ٧,٣% معارضون، ويرى ٦٩,٥% أن الصحف الخاصة تنقل الأحداث بشكل واقعي وموضوعي دون حذف أو إضافة أو تحريف أو تعميم أو تجاهل، بينما أن ٢٨,٥% محايدون، وأن ٢% معارضون، ويرى ٤٣% أن الصحف الخاصة تعتمد على عرض مختلف الآراء بشكل حيادي دون فرض آراء معينة، بينما أن ٤٦,٨% محايدون، وأن ١٠,٣% معارضون.

تشير هذه النتائج إلى أن معايير المصادقية تحققت وبنسبة كبيرة في الصحف الخاصة فيما يتعلق بتناولها للأحداث المختلفة في مصر بعد ثورة ٢٥ يناير، حيث جاءت أكثر المعايير تعبيراً عن المصادقية أن الصحف الخاصة تعتمد على التغطية الموضوعية في تناول أحداث الصدمات بين الشباب والشرطة، تلاها أن المسؤولية الاجتماعية تتحكم في نقلها وعرضها للأحداث والقضايا، ثم التجرد والحيادية بعيداً عن اتجاهات الإعلاميين القائمين بالاتصال في هذه الوسيلة، مما يدل على مدى ثقة القراء في الصحف الخاصة واعتمادهم عليها، وهذا ما أكدته دراسة عبد الجواد سعيد محمد ربيع^(٩٠) "إلى أنه بالرغم من أن الخاصة تخضع للنظام العام الرسمي للدولة إلا أن الصحف الخاصة تتناول موضوعات وقضايا من خلال مواد الرأي المنشورة بها على قدر كبير من الجراءة في إطار حرية التعبير عن الرأي. كما أنها تحقق الاستفادة وإشباع رغبة القراء في المعرفة أكثر من تلك التي تتناولها الصحف القومية مما أنبأ ببداية التوجه نحو الصحف الخاصة والابتعاد عن الصحف القومية لعدم التزامها بمعايير الموضوعية والمصادقية قبل اندلاع الثورة"، لذلك كان اتجاه القراء إلى الصحف الخاصة بعد الثورة، ولعل نجاح تجربة المصري اليوم قبل الثورة في ظهور صحافة جديدة من ناحية الشكل والمضمون وكيفية

التناول، هو ما رفع نسبة الاقبال على الصحف الخاصة التي ظهرت قبل الثورة وبعدها واعتماد القراء عليها.

- يوافق ٤٦% أن الفضائيات الخاصة تتحاز للتيار الليبرالي في مقابل التيار الاسلامي، وأن ٣٧,٥% محايدون، وأن ١٦,٨% معارضون لهذا الرأي، بينما يرى ٥١,٨% أن الفضائيات الخاصة تراعى التوازن والموضوعية في التعامل مع التيارين الليبرالي والاسلامي، وأن ٢٧,٥% محايدون، وأن ٢٠,٥% معارضون لهذا الرأي، ويرى ٤٤% أن الفضائيات الخاصة دائماً ما تساند وتدافع عن مطالب الثورة والعمل على تحقيقها، وأن ٢٤,٥% محايدون، وأن ٣١,٥% معارضون لهذا الرأي، ويرى ١٧,٣% أن الفضائيات الخاصة تعتمد على التغطية الموضوعية في تناول أحداث الصدمات بين الشباب والشرطة، وأن ٢٩,٣% محايدون، وأن ٥٣,٥% معارضون لهذا الرأي، ويرى ٥٢,٣% أنها تعتمد على التغطية الموضوعية في تناول أحداث الانتخابات التشريعية لمجلسي الشعب والشورى ورئاسة الجمهورية، وأن ٢٥,٨% محايدون، وأن ٢٢% معارضون لذلك، ويرى ٣٤,٨% أنها متوازنة وموضوعية في تناول الأحداث بعد الإعلان الدستوري الأخير في ٢٢ نوفمبر ٢٠١٢، وأن ٢٥,٥% محايدون، وأن ٣٨,٨% معارضون لذلك، ويرى ٣٦% أن الفضائيات الخاصة متوازنة وموضوعية في تناول قضية الخلاف حول مشروع الدستور والاستفتاء، وأن ٤٥% محايدون، وأن ١٩% معارضون لهذا الرأي، ويرى ٤٤% أن الفضائيات الخاصة تتمتع بالتجرد والحيادية بعيداً عن اتجاهات صاحب الوسيلة، وأن ٣٩% محايدون، وأن ١٧% معارضون لهذا الرأي، ويرى ٤١,٨% أن الفضائيات الخاصة تتمتع بالتجرد والحيادية بعيداً عن اتجاهات الإعلاميين القائمين بالاتصال في هذه الوسيلة، بينما أن ٣٧% محايدون، وأن ٢١,٣% معارضون، ويرى ٤٠,٥% أنها تعتمد على نقل الأحداث من خلال شبكة مراسلين، بينما أن ٢٨,٣% محايدون، وأن ٣١,٣% معارضون، ويرى ٥٥,٣% أن المسؤولية الاجتماعية هي التي تتحكم في نقل وعرض الفضائيات الخاصة للأحداث والقضايا، بينما أن ٢٧% محايدون، وأن ١٧,٨% معارضون، ويرى ٥٩% أن الفضائيات الخاصة تنقل الأحداث بشكل واقعي وموضوعي دون حذف أو إضافة أو تحريف أو تعميم أو تجاهل، بينما أن ٢٣,٥% محايدون، وأن ١٧,٥% معارضون، ويرى ٥٣,٣% أن الفضائيات الخاصة تعتمد على عرض مختلف الآراء بشكل حيادي دون فرض آراء معينة، بينما أن ٢٧,٥% محايدون، وأن ١٩,٣% معارضون.
- تشير النتائج السابقة إلى أن معايير المصادقية تتوفر بنسبة ضئيلة في الفضائيات الخاصة، وربما نرجع هذا الأمر إلى اعتلاء بعض الإعلاميين منابر الإعلام الخاص على الرغم من انتمائهم المعروف للنظام السابق، وأنهم كانوا دعائه ورجاله، وإن أظهر بعضهم انحيازاً كاملاً للثورة بعد نجاحها إلا أن المشاهدين لا يغفرون لهم سنوات طويلة كانوا دعاة للتضليل وتثبيتاً لأركان نظام عرف فساد، ثم يتحولون فجأة إلى دعاة لحماية الثورة، ولعل وجود نسبة ليست بالمطلقة أو المرتفعة للمشاهدة سببها ظهور القنوات الخاصة كبديل للقنوات الحكومية، كما أن الإعلاميين العاملين بالقنوات الخاصة يحاولون بكل ما أوتوا من وسائل إلى إظهار أنهم مع الثورة حتى لو كان ذلك على حساب المصادقية والموضوعية، وحتى لو كان على حساب مصلحة الوطن.

• يوافق ٥٧,٣% أن مواقع الصحف والقنوات الخاصة تتحاز للتيار الليبرالي في مقابل التيار الإسلامي، وأن ٣٢,٣% محايدون، وأن ١٠,٥% معارضون لهذا الرأي، بينما يرى ٧٠,٨% أن مواقع الصحف الخاصة تراعى التوازن والموضوعية في التعامل مع التيارين الليبرالي والإسلامي، وأن ١٧,٨% محايدون، وأن ١١,٥% معارضون لهذا الرأي، ويرى ٥٨,٣% أن مواقع الصحف الخاصة دائماً ما تساند وتدافع عن مطالب الثورة والعمل على تحقيقها، وأن ٢٤,٥% محايدون، وأن ١٧,٣% معارضون لهذا الرأي، ويرى ٣٦% أن مواقع الصحف الخاصة تعتمد على التغطية الموضوعية في تناول أحداث الصدمات بين الشباب والشريحة، وأن ٣٣% محايدون، وأن ٣١% معارضون لهذا الرأي، ويرى ٨٢% أنها تعتمد على التغطية الموضوعية في تناول أحداث الانتخابات التشريعية لمجلسي الشعب والشورى ورئاسة الجمهورية، وأن ١٢,٣% محايدون، وأن ٥,٨% معارضون لذلك، ويرى ٣٤% أنها متوازنة وموضوعية في تناول الأحداث بعد الإعلان الدستوري الأخير في ٢٢ نوفمبر ٢٠١٢، وأن ٥٥,٨% محايدون، وأن ١٠,٣% معارضون لذلك، ويرى ٣٨,٨% أن مواقع الصحف الخاصة متوازنة وموضوعية في تناول قضية الخلاف حول مشروع الدستور والاستفتاء، وأن ٤٩,٨% محايدون، وأن ١١,٥% معارضون لهذا الرأي، ويرى ١٤,٥% أن مواقع الصحف الخاصة تتمتع بالتجرد والحيادية بعيداً عن اتجاهات صاحب الوسيلة، وأن ٨٢,٥% محايدون، وأن ٣% معارضون لهذا الرأي، ويرى ٨٠,٥% أن مواقع الصحف الخاصة تتمتع بالتجرد والحيادية بعيداً عن اتجاهات الإعلاميين القائمين بالاتصال في هذه الوسيلة، بينما أن ١٦% محايدون، وأن ٣,٥% معارضون، ويرى ٣٤,٨% أنها تعتمد على نقل الأحداث من خلال شبكة مراسلين، بينما أن ٢٥,٥% محايدون، وأن ٣٨,٨% معارضون، ويرى ٧٠,٢% أن المسؤولية الاجتماعية هي التي تتحكم في نقل وعرض مواقع الصحف الخاصة للأحداث والقضايا، بينما أن ٢٣,٣% محايدون، وأن ٦,٥% معارضون، ويرى ٤٤% أن مواقع الصحف الخاصة تنقل الأحداث بشكل واقعي وموضوعي دون حذف أو إضافة أو تحريف أو تعظيم أو تجاهل، بينما أن ٢٤,٥% محايدون، وأن ٣١,٥% معارضون، ويرى ٤٤% أن مواقع الصحف الخاصة تعتمد على عرض مختلف الآراء بشكل حيادي دون فرض آراء معينة، بينما أن ٣٩% محايدون، وأن ١٧% معارضون.

تشير هذه النتائج إلى أن معايير المصادقية تحققت وبنسبة كبيرة في مواقع الصحف والقنوات الخاصة فيما يتعلق بتناولها للأحداث المختلفة في مصر بعد ثورة ٢٥ يناير، حيث جاءت في مقدمة معايير المصادقية التي تمتعت بها مواقع الصحف والقنوات الخاصة أنها تعتمد على التغطية الموضوعية في تناول أحداث الانتخابات التشريعية لمجلسي الشعب والشورى وانتخابات رئاسة الجمهورية، تلاها أنها تتمتع بالتجرد والحيادية بعيداً عن اتجاهات الإعلاميين القائمين بالاتصال في هذه الوسيلة، ولعل هذه النسبة العالية تعكس زيادة معرفة الجمهور باستخدام الإنترنت، والاعتماد على وسائله الحديثة في الحصول على الأخبار والمعلومات والتحليلات المختلفة، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة وائل إسماعيل^(٩١) التي أشارت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مستوى معرفة الجمهور باستخدام الإنترنت، وزيادة إدراكه لعناصر مصادقية المواقع

الإخبارية ، كذلك أوضحت ثورة ٢٥ يناير الدور الكبير الذي قامت به الانترنت في إطلاق الدعاوى التي أطلقت للخروج في تظاهرات ٢٥ يناير، وبالتالي زاد اعتماد الجمهور على هذه الوسيلة وزادت مصداقيتهم لها، وإن كانت هناك نسبة ليست بالقليلة ترى أن المصادقية غير متوفرة في مواقع الصحف والقنوات الخاصة، وأنها تتحاز للتيار الليبرالي في مقابل التيار الإسلامي.

