

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة: أ د / محمد المحرصاوي

رئيس التحرير: أ د / غانم السعيد

أ د / محمود الصاوي

نواب رئيس التحرير: أ د / عرفه عامر

د / عبد العظيم خضر

مدير التحرير: د / محمد عبد الحميد

سكرتير التحرير: د / رمضان إبراهيم

توجه المراسلات باسم سكرتير التحرير على العنوان الآتي:

المراسلات: القاهرة: مدينة نصر - كلية الإعلام - جامعة الأزهر

أو على الموقع الإلكتروني للمجلة: <https://jsb.journals.ekb.eg>

العدد الحادي والخمسون (الجزء الثاني): جمادى الأولى ١٤٤٠ هـ - يناير ٢٠١٩م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية : ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: 1110-9297

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفق القواعد الآتية:

- تقبل البحوث للنشر باللغتين العربية والانجليزية.
- تنشر المجلة بحوث معاوني هيئة التدريس كمتطلب للحصول على درجتي الماجستير والدكتوراه.
- تنشر المجلة المقالات العلمية لأعضاء هيئة التدريس بدرجة أستاذ.
- يعتمد النشر على تحكيم اثنين من أساتذة الإعلام في التخصص الدقيق الذي يندرج تحته البحث لتحديد مدى صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مكان آخر.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة ... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر .... ونسخة على C D ، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها .... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر .
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية

- 
- 
- 
- أد / علي عجوة
- أد / حمدي حسن
- أد / محمد معوض
- أد / محمود يوسف
- أد / نجوى كامل
- أد / مرعي مذكور
- أد / جمال النجار
- أد / حسن على
- أد / سامي الشريف
- أد / شريف اللبان
- أد / عبد الصبور فاضل
- أد / خالد صلاح الدين
- أد / عرفة عامر
- أد / حنان جنيد
- أد / سلوى العوادلي
- أد / عبد الرحيم درويش
- أد / رزق سعد عبد المعطي
- أد / محمود عبد العاطي
- 

جميع الآراء الواردة في المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة

## محتويات العدد

٣٩٧

- الصورة النمطية للمرض النفسي بالدراما التلفزيونية وعلاقتها بالوصم الدرامي والاجتماعي لدى الشباب المصري أم.د. مروى ياسين بسيوني

٤٧٣

- معالجة القضايا الاقتصادية في برامج الرأي التلفزيونية المصرية وعلاقتها بتقييم الجمهور للأداء الاقتصادي الحكومي أم.د. ميرال مصطفى

٥٣٣

- استخدام رواد مواقع التواصل الاجتماعي للتثنية والازدواجية اللغوية والحرف اللاتيني وأثاره على اللغة العربية د.د. عبد الحفيظ درويش

٥٨١

- معايير مصداقية المواقع الالكترونية الاخبارية كما يراها الشباب الجامعي وعلاقتها باعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات د. ولاء محمد الناغي

٦٢٩

- إدراك الجمهور المصري لأساليب الخداع الإعلاني للمنتجات التجارية في التلفزيون وتأثيره على قرارات شراءها د. عايدة محمد المر

٦٨٥

- تعرض الجمهور لمضامين المشروعات القومية بالبرامج الحوارية وعلاقته بتكوين الصورة الذهنية للأداء الحكومي المصري (بعد ٣٠ يونيو) د. إيمان سيد علي

٧٣٣

- أساليب مواجهة الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي كما تراها النخبة الإعلامية الأكاديمية: المصرية- والسعودية د. محمد عبد الحميد د. أحمد سامي

٨٠٩

- دور الأنشطة الإعلامية المدرسية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلاب المرحلة الثانوية د. حنان كامل حنفي

## محتويات العرو

٨٤٩

- استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو الإلكترونية وتأثيرها على المفاهيم المجتمعية لديهم  
د. أميرة حسن سالم

٨٩٥

- فاعلية الخطاب الإعلامي الأزهري في مكافحة التعصب الديني وتعزيز التسامح  
د. دعاء عبد الحكم الصعيدي

معايير مصداقية المواقع الالكترونية الاخبارية كما  
يراها الشباب الجامعي وعلاقتها باعتمادهم عليها  
كمصدر للمعلومات

إعداد

د/ولاء محمد محروس عبده الناغي

مدرس الاعلام التربوي

جامعة بورسعيد

## ملخص الدراسة

تهدف الدراسة الكشفي عن معايير مصداقية المواقع الالكترونية الاخبارية كما يراها الشباب الجامعي وعلاقتها باعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات واعتمدت الدراسة على منهج المسح لعينة من الشباب الجامعي بمحافظة بورسعيد بلغ قوامها ٤٠٠ مفردة وتم استخدام اداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج من اهمها:

١- جاءت اهم آليات الحكم على مصداقية المواقع الاخبارية في التالي (من خلال شهرة الموقع) بنسبة ١٩.٤% ثم (من خلال شهادة المقررين الموثوق فيهم) في المرتبة الثانية بنسبة ١٧.٧%، ثم من خلال قدرته على التحديث المستمر) في المرتبة الثالثة بنسبة ١٥%.