١٠- تقييم أداء وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير من وجهة نظر المبحوثين: جدول (١١) تقييم أداء وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير من وجهة نظر المبحوثين

مواقع الصحف والقنوات الخاصة الإلكترونية		الفضائيات الخاصة		الصحف الخاصة		الوسائل		معايير المصادقية
%	ك	%	ك	%	ك			
٦٨,٢	٢٧٥	٤٩,٣	١٩٨	٢٧,٨	١١١	موافق	تقوم بنشر الأخبار والمعلومات التي تهمنى عن مصر	
١٥,٣	٦١	٢٠,٣	٨١	٤٩,٥	١٩٨	محايد		
١٦	٦٤	٣٠,٥	١٢٢	٢٢,٨	٩١	معارض		
٦٣	٢٥٢	٤١,٣	١٦٥	٣٦,٣	١٤٥	موافق	تقوم بنشر الأخبار والمعلومات التي تخدم مصالح اتجاه معين وتتفق مع اتجاهات أصحاب وإعلامى الوسيلة	
٢٩	١١٦	٢٩	١١٦	٢٣,٣	٩٣	محايد		
٨	٣٢	٢٩,٨	١١٩	٤٠,٥	١٦٢	معارض		
٦٢,٣	٢٤٩	٥٢,٥	٢١٠	١٩	٧٦	موافق	تتمتع بحرية كاملة في العمل الإعلامى	
١٣,٥	٥٤	٣٨	١٥٢	٣٣,٥	١٣٤	محايد		
٢٤,٣	٩٧	٩,٥	٣٨	٤٧,٥	١٩٠	معارض		
١١,٨	٤٧	٩,٣	٣٧	٣٥,٢	١٤١	موافق	لا تتمتع بأى حرية وإنما تتعرض لرقابة من الدولة	
١١,٥	٤٦	١٢	٤٨	٣٣,٨	١٣٥	محايد		
٧٦,٨	٣٠٧	٧٨,٨	٣١٥	٣١	١٢٤	معارض		
٤٣,٥	١٧٤	٤٤,٧	١٧٩	٥١,٥	٢٠٦	موافق	يؤثر نمط الملكية واتجاه إعلاميها في مدى التزامها بالموضوعية في تغطيتها للأحداث والقضايا	
٢٩,٣	١١٧	٣٥,٣	١٤١	٣١,٨	١٢٧	محايد		
٢٧,٣	١٠٩	٢٠	٨٠	١٦,٨	٦٧	معارض		
٧٩	٣١٦	٨١,٧	٣٢٧	٣٠,٥	١٢٢	موافق	تتمتع بالموضوعية في عرض وتناول الأحداث والقضايا	
١١	٤٤	١٦,٣	٦٥	٣٦,٨	١٤٧	محايد		
١٠	٤٠	٢	٨	٣٢,٨	١٣١	معارض		
٤٠	١٦٠	٣٠,٨	١٢٣	٤,٣	١٧	موافق	تتحاز في تعاملها مع التيار الليبرالى	
٣٤,٨	١٣٩	٤٥	١٨٠	٧٤,٨	٢٩٩	محايد		
٢٥,٣	١٠١	٢٤,٣	٩٧	٢١	٨٤	معارض		
٥١,٨	٢٠٧	٣٠,٥	١٢٢	٣٩,٥	١٥٨	موافق	توازن في تعاملها مع التيارين الليبرالى والاسلامى	
٢٨,٥	١١٤	٣٧,٧	١٥١	٤٥,٣	١٨١	محايد		
١٩,٨	٧٩	٣١,٨	١٢٧	١٥,٣	٦١	معارض		
٢٨,٣	٢٠٠	٣٦	١٤٤	١٣,٢	٥٣	موافق	القائم بالاتصال فيها يتسم بالانحياز الواضح لاتجاه معين ليثبت تحيزه للثورة على حساب المصادقية والتجرد	
٢١,٨	٨٧	٢٧,٧	١١١	٤٠,٨	١٦٣	محايد		
٥٠	١١٣	٣٦,٣	١٤٥	٤٦	١٨٤	معارض		

٩٢	٣٦٨	٢٨,٣	١١٣	١٢,٣	٤٩	موافق	تراعى الدقة والموضوعية والحياد في تناول القضايا والأحداث
٦	٢٤	٢٣,٨	٩١	٥٢,٨	٢١١	محايد	
٢	٨	٤٩	١٩٦	٣٥	١٤٠	معارض	
٩٢,٣	٣٦٩	٥٩,٨	٢٣٩	٣٣,٥	١٣٤	موافق	تعمل على زيادة الوعي لدى الجماهير بشكل موضوعي
٥,٨	٢٣	٢٢,٥	٩٠	٣٢	١٢٨	محايد	
٢	٨	١٧,٨	٧١	٣٤,٥	١٣٨	معارض	
٨٤,٥	٣٣٨	٣٠,٥	١٢٢	١٢,٨	٧٥	موافق	تقوم بتضليل الجماهير لتحقيق مصالح معينة
١٣,٥	٥٤	٣٦,٨	١٤٧	٦٨,٥	٢٧٤	محايد	
٢	٨	٣٢,٨	١٣١	١٨,٨	٥١	معارض	
٤٠٠						الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق:.

● بالنسبة للصحف الخاصة فقد بلغت نسبة من يرون انها تقوم بنشر الأخبار والمعلومات التي تهمني عن مصر بصفة دائمة ٢٧,٨%، وبلغت نسبة المحايدين ٤٩,٥%، ونسبة المعارضين لهذا الرأي ٢٢,٨%، في حين يرى ٣٦,٣% أنها تقوم بنشر الأخبار والمعلومات التي تخدم مصالح اتجاه معين وتتفق مع اتجاهات أصحاب وإعلامي الوسيلة، وبلغت نسبة المحايدين ٢٣,٣%، وبلغت نسبة المعارضين ٤٠,٥%، ويرى ٩% أنها تتمتع بحرية كاملة في العمل الإعلامي، و ٣٣,٥% محايدين، و ٤٧,٥% معارضون لهذا الرأي، بينما يرى ٣٥,٢% أنها لا تتمتع بأى حرية وإنما تتعرض لرقابة من الدولة، وأن ٣٣,٨% محايدون، و ٣١% معارضون، ويرى ٥,٥% أن نمط الملكية واتجاه إعلامها يؤثر في مدى التزامها بالموضوعية في تغطيتها للأحداث والقضايا، وأن ٣١,٨% محايدون، وأن ١٦,٨% معارضون، بينما يرى ٣٠,٥٨% أنها تتمتع بالموضوعية في عرض وتناول الأحداث والقضايا، وأن ٣٦,٨% محايدون، وأن ٣,٨% معارضون لهذا الرأي.

ويرى ٤,٣% أن الصحف الخاصة تتحاز في تعاملها مع التيار الليبرالي، وبلغت نسبة المحايدين ٧٤,٨%، ونسبة المعارضين ٢١%، بينما يرى ٣٩,٥% أن الصحف الخاصة تتوازن في تعاملها مع التيارين الليبرالي والاسلامي، وأن ٤٥,٣% محايدون، وأن ١٥,٣% معارضون، ويرى ١٣,٢% أن القائم بالاتصال فيها يتسم بالانحياز الواضح لاتجاه معين ليثبت تحيزه للثورة على حساب المصادقية والتجرد، وأن ٤٠,٨% محايدون، وأن ٤٦% معارضون لهذا الرأي، بينما يرى ١٢,٣% أن هناك مراعاة للدقة والموضوعية والحياد في تناول القضايا والأحداث، وأن ٥٢,٨% محايدون، وأن ٣٥% معارضون لهذا الرأي، ويرى ٣٣,٥% أن الصحف الخاصة تعمل على زيادة الوعي لدى الجماهير بشكل موضوعي، وجاءت نسبة المحايدين ٣٢%، ونسبة المعارضين ٣٤,٥%، بينما يرى ١٢,٨% أن الصحف الخاصة تقوم بتضليل الجماهير لتحقيق مصالح معينة، وجاءت نسبة المحايدين ٦٨,٥%، ونسبة المعارضين لهذا الرأي ١٨,٨%.

تشير هذه النتائج إلى أن أداء الصحف الخاصة بعد الثورة تساوت فيه إلى حد كبير نسبة المؤيدين والمعارضين، فهناك من رأوا انه كان أداء مهنيًا موضوعيًا وتتوازن في

تعاملها مع التيارين الليبرالي والإسلامي، وأنها تتمتع بحرية كاملة في أدائها لعملها، وهناك من رآوا أنه كان أداء غير مهنيًا وغير محايد حيث يؤثر نمط الملكية واتجاه إعلاميها في مدى التزامها بالموضوعية في تغطيتها للأحداث والقضايا وتقوم بنشر الأخبار والمعلومات التي تخدم مصالح هؤلاء، كما لا تتمتع بأى حرية وإنما تتعرض لرقابة من الدولة، وهذه النتيجة الأخيرة لا تتفق مع نتيجة جدول رقم (١٠) التي ترى توافر معايير المصادقية في الصحف الخاصة.

وبالنسبة للفضائيات الخاصة فقد بلغت نسبة من يرون أنها تقوم بنشر الأخبار والمعلومات التي تهمني عن مصر بصفة دائمة ٤٩,٣%، وبلغت نسبة المحايدين ٢٠,٣%، ونسبة المعارضين لهذا الرأي ٣٠,٥%، في حين يرى ٤١,٣% أنها تقوم بنشر الأخبار والمعلومات التي تخدم مصالح اتجاه معين وتتفق مع اتجاهات أصحاب وإعلامي الوسيلة، وبلغت نسبة المحايدين ٢٩%، وبلغت نسبة المعارضين ٢٩,٨%، ويرى ٥٢,٥% أنها تتمتع بحرية كاملة في العمل الإعلامي، و٣٨% محايدون، و٩,٥% معارضون لهذا الرأي، بينما يرى ٩,٣% أنها لا تتمتع بأى حرية وإنما تتعرض لرقابة من الدولة، وأن ١٢% محايدون، و٧٨,٨% معارضون، ويرى ٤٤,٧% أن نمط الملكية واتجاه إعلاميها يؤثر في مدى التزامها بالموضوعية في تغطيتها للأحداث والقضايا، وأن ٣٥,٣% محايدون، وأن ٢٠% معارضون، بينما يرى ٨١,٧% أنها تتمتع بالموضوعية في عرض وتناول الأحداث والقضايا، وأن ١٦,٣% محايدون، وأن ٢% معارضون لهذا الرأي، ويرى ٣٠,٨% أن الفضائيات الخاصة تتحاز في تعاملها مع التيار الليبرالي، وبلغت نسبة المحايدين ٤٥%، ونسبة المعارضين ٢٤,٣%، بينما يرى ٣٠,٥% أن الفضائيات الخاصة تتوازن في تعاملها مع التيارين الليبرالي والإسلامي، وأن ٣٧,٥% محايدون، وأن ٣١,٨% معارضون، ويرى ٣٦% أن القائم بالاتصال فيها يتسم بالانحياز الواضح لاتجاه معين ليثبت تحيزه للثورة على حساب المصادقية والتجرد، وأن ٢٧,٧% محايدون، وأن ٣٦,٣% معارضون لهذا الرأي، بينما يرى ٢٨,٣% أن هناك مراعاة للدقة والموضوعية والحياد في تناول القضايا والأحداث، وأن ٢٢,٨% محايدون، وأن ٤٩% معارضون لهذا الرأي، ويرى ٥٩,٨% أن الفضائيات الخاصة تعمل على زيادة الوعي لدى الجماهير بشكل موضوعي، وجاءت نسبة المحايدين ٢٢,٥%، ونسبة المعارضين ١٧,٨%، بينما يرى ٣٠,٥% أن الفضائيات الخاصة تقوم بتضليل الجماهير لتحقيق مصالح معينة، وجاءت نسبة المحايدين ٣٦,٣%، ونسبة المعارضين لهذا الرأي ٣٢,٣%.

تشير النتائج السابقة إلى أن الأداء المهني للقنوات الخاصة فيما يتعلق بتغطية أحداث ما بعد الثورة كان أداء مهنيًا ويتفق مع معايير المصادقية والموضوعية، كما أنها تعمل على زيادة الوعي لدى الجماهير بشكل موضوعي وهذا لا يتفق مع نتيجة جدول رقم (١٠)، كما أظهرت النتائج أن نسبة كبيرة ترى أن القنوات الخاصة لا تتمتع بأى حرية وتتعرض لرقابة من الدولة.

وبالنسبة لمواقع الصحف والقنوات الخاصة فقد بلغت نسبة من يرون أنها تقوم بنشر الأخبار والمعلومات التي تهمني عن مصر بصفة دائمة ٦٨,٢%، وبلغت نسبة المحايدين ١٥,٣%، ونسبة المعارضين لهذا الرأي ١٦%، في حين يرى ٦٣% أنها

تقوم بنشر الأخبار والمعلومات التي تخدم مصالح اتجاه معين وتتفق مع اتجاهات أصحاب وإعلامي الوسيلة، وبلغت نسبة المحايدون ٢٩%، وبلغت نسبة المعارضين ٨%، ويرى ٦٢,٣% أنها تتمتع بحرية كاملة في العمل الإعلامي، و ١٣,٥% محايدون، و ٢٤,٣% معارضون لهذا الرأي، بينما يرى ١١,٨% أنها لا تتمتع بأى حرية وإنما تتعرض لرقابة من الدولة، وبلغت نسبة المحايدون ١١,٥%، ونسبة المعارضين ٧٦,٨%، ويرى ٤٣,٥% أن نمط الملكية واتجاه إعلاميها يؤثر في مدى التزامها بالموضوعية في تغطيتها للأحداث والقضايا، وأن ٢٩,٣% محايدون، وأن ٢٧,٣% معارضون، بينما يرى ٧٩% أنها تتمتع بالموضوعية في عرض وتناول الأحداث والقضايا، وأن ١١% محايدون، وأن ١٠% معارضون لهذا الرأي.

ويرى ٤٠% أن مواقع الصحف والقنوات الخاصة تتحاز في تعاملها مع التيار الليبرالي، وبلغت نسبة المحايدون ٣٤,٨%، ونسبة المعارضين ٢٥,٣%، بينما يرى ٥١,٨% أن مواقع الصحف الخاصة تتوازن في تعاملها مع التيارين الليبرالي والاسلامي، وأن ٢٨,٥% محايدون، وأن ١٩,٨% معارضون، ويرى ٢٨,٣% أن القائم بالاتصال فيها يتسم بالانحياز الواضح لاتجاه معين ليثبت تحيزه للثورة على حساب المصدقية والتجرد، وأن ٢١,٨% محايدون، وأن ٥٠% معارضون لهذا الرأي، بينما يرى ٩٢% أن هناك مراعاة للدقة والموضوعية والحياد في تناول القضايا والأحداث، وأن ٦% محايدون، وأن ٢% معارضون لهذا الرأي، ويرى ٩٢,٣% أن مواقع الصحف والقنوات الخاصة تعمل على زيادة الوعي لدى الجماهير بشكل موضوعي، وجاءت نسبة المحايدون ٥,٨%، ونسبة المعارضين ٢%، بينما يرى ٨٤,٥% أن مواقع الصحف الخاصة تقوم بتضليل الجماهير لتحقيق مصالح معينة، وجاءت نسبة المحايدون ١٣,٥%، ونسبة المعارضين لهذا الرأي ٢%.

تشير النتائج السابقة إلى أن أداء مواقع الصحف والقنوات الخاصة بعد الثورة اختلفت الآراء حوله، فهناك من يرى أنه كان أداء مهنيًا من حيث قيامها بزيادة الوعي لدى الجماهير بشكل موضوعي، كما أنها تراعى الدقة والموضوعية والحياد في تناول القضايا والأحداث، بالإضافة إلى أنه يتمتع بحرية كاملة في العمل الإعلامي، في حين أن هناك بعض الآراء التي ترى أن مواقع الصحف والقنوات الخاصة تقوم بتضليل الجماهير لتحقيق مصالح معينة، كما أنها تقوم بنشر الأخبار والمعلومات التي تخدم مصالح اتجاه معين، وتتفق مع اتجاهات أصحاب وإعلامي الوسيلة، إلا أن النتيجة الأخيرة لا تتفق مع معدلات جدول رقم (٩) والذي أظهرت نتائجه توافر معايير المصدقية في مواقع الصحف الخاصة بعد الثورة.

١١ - مدى مهنية تغطية وسائل الإعلام الخاصة للأحداث السياسية بعد ثورة ٢٥ يناير من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (١٢) مدى مهنية تغطية وسائل الإعلام الخاصة للأحداث السياسية بعد ثورة ٢٥ يناير من وجهة نظر المبحوثين

الأحداث	الوسائل	المصحف الخاصة		الفضائيات الخاصة		مواقع الصحف والقنوات الخاصة الإلكترونية	
		ك	%	ك	%	ك	%
أحداث المليونيات بعد الثورة حتى الآن	مهنية	١٧	٤,٣	٩٥	٢٣,٧	١٨	٤,٤
	إلى حد ما	٢٨٦	٧١,٥	١٦٨	٤٢	١٩١	٤٧,٨
	غير مهنية	٩٧	٢٤,٣	١٣٧	٣٤,٣	١٩١	٤٧,٨
أحداث شارع محمد محمود	مهنية	٠	٠	١٢٠	٣٠	٧٢	١٨
	إلى حد ما	٢٦٤	٦٦	١١٠	٢٧,٥	١٨١	٤٥,٣
	غير مهنية	١٣٦	٣٤	١٧٠	٤٢,٥	١٤٧	٣٦,٨
أحداث مجلس الوزراء	مهنية	٦٢	١٥,٥	٧٥	١٨,٨	١١٦	٢٩
	إلى حد ما	١٨٣	٤٥,٨	١٧٠	٤٢,٥	١٠٨	٢٧
	غير مهنية	١٥٥	٣٨,٨	١٥٥	٣٨,٨	١٧٦	٤٤
أحداث العباسية	مهنية	١٨٩	٤٧,٣	٧٣	١٨,٣	٩	٢,٣
	إلى حد ما	١٨٧	٤٦,٨	٢٠٩	٥٢,٣	٣٢٣	٨٠,٨
	غير مهنية	٢٤	٦	١١٨	٢٩,٥	٦٨	١٧
أحداث ماسبيرو	مهنية	١٦١	٤٠,٣	٦٠	١٥	١٢	٣
	إلى حد ما	١٢١	٣٠,٢	٢٤٤	٦١	٣٠٢	٧٥,٥
	غير مهنية	١١٨	٢٩,٥	٩٦	٢٤	٨٦	٢١,٥
أحداث المحاكمات	مهنية	٢٦٢	٦٥,٥	١٧	٤,٣	٨٨	٢٢
	إلى حد ما	٥٨	١٤,٥	٢٥٤	٦٣,٥	٢٠٣	٥٠,٣
	غير مهنية	٨٠	٢٠	١٢٩	٣٢,٢	١٠٩	٢٧,٣
أحداث السفارة الإسرائيلية	مهنية	١٨٢	٤٥,٥	١٠٦	٢٥,٥	١١١	٢٧,٨
	إلى حد ما	١٣٠	٣٢,٥	١٥٣	٣٨,٢	١٥١	٣٧,٨
	غير مهنية	٨٨	٢٢	١٤١	٣٥,٣	١٣٨	٣٤,٥
انتخابات مجلسي الشعب والشورى	مهنية	٢١١	٥٢,٨	٨١	٢٠,٢	٨٨	٢٢
	إلى حد ما	١١٠	٢٧,٥	٢٣٥	٥٨,٨	١٧٤	٤٣,٥
	غير مهنية	٧٩	١٩,٨	٨٤	٢١	١٣٨	٣٤,٥

٣١,٨	١٢٧	٣٠,٥	١٢٢	٣٨,٥	١٥٤	مهنية	صعود التيار الإسلامي
٣٤,٥	١٣٨	٣١,٥	١٢٦	٢٨	١١٢	إلى حد ما	
٢٣,٨	١٣٥	٣٨	١٥٢	٢٣,٥	١٣٤	غير مهنية	
١٧,٥	٧٠	١٣,٥	٥٤	٤١,٢	١٦٥	مهنية	أحداث بورسعيد
٥١	٢٠٤	٤٠	١٦٠	٣٠,٨	١٢٣	إلى حد ما	
٣١,٥	١٢٦	٤٦,٥	١٨٦	٢٨	١١٢	غير مهنية	
٣٠,٥	١٢٢	١٢	٤٨	٣٣,٢	١٢٣	مهنية	انتخابات الرئاسة
٣٦,٨	١٤٧	٧١,٣	٢٨٥	٣٥,٥	١٤٢	إلى حد ما	
٣٢,٨	١٣١	١٦,٨	٦٧	٣١,٣	١٢٥	غير مهنية	
٧,٢	١٧	١٨,٨	٧٥	٢٧	١٠٨	مهنية	جولة الإعادة في انتخابات الرئاسة
٧٤,٨	٢٩٩	٦٨,٥	٢٧٤	٥٤	٢١٦	إلى حد ما	
٢١	٨٤	١٢,٨	٥١	١٩	٧٦	غير مهنية	
١٥,٢	٦١	٢٠,٢	٨١	٢١	٨٤	مهنية	أحداث السفارة الأمريكية
٤٥,٣	١٨١	٤٩,٣	١٩٧	٣٤,٢	١٣٩	إلى حد ما	
٣٩,٥	١٥٨	٣٠,٥	١٢٢	٤٤,٣	١٧٧	غير مهنية	
١٣,٢	٥٣	٢٩,٨	١١٩	١٧,٥	٧٠	مهنية	الإعلان الدستوري في ٢٢ نوفمبر ٢٠١٢
٤٦	١٨٤	٢٩	١١٦	٣٧,٣	١٤٩	إلى حد ما	
٤٠,٨	١٦٣	٤١,٣	١٦٥	٤٥,٣	١٨١	غير مهنية	
١٢,٢	٤٩	٩,٥	٣٨	١٣,٥	٥٤	مهنية	أحداث قصر الاتحادية
٥٢,٨	٢١١	٣٨	١٥٢	٥٤	٢١٦	إلى حد ما	
٣٥	١٤٠	٥٢,٥	٢١٠	٣٢,٥	١٣٠	غير مهنية	
٣٢	١٢٨	١٩,٨	٧٩	٣٢,٥	١٢٨	مهنية	الجمعية التأسيسية وطرح مشروع الدستور للاستفتاء
٣٤,٥٥	١٣٨	٣٨,٥	١٥٤	٢٦,٨	١٠٧	إلى حد ما	
٣٣,٥	١٣٤	٢٨	١١٢	٤١,٣	١٦٥	غير مهنية	
١٧,٥	٧٠	١٨,٣	٧٣	٣٠,٥	١٢٢	مهنية	الاستفتاء على الدستور بمراحلته
٣٧,٣	١٤٩	٥٢,٣	٢٠٩	٣٧,٧	١٥١	إلى حد ما	
٤٥,٣	١٨١	٢٩,٥	١١٨	٣١,٨	١٢٧	غير مهنية	
٤٠٠							الإجمالي

يتضح من الجدول السابق:.

- أن ٤,٣% من المبحوثين يرون أن الصحف الخاصة تمتعت بالمهنية في تغطيتها لأحداث المليونيوات بعد الثورة حتى الآن، وأن ٧١,٥% يرون أنها إلى حد ما كانت

مهنية، و ٣٤,٣% كانوا معارضين، بينما لم يرى أحداً من المبحوثين أن الصحف الخاصة كانت مهنية في تغطيتها أحداث شارع محمد محمود، وبلغت نسبة من يرون أنها كانت مهنية إلى حد ما ٦٦%، وبلغت نسبة من يرون أنها كانت غير مهنية ٣٤% في تغطية أحداث شارع محمد محمود، ويرى ١٥,٥% أن الصحف الخاصة تمتعت بالمهنية في تغطيتها أحداث مجلس الوزراء، بينما بلغت نسبة من يرون أنها إلى حد ما تمتعت بالمهنية ٤٥,٨%، وبلغت نسبة من يرون أنها كانت غير مهنية في تغطيتها لهذه الأحداث ٣٨,٨%، ويرى ٤٧,٣% أن الصحف الخاصة تمتعت بالمهنية في تغطية أحداث العباسية، ويرى ٤٦,٨% أنها إلى حد ما كانت مهنية، و ٦% يرون أنها كانت غير مهنية، ويرى ٤٠,٣% أنها كانت مهنية في تغطية أحداث ماسبيرو، بينما أن ٣٠,٢% يرون أنها إلى حد ما كانت مهنية، وأن ٢٩,٥% يرون أنها لم تكن مهنية، ويرى ٦٥,٥% أن الصحف الخاصة كانت مهنية في تغطية أحداث المحاكمات، وأن ١٤,٥% يرون أنها كانت مهنية إلى حد ما، و ٢٠% يرون أنها لم تكن مهنية.

بينما يرى ٤٥,٥% من المبحوثين أن الصحف الخاصة تمتعت بالمهنية في تغطية أحداث السفارة الإسرائيلية، وأن ٣٢,٥% يرون أنها كانت مهنية إلى حد ما، وأن ٢٢% يرون أنها لم تكن مهنية، ويرى ٥٢,٧% من المبحوثين أن الصحف الخاصة كانت مهنية في تغطيتها أحداث انتخابات مجلسي الشعب والشورى، و ٢٧,٥% يرون أنها كانت مهنية إلى حد ما، وأن ١٩,٨% يرون أن غير مهنية، كما يرى ٣٨,٥% أن الصحف الخاصة كانت مهنية في تعاملها مع صعود التيار الإسلامي، بينما يرى ٢٨% أنها كانت مهنية إلى حد ما، ويرى ٣٣,٥% أنها لم تكن مهنية، ويرى ٤١,٢% من المبحوثين أن الصحف الخاصة كانت مهنية في تغطيتها أحداث بورسعيد، بينما يرى ٣٠,٨% كانت كانت مهنية إلى حد ما، في حين أن ٢٨% يرون أنها لم تكن مهنية في تغطيتها لهذه الأحداث، ويرى ٣٣,٢% أنها تمتعت بالمهنية في تغطية انتخابات الرئاسة، وأن ٣٥,٥% يرون أنها كانت مهنية إلى حد ما، وأن ٣١,٣% يرون أنها لم تكن مهنية، ويرى ٢٧% من المبحوثين أن الصحف الخاصة تمتعت بالمهنية في تغطية جولة إعادة لانتخابات الرئاسة، وأن ٥٤% يرون أنها كانت مهنية إلى حد ما، و ١٩% يرون أنها لم تكن مهنية، ويرى ٢١% أن الصحف الخاصة كانت مهنية في تغطيتها أحداث السفارة الأمريكية، بينما أن ٣٤,٢% يرون أنها كانت مهنية إلى حد ما، و ٤٤,٣% يرون أنها لم تكن متمعة بالمهنية على الإطلاق.

ويرى ١٧,٥% أنها كانت مهنية في تغطيتها أحداث الإعلان الدستوري في ٢٢ نوفمبر ٢٠١٢، وأن ٣٧,٣% يرون أنها كانت مهنية إلى حد ما، وأن ٤٥,٣% يرون أنها لم تكن متمعة بالمهنية في تناولها لهذه الأحداث، ويرى ١٣,٥% أن الصحف الخاصة كانت مهنية في تغطيتها أحداث قصر الاتحادية، وأن ٥٤% يرون أنها إلى حد ما كانت مهنية، وأن ٣٢,٥% يرون أنها لم تكن متمعة بالمهنية، ويرى ٣٢,٥% أن الصحف الخاصة كانت مهنية في تغطيتها أحداث الجمعية التأسيسية وطرح مشروع الدستور للإستفتاء، وأن ٢٦,٨% يرون أنها إلى حد ما كانت مهنية، وأن ٤١,٣% يرون أنها لم تكن مهنية على الإطلاق، ويرى ٣٠,٥% من المبحوثين أن الصحف الخاصة

تمتعت بالمهنية في تغطيتها أحداث الاستفتاء على الدستور، بينما أن ٣٧,٧% يرون أنها كانت إلى حد ما مهنية، وأن ٣١,٨% يرون أنها لم تكن مهنية في تغطيتها هذه الأحداث. تشير هذه النتائج إلى تباين آراء المبحوثين فيما يتعلق بمدى مهنية الصحف الخاصة في تغطية أحداث ما بعد الثورة، وإن كان أكثرها يرى أنها كانت مهنية في تغطيتها للأحداث، خاصة فيما يتعلق بتغطية أحداث المحاكمات، وأحداث انتخابات مجلسي الشعب والشورى، وأحداث السفارة الإسرائيلية، وأحداث العباسية، وصعود التيار الإسلامي، وانتخابات الرئاسة وجولة الإعادة فيها، والاستفتاء على الدستور بمراحلته، وأحداث بورسعيد، وأحداث قصر الاتحادية، بينما أن هناك أخرى ترى أنها لم تكن مهنية على الإطلاق في تغطية أحداث مثل أحداث شارع محمد محمود، وأحداث المليونات بعد الثورة حتى الآن، وآراء ترى أنها وبنسبة كبيرة كانت غير مهنية في تغطيتها لأحداث الإعلان الدستوري في ٢٢ نوفمبر ٢٠١٢، وأحداث الجمعية التأسيسية وطرح مشروع الدستور للاستفتاء، وأحداث السفارة الأمريكية، وأحداث مجلس الوزراء.

ويرى ٢٣,٧% من المبحوثين أن الفضائيات الخاصة تمتعت بالمهنية في تغطيتها لأحداث المليونات بعد الثورة حتى الآن، وأن ٤٢% يرون أنها إلى حد ما كانت مهنية، و ٣٤,٣% كانوا معارضين، بينما أن ٣٠% من المبحوثين يرون أن الفضائيات الخاصة كانت مهنية في تغطيتها أحداث شارع محمد محمود، وبلغت نسبة من يرون أنها كانت مهنية إلى حد ما ٢٧,٥%، وبلغت نسبة من يرون أنها كانت غير مهنية ٤٢,٥% في تغطية أحداث شارع محمد محمود، ويرى ١٨,٨% أن الفضائيات الخاصة تمتعت بالمهنية في تغطيتها أحداث مجلس الوزراء، بينما بلغت نسبة من يرون أنها إلى حد ما تمتعت بالمهنية ٤٢,٥%، وبلغت نسبة من يرون أنها كانت غير مهنية في تغطيتها لهذه الأحداث ٣٨,٨%، ويرى ١٨,٣% أن الفضائيات الخاصة تمتعت بالمهنية في تغطية أحداث العباسية، ويرى ٥٢,٣% أنها إلى حد ما كانت مهنية، و ٢٩,٥% يرون أنها كانت غير مهنية، ويرى ١٥% أنها كانت مهنية في تغطية أحداث ماسبيرو، بينما أن ٦١% يرون أنها إلى حد ما كانت مهنية، وأن ٢٤% يرون أنها لم تكن مهنية، ويرى ٤,٣% أن الفضائيات الخاصة كانت مهنية في تغطية أحداث المحاكمات، وأن ٦٣,٥% يرون أنها كانت مهنية إلى حد ما، و ٣٢,٢% يرون أنها لم تكن مهنية، بينما يرى ٢٥,٥% من المبحوثين أن الفضائيات الخاصة تمتعت بالمهنية في تغطية أحداث السفارة الإسرائيلية، وأن ٣٨,٢% يرون أنها كانت مهنية إلى حد ما، وأن ٣٥,٣% يرون أنها لم تكن مهنية، ويرى ٢٠,٢% من المبحوثين أن الفضائيات الخاصة كانت مهنية في تغطيتها أحداث انتخابات مجلسي الشعب والشورى، و ٥٨,٨% يرون أنها كانت مهنية إلى حد ما، وأن ٢١% يرون أن غير مهنية.

كما يرى ٣٠,٥% أن الفضائيات الخاصة كانت مهنية في تعاملها مع صعود التيار الإسلامي، بينما يرى ٣١,٥% أنها كانت مهنية إلى حد ما، ويرى ٣٨% أنها لم تكن مهنية، ويرى ١٣,٥% من المبحوثين أن الفضائيات الخاصة كانت مهنية في تغطيتها أحداث بورسعيد، بينما يرى ٤٠% كانت مهنية إلى حد ما، في حين أن ٤٦,٥% يرون أنها لم تكن مهنية في تغطيتها لهذه الأحداث، ويرى ١٢% أنها تمتعت بالمهنية في

تغطية انتخابات الرئاسة، وأن ٧١,٣% يرون أنها كانت مهنية إلى حد ما، وأن ١٦,٨% يرون أنها لم تكن مهنية، ويرى ١٨,٨% من المبحوثين أن الفضائيات الخاصة تمتعت بالمهنية في تغطية جولة الإعادة لانتخابات الرئاسة، وأن ٦٨,٥% يرون أنها كانت مهنية إلى حد ما، و ١٢,٨% يرون أنها لم تكن مهنية، ويرى ٢٠,٢% أن الفضائيات الخاصة كانت مهنية في تغطيتها أحداث السفارة الأمريكية، بينما أن ٤٩,٣% يرون أنها كانت مهنية إلى حد ما، و ٣٠,٥% يرون أنها لم تكن متمتعة بالمهنية على الإطلاق، ويرى ٢٩,٨% أنها كانت مهنية في تغطيتها أحداث الإعلان الدستوري في ٢٢ نوفمبر ٢٠١٢، وأن ٢٩% يرون أنها كانت مهنية إلى حد ما، وأن ٤١,٣% يرون أنها لم تكن متمتعة بالمهنية في تناولها لهذه الأحداث، ويرى ٩,٥% أن الفضائيات الخاصة كانت مهنية في تغطيتها أحداث قصر الاتحادية، وأن ٣٨% يرون أنها إلى حد ما كانت مهنية، وأن ٥٢,٥% يرون أنها أبداً لم تكن متمتعة بالمهنية، ويرى ١٩,٨% أن الفضائيات الخاصة كانت مهنية في تغطيتها أحداث الجمعية التأسيسية وطرح مشروع الدستور للاستفتاء، وأن ٣٨,٥% يرون أنها إلى حد ما كانت مهنية، وأن ٢٨% يرون أنها لم تكن مهنية على الإطلاق، ويرى ١٨,٣% من المبحوثين أن الفضائيات الخاصة تمتعت بالمهنية في تغطيتها أحداث الاستفتاء على الدستور، بينما أن ٥٢,٣% يرون أنها كانت إلى حد ما مهنية، وأن ٢٩,٥% يرون أنها لم تكن مهنية في تغطيتها هذه الأحداث.

نرى أيضاً من خلال هذه النتائج أن القنوات الخاصة إلى حد ما لم تكن مهنية في تغطيتها أحداث قصر الاتحادية، والإعلان الدستوري، وأحداث بورسعيد، وأحداث شارع محمد محمود، وأحداث مجلس الوزراء، وصعود التيار الإسلامي، وأحداث السفارتين الإسرائيلية والأمريكية، بينما ترى آراء أخرى أنها كانت مهنية في تغطية بعض الأحداث مثل أحداث صعود التيار الإسلامي، وانتخابات الرئاسة وجولة الإعادة فيها، والجمعية التأسيسية والاستفتاء على الدستور، وأحداث العباسية وماسبيرو.

• وأن ٤,٤% من المبحوثين يرون أن مواقع الصحف والقنوات الخاصة تمتعت بالمهنية في تغطيتها لأحداث المليونيات بعد الثورة حتى الآن، وأن ٤٧,٨% يرون أنها إلى حد ما كانت مهنية، و ٤٧,٨% يرون أنها لم تكن مهنية، بينما أن ١٨% يرون أن مواقع الصحف الخاصة كانت مهنية في تغطيتها أحداث شارع محمد محمود، وبلغت نسبة من يرون أنها كانت مهنية إلى حد ما ٤٥,٣%، وبلغت نسبة من يرون أنها كانت غير مهنية ٣٦,٨% في تغطية أحداث شارع محمد محمود، ويرى ٢٩% أن مواقع الصحف الخاصة تمتعت بالمهنية في تغطيتها أحداث مجلس الوزراء، بينما بلغت نسبة من يرون أنها إلى حد ما تمتعت بالمهنية ٢٧%، وبلغت نسبة من يرون أنها كانت غير مهنية في تغطيتها لهذه الأحداث ٤٤%، ويرى ٢,٣% أن مواقع الصحف الخاصة تمتعت بالمهنية في تغطية أحداث العباسية، ويرى ٨٠,٨% أنها إلى حد ما كانت مهنية، و ١٧% يرون أنها كانت غير مهنية، ويرى ٣% أنها كانت مهنية في تغطية أحداث ماسبيرو، بينما أن ٧٥,٥% يرون أنها إلى حد ما كانت مهنية، وأن ٢١,٥% يرون أنها لم تكن مهنية، ويرى ٢٢% أن مواقع الصحف الخاصة كانت مهنية في تغطية أحداث المحاكمات، وأن ٥٠,٣% يرون أنها كانت مهنية إلى حد ما، و ٢٧,٣% يرون أنها لم تكن مهنية، بينما يرى ٢٧,٨% من المبحوثين أن مواقع الصحف الخاصة تمتعت بالمهنية في تغطية

أحداث السفارة الإسرائيلية، وأن ٣٧,٨% يرون أنها كانت مهنية إلى حد ما، وأن ٣٤,٥% يرون أنها لم تكن مهنية، ويرى ٢٢% من المبحوثين أن مواقع الصحف الخاصة كانت مهنية في تغطيتها أحداث انتخابات مجلسي الشعب والشورى، و ٤٣,٥% يرون أنها كانت مهنية إلى حد ما، وأن ٣٤,٥١٩,٨% يرون أن غير مهنية.

كما يرى ٣١,٨% أن مواقع الصحف والقنوات الخاصة كانت مهنية في تعاملها مع صعود التيار الإسلامي، بينما يرى ٣٤,٥% أنها كانت مهنية إلى حد ما، ويرى ٣٣,٨% أنها لم تكن مهنية، ويرى ١٧,٥% من المبحوثين أن مواقع الصحف الخاصة كانت مهنية في تغطيتها أحداث بورسعيد، بينما يرى ٥١% كانت كانت مهنية إلى حد ما، في حين أن ٣١,٥% يرون يرون أنها لم تكن مهنية في تغطيتها لهذه الأحداث، ويرى ٣٠,٥% أنها تمتعت بالمهنية في تغطية انتخابات الرئاسة، وأن ٣٦,٨% يرون أنها كانت مهنية إلى حد ما، وأن ٣٢,٨% يرون أنها لم تكن مهنية، ويرى ٧,٢% من المبحوثين أن مواقع الصحف الخاصة تمتعت بالمهنية في تغطية جولة الإعادة لانتخابات الرئاسة، وأن ٧٤,٨% يرون أنها كانت مهنية إلى حد ما، و ٢١% يرون أنها لم تكن مهنية، ويرى ١٥,٢% أن مواقع الصحف الخاصة كانت مهنية في تغطيتها أحداث السفارة الأمريكية، بينما أن ٤٥,٣% يرون أنها كانت مهنية إلى حد ما، و ٣٩,٥% يرون أنها لم تكن متمتعة بالمهنية على الإطلاق.

ويرى ١٣,٢% أنها كانت مهنية في تغطيتها أحداث الإعلان الدستوري في ٢٢ نوفمبر ٢٠١٢، وأن ٤٦% يرون أنها كانت مهنية إلى حد ما، وأن ٤٠,٨% يرون أنها لم تكن متمتعة بالمهنية في تناولها لهذه الأحداث، ويرى ١٢,٢% أن مواقع الصحف الخاصة كانت مهنية في تغطيتها أحداث قصر الاتحادية، وأن ٥٢,٧% يرون أنها إلى حد ما كانت مهنية، وأن ٣٢% يرون أنها لم تكن متمتعة بالمهنية، ويرى ٣٢% أن مواقع الصحف الخاصة كانت مهنية في تغطيتها أحداث الجمعية التأسيسية وطرح مشروع الدستور للاستفتاء، وأن ٣٤,٥٥% يرون أنها إلى حد ما كانت مهنية، وأن ٣٣,٥% يرون أنها لم تكن مهنية على الإطلاق، ويرى ١٧,٥% من المبحوثين أن مواقع الصحف الخاصة تمتعت بالمهنية في تغطيتها أحداث الاستفتاء على الدستور، بينما أن ٣٧,٣% يرون أنها كانت إلى حد ما مهنية، وأن ٤٥,٣% يرون أنها لم تكن مهنية في تغطيتها هذه الأحداث.

كذلك تشير هذه النتائج إلى أن المبحوثين يرون وبنسبة كبيرة أن مواقع الصحف والقنوات الخاصة لم تكن مهنية في تغطيتها للعديد من الأحداث التي وقعت بعد الثورة، وفي مقدمتها أحداث المليونيّات، والاستفتاء على الدستور بمرحلتيه، وأحداث مجلس الوزراء والإعلان الدستوري في ٢٢ نوفمبر ٢٠١٢، وأحداث شارع محمد محمود، وأحداث السفارة الأمريكية، في حين أن آراء قليلة ترى أن مواقع الصحف والقنوات الخاصة كانت مهنية في تغطيتها لبعض الأحداث مثل أحداث الجمعية التأسيسية وطرح مشروع الدستور للاستفتاء، وصعود التيار الإسلامي، وانتخابات الرئاسة، وأحداث مجلس الوزراء.

١٢ - أهم المعايير التي يجب أن تتوفر في الإعلام الخاص بعد ثورة ٢٥ يناير حتى يتمتع بالمصدقية من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (١٣) أهم المعايير التي يجب أن تتوفر في الإعلام الخاص بعد ثورة ٢٥ يناير حتى يتمتع بالمصدقية من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع

الدالة	قيمة z	الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة الإعلام الخاص
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	٠,٧٠١	٧٢,٨	٢٩١	٧٤	١٤٨	٧١,٥	١٤٣	الحيادية
٠,٠٥	٠,٢١٧	٦٢,٥	٢٥٠	٦١	١٢٢	٦٤	١٢٨	الموضوعية
غير دالة	٠,٦١٩	٥٣,٨	٢١٥	٥٢	١٠٤	٥٥,٥	١١١	تتيح المعلومات كاملة
غير دالة	٠,٦٠١	٥٣,٥	٢١٤	٥٣,٥	١٠٤	٥٥	١١٠	التوازن
غير دالة	١,٢٠١	٥٣	٢١٢	٥٠	١٠٠	٥٦	١١٢	الحرية
غير دالة	٠,٥٦١	٥٠	٢٠٠	٤٨	٩٦	٥٢	١٠٤	الواقعية
		٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠		الإجمالي

يتضح من الجدول السابق:

فيما يتعلق بمعايير المصدقية التي يجب أن تتوفر في الإعلام الخاص بعد الثورة: حيث جاءت في مقدمتها الحيادية بنسبة ٧٢,٨%، تلاها الموضوعية بنسبة ٦٢,٥%، تلاها أن تتيح المعلومة كاملة بدون حذف أو إضافة ٥٣,٨%، تلاها التوازن بنسبة ٥٣,٥%، تلاها الحرية بنسبة ٥٣%، وأخيراً الواقعية بنسبة ٥٠%، وهذه النتائج تشير إلى أهمية الحيادية والموضوعية وعدم التحيز حتى تتحقق المصدقية في الإعلام الخاص، إلا أنها تشير أيضاً إلى أهمية الحرية التي يجب أن تمنح للإعلام الخاص، وإن كنا نرى أن هذه الحرية يجب أن تقنن وتفيد بقوانين وأخلاقيات ومسئولية اجتماعية حتى تخرج علينا حرية مسئولة، ورأياً إيجابياً، وفكراً وتوجهاً يسعى للبناء لا الهدم، يلتزم بأخلاقيات دينية وأعراف مجتمعية.

وبصفة عامة تشير النتائج إلى عدم وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث تتعلق بإدراك المبحوثين لمعايير المصدقية في الإعلام الخاص. وتلك النتائج لا تتفق مع ما أشارت إليه حنان سليم بوجود اختلافات ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بإدراك المبحوثين لعناصر مصداقية وسائل الإعلام كمصادر للأخبار^(٩٢)، وما أشار إليه توماس (Thomas, 1998)^(٩٣) حيث أوضح أن متغير النوع كان المتغير الأكثر ارتباطاً بإدراك المصدقية للمصادر الإلكترونية حيث كانت الإناث أكثر إدراكاً لمصدقية الإنترنت عن الذكور.

(ب) اختبار صحة الفروض

الفرض الأول: " توجد علاقة ارتباطيه بين التعرض للصحف الخاصة ومدى تمتع الوسيلة بالمصادقية.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين التعرض للصحف الخاصة ومدى تمتع الوسيلة بالمصادقية، وذلك كما يلي:

جدول (١) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين التعرض للصحف الخاصة ومدى تمتع الوسيلة بالمصادقية

مدى تمتع الوسيلة بالمصادقية			المتغيرات
الدالة	مستوى المعنوية P	معامل ارتباط بيرسون r	
٠,٠٠١	٠,٠٠٠	٠,٥٧٥	التعرض للصحف الخاصة

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين التعرض للصحف الخاصة ومدى تمتع الوسيلة بالمصادقية عند مستوي دلالة (٠,٠٠١).

وبذلك نقبل الفرض الأول القائل: بوجود علاقة ارتباطيه بين التعرض للصحف الخاصة ومدى تمتع الوسيلة بالمصادقية.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطيه بين التعرض للقنوات الفضائية الخاصة ومدى تمتع الوسيلة بالمصادقية.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين التعرض للقنوات الفضائية الخاصة ومدى تمتع الوسيلة بالمصادقية، وذلك كما يلي:

جدول (٢) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين التعرض للقنوات الفضائية الخاصة ومدى تمتع الوسيلة بالمصادقية

مدى تمتع الوسيلة بالمصادقية			المتغيرات
الدالة	مستوى المعنوية P	معامل ارتباط بيرسون r	
٠,٠٠١	٠,٠٠٠	٠,٦٧١	للتعرض للقنوات الفضائية الخاصة

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين التعرض للقنوات الفضائية الخاصة ومدى تمتع الوسيلة بالمصادقية عند مستوي دلالة (٠,٠٠١).

وبذلك نقبل الفرض الثاني القائل: بوجود علاقة ارتباطيه بين التعرض للقنوات الفضائية الخاصة ومدى تمتع الوسيلة بالمصادقية.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطيه بين التعرض لمواقع القنوات والصحف الإلكترونية الخاصة ومدى تمتع الوسيلة بالمصادقية.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين التعرض لمواقع الصحف الإلكترونية الخاصة ومدى تمتع الوسيلة بالمصادقية، وذلك كما يلي:

جدول (٣) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين التعرض لمواقع الصحف الإلكترونية الخاصة ومدى تمتع الوسيلة بالمصادقية

مدى تمتع الوسيلة بالمصادقية			المتغيرات
الدالة	مستوى المعنوية P	معامل ارتباط بيرسون r	
٠,٠٠١	٠,٠٠٠	٠,٦٤١	التعرض لمواقع الصحف الإلكترونية الخاصة

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين التعرض لمواقع الصحف الإلكترونية الخاصة ومدى تمتع الوسيلة بالمصادقية عند مستوي دلالة (٠,٠٠١). وبذلك نقبل الفرض الثالث القائل: بوجود علاقة ارتباطيه بين التعرض لمواقع الصحف الإلكترونية الخاصة ومدى تمتع الوسيلة بالمصادقية.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين على اختلاف متغيراتهم الديموجرافية (النوع - الجامعة - المستوى الاجتماعي والاقتصادي - الانتماء الحزبي والجماعي) وتقييمهم لمصادقية وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير.

(أ) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين على اختلاف النوع (ذكور-إناث) وتقييمهم لمصادقية وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير.

تم استخدام اختبار (T.Test) لقياس الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس تقييمهم لمصادقية وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير وفقاً للنوع.

جدول (٤) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس تقييمهم لمصادقية وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير وفقاً للنوع

النوع	العدد	م	ع	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
الذكور	٢٠٠	١٠٠,٩٨	٧,٦٠	٢,٢١٦	٠,٠٥
الإناث	٢٠٠	٩٩,٣٦	٧,٠١		

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلي وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس تقييمهم لمصادقية وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير وفقاً للنوع، حيث بلغت قيمة "ت" (٢,٢١٦) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠,٠٥).

(ب) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين على اختلاف الجامعة (القاهرة، المنيا، سوهاج، النهضة) وتقييمهم لمصادقية وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير.

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس تقييمهم لمصادقية وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير وفقاً للجامعة.

جدول (٥) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس تقييمهم لمصادقية وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير وفقاً للجامعة

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٨,٦١٥	٣	٢,٨٧٢	١,٩٠٢	غير دلة
داخل المجموعات	٤٨٣,١٩٧	٣٩٧	١,٥١٠		
المجموع	٤٩١,٨١٢	٣٩٩			

تشير نتائج تطبيق اختبار "ANOVA": إلي عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس تقييمهم لمصادقية وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير وفقاً

للجامعة، حيث بلغت قيمة "ت" (١,٩٠٢) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥).

ج) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين على اختلاف المستوي الاجتماعي الاقتصادي (مرتفع، ومتوسط، ومنخفض) وتقييمهم لمصادقية وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير.

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس تقييمهم لمصادقية وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير وفقاً للمستوي الاجتماعي الاقتصادي.

جدول (٦) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس تقييمهم لمصادقية وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير وفقاً للمستوي الاجتماعي الاقتصادي

الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
٠,٠٠١	٩,٦٢٦	٦٠,١٥٥	٣	١٢٠,٣١٠	بين المجموعات
		٦,٢٤٩	٣٩٧	٢٠٠٥,٩٣٧	داخل المجموعات
			٣٩٩	٢١٢٦,٢٤٧	المجموع

تشير نتائج تطبيق اختبار "ANOVA" إلى وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس تقييمهم لمصادقية وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير وفقاً للمستوي الاجتماعي الاقتصادي لصالح الأعلى في المستوي الاجتماعي والاقتصادي، حيث بلغت قيمة "ت" (٩,٦٢٦) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥).

د) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين على اختلاف الانتماء الحزبي والجماعي (السياسي-الديني) وتقييمهم لمصادقية وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير.

تم استخدام اختبار (T.Test) لقياس الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس تقييمهم لمصادقية وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير وفقاً للانتماء الحزبي والجماعي.

جدول (٧) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس تقييمهم لمصادقية وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير وفقاً للانتماء الحزبي والجماعي

النوع	العدد	م	ع	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
السياسي	١٣١	١٠٧,٨٧	٦,٥٤	٢,٠٢٣	٠,٥
الديني	١١٢	١٠٦,٢٨	٥,٧١		

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت" إلى وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس تقييمهم لمصادقية وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير وفقاً للانتماء الحزبي والجماعي، حيث بلغت قيمة "ت" (٢,٠٢٣) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥).

وبذلك نقبل الفرض الرابع جزئياً القائل: بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين على اختلاف متغيراتهم الديموجرافية (النوع - الجامعة - المستوى الاجتماعي والاقتصادي - الانتماء الحزبي والجماعي) وتقييمهم لمصادقية وسائل الإعلام الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية بين متغير الاعتماد علي وسائل الإعلام الخاصة ودرجة الثقة في المضمون المقدم في وسائل الإعلام الخاصة.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين متغير الاعتماد علي وسائل الإعلام الخاصة ودرجة الثقة في المضمون المقدم في وسائل الإعلام الخاصة، وذلك كما يلي:

جدول (٨) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين متغير الاعتماد علي وسائل الإعلام الخاصة ودرجة الثقة في المضمون المقدم في وسائل الإعلام الخاصة

درجة الثقة في المضمون المقدم في وسائل الإعلام الخاصة			المتغيرات
معامل ارتباط بيرسون r	مستوى المعنوية p	الدلالة	
٠,٥٤٣	٠,٠٠١	٠,٠٠١	الاعتماد علي وسائل الإعلام الخاصة

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين متغير الاعتماد علي وسائل الإعلام الخاصة ودرجة الثقة في المضمون المقدم في وسائل الإعلام الخاصة عند مستوي دلالة (٠,٠٠١).

وبذلك نقبل الفرض الخامس القائل: بوجود علاقة ارتباطية بين متغير الاعتماد علي وسائل الإعلام الخاصة ودرجة الثقة في المضمون المقدم في وسائل الإعلام الخاصة.

مناقشة نتائج الدراسة:-

خلصت الدراسة إلى العديد من النتائج، والتي يمكن مناقشة أهمها على النحو التالي:

١. أشارت نتائج الدراسة إلى صحة الفرض الرئيسي للدراسة الذي يشير إلى وجود علاقة ارتباطية بين التعرض لوسائل الإعلام الخاصة ومدى تمتع هذه الوسائل بالمصداقية.
٢. أشارت نتائج الدراسة إلى أن المتغيرات النوعية والديموجرافية للمبحوثين واختلاف مستواهم الاجتماعي والاقتصادي لها تأثير كبير على تقييمهم لمصداقية وسائل الإعلام الخاصة، كما أن هناك تأثير جزئي لمتغير انتمائهم الحزبي أو الجماعي على إدراكهم وتقييمهم لمصداقية هذه الوسائل.
٣. أظهرت النتائج أن الجمهور يعتمد وبدرجة كبيرة على الصحف الخاصة في الحصول على المعلومات والأخبار المختلفة، وفي هذا دلالة واضحة على المكانة التي تتمتع بها الصحف إلى جانب وسائل الإعلام الأخرى، على الرغم من تمتع الوسائل الأخرى بالعديد من الخصائص التي تفتقدها الصحف، وبذلك تختلف هذه النتيجة مع نتيجة حنان سليم^(٩٤) يميلون لإعطاء مصداقية أكثر للقصص الإخبارية التلفزيونية أكثر من الأخبار الصحفية والمواقع الإخبارية بالإنترنت، وقد يعود ذلك إلى تفوق الفضائيات والقنوات التلفزيونية في الفورية في نقل الخبر من موقع الحدث مصحوباً بالأفلام الإخبارية المصورة وهو ما يؤدي إلى شعور المتلقي بالثقة في التغطية التلفزيونية وإحساسه بتميزها بالدقة والموضوعية أكثر من التغطية الصحفية للأحداث والموضوعات. وهو ما أكدته ميتزجير (Metzger, 2003)^(٩٥) حيث أوضح أن التلفزيون يمتلك قدرات فنية وتكنولوجية متمثلة في صور حية وتغطية فورية ومباشرة للأحداث تعطي ثقة للمتلقي في التغطية الإخبارية وهو ما تفتقده الصحافة والإنترنت.
٤. أشارت النتائج إلى أن كثافة التعرض لوسائل الإعلام لا يعنى بالضرورة إدراكاً لمصداقيتها لأن استخدام وسائل الإعلام ليس بالضرورة أن يرتبط بدرجة مصداقية

الوسيلة، وهو ما أثبتته دراسة (Weafer, 1981)^(٩٦)، وإن كانت هذه النتيجة ثبتت عكسها في دراسات أخرى مثل دراسة خالد صلاح^(٩٧) "٢٠٠٥"، ودراسة أيمن أبو زيد^(٩٨) "٢٠٠٦"، ودراسة ماجدة مراد^(٩٩) "٢٠٠٨"، ودراسة حنان سليم^(١٠٠) "٢٠٠٨"، حيث توصلت هذه الدراسات إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين متغير الاعتماد وكثافة التعرض للوسيلة الإعلامية وإدراك الجمهور لمصداقيتها، وأن الجمهور الأكثر تعرضاً أكثر إدراكاً للمصداقية من الجمهور الأقل تعرضاً.

٥. أشارت النتائج إلى أن الإعلام الخاص أصبح بديلاً للإعلام الحكومي من حيث اعتماد الجمهور عليه في الحصول على المعلومات، وبشكل خاص بعد ثورة ٢٥ يناير، ونتيجة للأداء غير المهني للإعلام الحكومي قبل الثورة وفي تغطية أحداث الثورة، وانعكاساً للهجمة الشديدة التي تلقاها الإعلام الحكومي بعد الثورة من الإعلام الخاص، مما أدى إلى الوصول إلى حالة التخبط المهني التي ظهر بها الإعلام الحكومي بعد الثورة، مما حدا بالجمهور إلى اللجوء إلى إعلام الخاص في الحصول على كل ما يحتاجونه من أخبار ومعلومات وتعليقات وتفسير وغيرها، إلا أن الأمر وكما ذكرنا لا يتعلق بالمصداقية بشكل كبير وإنما يتعلق بمدى توافر كل ما هو جديد وحصري للخبر والمعلومة وتوافر التحليلات التي تشبع الحاجات المعلوماتية والمعرفية لهذه القنوات بشكل ومضمون مختلف، كما أن النتائج تدل على أن الإعلام الخاص يفترق في كثير من مواقفه للمصداقية على الرغم من زيادة الاعتماد عليه.

٦. كشفت النتائج عن تأثير نمط الملكية على الأداء المهني لوسائل الإعلام الخاصة، مما يبعدها عن المصداقية المفترض توافرها في الإعلام، إلا أن تبعية هذه الوسائل لملاكها يجعلها غير محايدة، وينسحب هذا الأمر على الإعلاميين العاملين بهذه الوسائل في إطار سياسة وتوجهات المالك، وليس أدل على عدم حيادية الإعلام الخاص في مصر ليس فقط ملكيته الخاصة وإنما ملكيته لرجال أعمال تابعين للنظام السابق الذي قامت الثورة ضده، واستطاع هؤلاء الملاك بما يملكونه من أموال طائلة أن يجذبوا إلى هذه الوسائل إعلاميين مشهورين ولهم ثقلهم، ومعظمهم ثبت ولائهم الشديد للنظام السابق، وهذه النتيجة يمكن تطبيقها على الإعلام الحكومي، والإعلام الحزبي، فتبعية الإعلام للحكومة أو الحزب أو المالك يبعدها عن الحيادية والموضوعية، لأنها تتلون بلون صاحب ملكيتها، وتتوجه بفكره.

٧. كشفت النتائج عن حقيقة أنه من الصعب تعميم معدل المصداقية في وسيلة على أخرى، بدليل اختلاف هذه النتائج مع بعض الدراسات وتلاقيها مع دراسات أخرى، وذلك للعديد من الاعتبارات:

- أ- اختلاف كل وسيلة من حيث النوع والتقنيات ونمط الملكية والإمكانات المتاحة.
- ب- اختلاف العينات التي تؤخذ من خلالها هذه النتائج، فقد تكون العينة ممثلة للقائم بالاتصال، وقد تكون ممثلة للجمهور المشاهد أو القارئ أو المستخدم لتلك الوسيلة، وهم مختلفون من حيث النوع، ودرجة التعليم والثقافة، والتوجهات الفكرية والسياسية والأيدولوجية، واختلاف المناطق الجغرافية التي يقطنون بها أو ينتمون إليها.

ت- اختلاف معايير المصادقية نفسها، فليس هناك اتفاق بين الباحثين أو الإعلاميين على معايير محددة للمصادقية، أو حتى آليات معينة لتطبيقها.

٨. وفي تقييم المبحوثين لوسائل الإعلام الخاصة من حيث تحقق المصادقية فيها، ومدى مهنتيتها في تغطية أحداث ما بعد الثورة، فقد أشارت النتائج إلى أن هناك اختلافاً بين المبحوثين في تقييمهم تبعاً لاختلاف نوع الوسيلة، وتبعاً لاختلاف نوعية الحدث الذي يتم تغطيته وتناوله، وتبعاً للاختلافات والفروق الموجودة بين المبحوثين، وبالتالي فإن التباين في النتائج لا يعطينا دلالة واضحة على مدى توفر المصادقية في وسيلة دون أخرى، أو تحقق المهنية لوسيلة عن أخرى.

٩. ويمكن ترتيب معايير وعوامل المصادقية التي يجب توفرها في الإعلام الخاص بحسب

النوعية- هي كالاتي:

١. الحيادية.

٢. الموضوعية.

٣. تتيح المعلومة.

٤. التوازن.

٥. الحرية.

٦. الواقعية.

١٠. وأخيراً فإنه يجب أن يتحمل الإعلام الخاص قدراً كبيراً من المسؤولية، باعتباره المسئول الحقيقي عن تفاقم الكثير من الظواهر السلبية في المجتمع نظراً لانتهيار مستوى الأداء المهني في وسائل الإعلام من خلال التركيز على الصراعات والسلبيات، وزيادة نغمة التهمك والسخرية، وتدنى مستوى الحوار، علاوة على المساهمة في نشر الأكاذيب والقيم السلبية، والتضحية بالقيم المهنية من دقة وحرص على تحري الحقيقة، هذا إلى جانب المبالغة والتضخيم والتهويل، والتحيز الواضح من جانب القائم بالاتصال، فغابت المهنية، وتوارت المصادقية، وزادت أزمة الثقة من جانب المتلقي الذي ذهب يبحث عن الخبر الصادق والحقيقة الغائبة من خلال مصادر خارجية.

ولكن مهما تعددت الأسباب، وتنوعت المبررات، تظل المصادقية هي القيمة المهنية الرئيسية والمحك الأساسي الذي يجب أن يتمسك به وسائل الإعلام في طرح الأحداث والموضوعات، وإلا واجهت مأزقاً خطيراً تخسر من خلاله دورها ومصادقيتها في المجتمع.

مراجع الدراسة:

- (١) عزة عبد العزيز، مصادقية الإعلام العربي (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ط ١، ٢٠٠٦)، ص ٣٤ .
- (2) Schweiger, M., Odag and Groeben, N. (2004): *Der Dritte Golfkrieg: Zur Glaubhaftigkeit der medialen Berichterstattung*. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research (ISSN 1438-5827).
- (٣) هويدا مصطفى، مصادقية وسائل الإعلام كما تراها النخبة في مصر، دراسة حالة للتغطية الإعلامية للحرب على العراق، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد ٢١ (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، أكتوبر-ديسمبر ٢٠٠٣) ص: ٧٠-٢.
- (4) Fogg, B.J., Kameda, T., Boyd, J., Marshall and et al. (2002): "Stanford – Makovsky web Credibility Study Investigating what Makes Web Sites Credible Today". A Research Report by the Stanford Persuasive Technology Lab. and Makovsky company. Stanford University, Available at www.webcredibility.org.
- (٥) صالح خليل أبو صبيح، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط ١ (عمان: دار المجداولي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦) ص: ٢٢٧.
- (٦) هبة حسين عبد الوهاب، مستويات مصادقية القنوات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفوة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٠) ص: ٩٣.
- (7) Slater, M.D. and Rouner, D. (1996): *How Message Evaluation and Source Attributes may Influence Credibility Assessment and Belief Change*, *Journalism Quarterly* 73, pp. 974-991.I.
- (٨) هبة حسين عبد الوهاب، مرجع سابق، ص ٩٣ .
- (٩) هويدا مصطفى، مرجع سابق، ص ٣ .
- (10) Scherer, H., Froblich, R., Scheufel, B. (2007): *Kriegsberichterstattung in deutschen Qualitätzeitungen. AUFSATZE und Berichte*, *Publizistik*, Hefr, Marz, 152, Jahrgang, 5, 11-32.
- (11) Abel, J.D. and Wirth, M. (1977): *News paper, TV, Credibility for local news*. *Journalism Quarterly*, 54, 371-375.
- (12) Michael, J., Robinson and Kout (1988): *Believability and the Press*, *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 52, No. 2, pp. 114-189, Oxford University Press.
- (13) Moy, P., Torres, M. and et al., (2005): *Knowledge or Trust ? Investigating link ages between Media Reliance and Participation*, *Communication Research*, Vol. 32, No. 1, pp. 59-86.
- (14) Bracken, Cherly Campanella (2006): *Perceived Source Credibility of Local Television News: The Impact of Television Form and Presence*, *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, Vol. 50, No. 4, PP. 723-741.
- (15) Mitzger, M.J. et al. (2003): *"Credibility for the 21 century: Integrity Perceptions on Source, Message and Media Credibility in the Contemporary Media Environment*, *Communication Years Book*, 27 (London: LEA Pub.).
- (16) Johnson, T.J. and Kaye, B.K. (1998): *Cruising is believing? Comparing the Internet and Traditional Sources* *Mass Communication Quarterly*, 75, pp. 325-340.
- (17) Watt, J., Choi, J. and Michael (2003): *Credibility of Internet and Other Media as Sources of Information About the Iraqi war* (Online). Available: www.sbri.rpi.edu/research/doc.
- (18) Johnson, T.J. and Kaye, Op. Cit, P.384 .
- (19) Ibid , P. 384 .
- (20) Mitzger, M.J. Op. Cit, P.384 .
- (21) Schweiger, M., Op. Cit, P.348 .
- (22) Ibid , P. 348 .
- (23) Arol H. Weiss; *What American Leaders Read?* *Public Opinion Quarterly*, Vol. xxxv III, No. 1, spring 1974, PP: 1-22.
- (٢٤) محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الطبعة الأولى (القاهرة: ائدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٣) ص: ١٧.

(25) John Merrill; Good Reporting Can be A Solution to Ethics Problem, Journalism Educator, No. 42, Autumn 1987, PP: 27-29.

(٢٦) هويدا مصطفى: مرجع سابق، ص ١ .

(27) Wanta, Waha, (1997): The Public and the National Agenda, how People Learn About Important Issues, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. Inc.

(28) Schweiger, M., Op. Cit, P.348 .

(29) Kenneth, R., Blake (2002): Has News Paper Credibility Mattered ? A perspective on Media Credibility Debata, Newspaper Research Journal, Vol. 23, No. 1, pp. 73-77.

(30) Davood Mehrabi et al. : News media credibility of the internet and television, European Journal of social sciences, vol.11, no. 1, 2009, available at:

(31) http://www.spra-sy.com/website/?more=3688&category_id=124 .

(32) Wanta, Waha., Op. Cit .

(33) Gaziano, C. and McGrath, K. (1986): Measuring the Concept of Credibility, Journalism Quarterly, 63, 541-462.

(34) Yoshiko, Nozato (2002): Credibility of online Newspapers, Communication and Development Studies Center for International Studies, Ohio University.

(35) Defleur. Melvin and Sandra Ball-Rokeach, Theories of Mass Communication, Fourth Edition, (New York: Longman, 1982) pp. 242-250.

(36) Loges, William . Perception of Threat and System Dependency Relation . In: Communication Research, Vol:1 , 1994 . Pp. 78 – 79 .

(37) McQuail, Denis & Windhal, Suen. Communication Models. (London : Longman, 1993) Pp. 114 – 115.

(٢٨) هيثم الهيتي، الإعلام السياسي والأخباري، (عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٨) ص ص ١٣٢ - ١٣٤ .

(٢٩) محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، (القاهرة: امدار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣م) .

(40) Kennis, Andrew, Theorizing and Historicizing the Media Dependence Model, Conference Papers, Annual Meeting of International Communication Association, 2009,p1-45 .

(41) Pierce, C. John, Lee- Sammons, Lynette, Steger, E. Mary Ann, and Jr. Lovrich, P. Nicholas. "Media Reliance and Public Images of Environmental Politics in Ontario and Michigan". Journalism Quarterly. V. 67. N.4. Winter, 1990. P. 838.

(42) Steve Guo et al. : Credibility , news sources and readership: The case of Hong kong audience , Hong Kong Baptist university, David C.Lam Institute for East-West studies (LEWD) , working paper series, paper no. 95, Jan. 2010

http://www.hkbu.edu.hk/~lewi/WPS/95_Guo_Huang_To_Chan.pdf

٢٠١٢/٢/١

(43) Davood Mehrabi et al., op,cit .

(44) Scherer, H., op,cit. p.5, 11-32.

(45) Kruger, Udo Michael (2007): Infomonitor 2006, Fernschnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und SAT.1, Media Per spektiven, pp. 58-82.

(46) Cassidy, W.P. (2007): Online News Credibility, An Examination of The Perceptions of Newspaper Journalists. Journal of computer-Mediated Communication, Vol. 12, No. 2,(Online) Available <http://jcmc.indiana.edu/vol.12/issue2/cassidy.html>

(47) Bracken, Cherly Campanella (2006): Perceived Source Credibility of Local Television News: The Impact of Television Form and Presence, Journal of Broadcasting and Electronic Media, Vol. 50, No. 4, PP. 723-741.

(48) Zubayr. C., und Gerhard, H. (2006): Tendenzen in Zuschauerverhalten, Media Perspektiven, 4, 187-191.

(49) Watt, J., Choi, J. and Michael (2003): Credibility of Internet and Other Media as Sources of Information About the Iraqi war (Online). Available: www.sbrl.rpi.edu/research/doc.

(50) Kenneth, R., op,cit, pp. 73-77.

(51) Yoshiko, Nozato (2002): Credibility of online Newspapers, Communication and Development Studies Center for International Studies, Ohio University.

(52) Rasha A. Abdulla et al.: The credibility of newspapers, television news, and online news, school of communication, university of Miami, A paper presented to the mass communication and society Division, Association for Education in Journalism and mass communication, annual convention, Miami Beach, FLA, 9 Aug. 2002

<http://com.miami.edu/car/miamibeach1.htm> ٢٠١٢/٢/٢

(53) Osborn, Bradley (2001): Ethics and Credibility in Online Journalism (Online) Available: Bradley Osborn. Com./.../ethics and Credibility, In- Online- Journalism. Doc.

(54) Mineabere Ibelema & Larry Powell , Newspaper research journal, academic journal, winter 2001, vol.22, no.1, p41 available at

<http://connection.ebscohost.com/c/articles/4980565/cable-television-news-viewed-as-most-credible> 2/2/2012

(55) Peterviggo, Jokobsen (2000): Focus on the CNN Effect Misses the Point: The Real Media Impact and Conflict Management is Invisible and Indirect. Journal of Peace Research, Vol. 37, No. 2, Mar. pp. 131-143.

(56) Wolfgang ,Schweiger (2002): Media Credibility Experience 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, 37-59.

(57) Johnson T.J.and Kaye, K., op,cit, Vol. 75, No. 2, 325-340.

(58) Johnson, T.J. and Kaye., op,cit, pp. 325-340.

(59) Friederike, Harmgarth (1997): Wirtschaft und Soziales in Der Politischen Kommunikation, Eine Studie Zur Interaktion Von Abgeordneten und Journalisten, West Deutscher Verlag, 83-89.

(60) Michael, J., Robinson and Kout (1988): Believability and the Press, The Public Opinion Quarterly, Vol 52, No. 2, pp. 114-189, Oxford University Press.

(٦١) شيماء حسن، مصادقية وسائل الإعلام الرسمية في معالجة أحداث الثورة المصرية : دراسة ميدانية على القائم بالاتصال وعينة من طلبة الإعلام بصعيد مصر، ورقة بحثية مقدمة في مؤتمر كلية الإعلام-جامعة الأهرام الكندية، ٢٠١٢.

(٦٢) عبد الجواد سعيد محمد ربيع، العلاقة بين نمطية ملكية الصحف المصرية وحرية التعبير عن الرأي : دراسة مقارنة للصحف القومية والخاصة، بحث مقدم في المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر (الإعلام بين الحرية والمسئولية)، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١-٣ يوليو ٢٠٠٨) ص ص: ٥٦-٥١.

(٦٣) حنان سليم، مصادقية الأخبار في وسائل الإعلام الألمانية، المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، بعنوان "الإعلام بين الحرية والمسئولية"، مايو ٢٠٠٨.

(٦٤) عزة محمد عبد العظيم، مصادقية مصادر الأخبار بين الجمهور الإماراتي: دراسة مقارنة بين الوسائل التقليدية والحديثة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد السابع، العدد الثاني (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يونيو- سبتمبر ٢٠٠٧) ص ص: ٤٤٥-٤٩٥.

(٦٥) أيمن محمود أبوزيد، اعتماد المشاهد المصري على القنوات الفضائية خلال الأزمات، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٦).

(٦٦) ماجدة مراد، مصادقية القنوات الفضائية الإخبارية وعلاقتها برؤية النخبة الجامعية لحرية الإعلام، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، العدد السادس (جامعة عين شمس: كلية التربية النوعية، إبريل ٢٠٠٨) ص ص: ١٥ - ٨٧.

- (٦٧) خالد صلاح الدين، مستويات مصادقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، إبريل - يونيو ٢٠٠٥)، ص ٨٤:١.
- (٦٨) وائل إسماعيل حسن عبد الباري، مصادقية المواقع الإخبارية على الإنترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري، المؤتمر العلمي السنوى الحادى عشر، "ستقبل وسائل الإعلام العربية (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مايو ٢٠٠٥)، ص ٧٦١:٧٩٠.
- (٦٩) عادل عبدالغفار: تقويم الأداء المهني للفنونات الفضائية الإخبارية العربية فى ضوء آراء من النخبة الإعلامية المصرية، بحث مقدم فى المؤتمر العلمى الاول للاكاديمية الدولية لعلوم الإعلام "الفضائيات ومتغيرات العصر" (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، يناير ٢٠٠٥) ص ص: ٣٤٤ - ٣٨٤.
- (٧٠) سهام نصار، تأثير عنصر المصادقية على علاقة الصفوة بالصحافة المصرية، المؤتمر العلمى السنوى التاسع "أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق" (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو ٢٠٠٣)، ص ٣٨٥: ٤٦٦.
- (٧١) هويدا مصطفى، مرجع سابق، ص ص: ١-٧٠.
- (٧٢) عزة عبد العزيز، مرجع سابق.
- (٧٣) عبد الباسط محمد حسن، أصول البحث الاجتماعى، ط٧ (القاهرة، مكتبة وهبة: ١٩٨٠)، ص ١٩٨.
- (٧٤) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، ط ٣ (القاهرة، عالم الكتب: ١٩٩٥)، ص ١٩٧.

(75) Arnold, Edmund : Functional news paper design, harper and row, New york, 1965, p.127.

* تم تحكيم الاستمارة بعرضها على السادة المحكمين الآتية أسماؤهم (طبقاً للترتيب

الأبجدي للأسماء):

- أ.د/ اعتماد خنف معبد
- أ.د/ أمال حسن الغزاوى
- د/ تامر سكر
- أ.د/ محمود حسن إسماعيل
- أ.م.د/ محمد زين عبد الرحمن
- أ.م.د/ محمد على غريب
- د/ مصطفى صابر
- د/ ممدوح عبد الله مكاوى
- د/ هيثم جودة
- أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس .
- أستاذ الإعلام بجامعة الزقازيق .
- مدرس الإعلام بجامعة فاروس بالإسكندرية .
- أستاذ ورئيس قسم الإعلام بجامعة عين شمس .
- أستاذ الإعلام المساعد بجامعة المنيا .
- أستاذ الإعلام المساعد بجامعة الزقازيق .
- مدرس الإعلام بجامعة الزقازيق .
- مدرس الصحافة والرأى العام بجامعة بنى سويف
- مدرس الإعلام بجامعة الزقازيق .

(٧٦) شيماء حسن على، مرجع سابق.

(٧٧) سهام نصار، مرجع سابق.

(٧٨) شيماء حسن، مرجع سابق.

(79) Walfgong, Schweiger, op. cit.

(80) Weafer , Mulder (1981): Alog-linear Analysis of Media Credibility, Journalism Quarterly, Vol. 58, No. 4, p. 635-638.

(82) Margrit and Nobert., Op. Cit .

(٨١) حنان سليم، مرجع سابق.

(84) Rasha A. Abdulla et al, op.cit .

(٨٢) عزة محمد عبد العظيم، مرجع سابق .

(٨٥) خالد صلاح الدين، مرجع سابق.

(٨٦) حنان سليم، مرجع سابق.

(٨٧) عزة محمد عبد العظيم، مرجع سابق.

(88) Micchael J Robinson, op.cit .

(89) Thomas J. Johnson, op.cit .

(٩٠) عبدالجواد سعيد محمد ربيع، مرجع سابق، ص: ٥١-٥٦.

(٩١) وائل إسماعيل حسن عبد الباري، مصادقية المواقع الإخبارية على الإنترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري : المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، "مستقبل وسائل الإعلام العربية، مايو ٢٠٠٥، ص ٧٦١:٧٩٠.

(٩٢) حنان سليم، مرجع سابق، ص ١٢٣٠.

(93) Johnson J. Thomas and Kaye, K. Barbara (1998): *Crusing is Believing? Comparing Internet and Traditional Sources on Media Credibility Measures*, J. and McQuarterly, Vol. 75, No. 2, 325-340.

(٩٤) حنان سليم، مرجع سابق، ص ١٢٣٧.

(95) Mitzger, M.J. et al. (2003): *"Credibility for the 21 century: Integrity Perceptions on Source, Message and Media Credibility in the Contemporary Media Environment, Communication Years Book, 27 (London: LEA Pub.)*.

(96) Weafer , Mulder., op,cit, p. 635-638.

(٩٧) خالد صلاح الدين، مرجع سابق.

(٩٨) أيمن أبوزيد، مرجع سابق.

(٩٩) ماجدة مراد، مرجع سابق.

(١٠٠) حنان سليم، مرجع سابق.