٢- تمثلت استجابات الشباب الجامعي لمقياس مصداقية الرسالة في (الاختصار والايجاز دون الاضرار بالمعني) بمتوسط مرجح 2.58، ثم (ينشر تكذيب للأخبار التي يثبت عدم صحتها) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح 2.55 وفي الترتيب الثالث (الالتزام بالدقة والموضوعية في صياغة العنوان والموضوع)، اما عن (مصداقية الوسيلة الإعلامية) فتمثلت في ان المواقع الاخبارية الالكترونية (اسرع الوسائل في نقل الاحداث) حيث جاءت في مقدمة استجابات الشباب الجامعي وبمتوسط مرجح ٢.٥٩، ثم (التحديث المستمر للموقع) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٢.٥٧، ثم (استخدام الموقع للمستحدثات الرقمية والنصوص الفائقة والوسائط المتعددة التي تفقدها الوسائل الإعلامية الأخرى) بمتوسط مرجح ٢.٥١، في حين تمثلت مصداقية القائم بالاتصال في التالي (موضوعية الكاتب بصرف النظر عن انتماءاته وأيدولوجيته السياسية) بمتوسط مرجح ٢.٥٥، ثم (أن يتمتع القائم بالاتصال بشهرة كبيرة) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٢.٤٣

٣- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الصحفية الالكترونية وبين تقييمهم لمصداقيتها

The study aims to reveal the credibility standards of news websites as seen by the university youth and its relationship to their reliance on it as a source of information, The study was based on the survey method of a sample of university youth in Port Said Governorate, which consisted of 400 individuals The questionnaire was used as a data collection tool and : The study reached several results, the most important of which are

1. The most important mechanisms to judge the credibility of news sites in the following (through the celebrity of the site) by 19.4% and then (through the testimony of trusted confidants) in second place by 17.7%, then through its ability to continuously update) in the third place by 15%
2. The responses of the university youth to the credibility of the thesis were (abbreviation and summary without damaging the meaning) with a weighted average of 2.58, then (published a denial of the news proved

To be incorrect) in second place with a weighted average of 2.55 and in third place (commitment to accuracy and objectivity in the formulation of the title and subject) as for (the credibility of the media) was represented in the electronic news sites (the fastest means in the transmission of events), where came at the forefront of the responses of

University youth and a weighted average of 2.59. Then (continuous updating of the site) in second place with a weighted average of 2.57, then (the use of the site for digital updates and super texts and multimedia lost by other media) with a weighted average of 2.51, while the credibility of the contactor in the following (objectivity of the author

Regardless of his affiliation and Political ideology) with a weighted average of 2.55, Then (the contactor has a big celebrity) in second place with a weighted average of 2.43

- ٣ There is a statistically significant relationship between the degree of dependence of university youth on electronic press sites and their assessment of their credibility

أسهمت التكنولوجيا الحديثة بفضل آلياتها المتعددة عبر شبكة الانترنت في زيادة الاتجاه الي استخدامها وتوظيفها من قبل الفئات الاجتماعية المختلفة وفي شتي مناحي الحياة والتي انعكست بدورها على وسائل الاعلام واسفرت عن وسائل اعلامية رقمية جديدة ساهمت بشكل كبير في زيادة الاتصال والتفاعل بين افراد المجتمع معلنة في ذلك انهيار المسافات بين البشر وقدرتها الفائقة على النقل الحي للحدث والنقل السريع للمعلومات عبر وسائط متعددة واتاحة التفاعل المباشر بين المرسل والمستقبل بالإضافة للجمع بين خصائص وسائل الاتصال الشخصي والجماهيري والكونية واللاتزامنية.

واستطاعت المواقع الالكترونية الاخبارية ان تستفيد من تلك الامكانيات وتجمع بين خصائص الصحافة التقليدية والتقنيات الالكترونية التي تناسب الفضاء الالكتروني واطافة لنفسها سمات تميزت بها من حيث السرعة والسهولة وتوفير الخدمات التفاعلية المتنوعة للمستخدم بالإضافة لتمتعها بقدر كبير من حرية التناول بعيدا عن حراس البوابة وهو ما جعلها مواكبة لسرعة الاحداث والتحولات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي يشهدها العالم ومنها مصر .

وبالرغم من إيجابياتها وقدراتها الفائقة في النقل السريع للمعلومات إلا أنها طرحت العديد من الاشكاليات البحثية المعنية بمصداقية هذه الوسائل خاصة في ظل الزيادة المضطربة لمستخدميها، وفي ظل التنافس بين المواقع الصحفية لتحقيق عنصر الانفراد والسرعة في نقل الاخبار وهو ما جعلها تواجه تحديا صعبا امام اثبات وجودها على الشبكة العنقودية دون النظر لصحة ما تتناوله وبين معايير وممارسات واخلاقيات العمل الصحفي ومعايير مصداقية صناعة الخبر والتي تمثل المتغير الاساسي لمستهلك الاخبار في اختياره لمصدر معين أو اعتماده على وسيلة معينة أو عزوفه عنها لعدم ثقته فيها .

وواجهت مصداقية المواقع الالكترونية الاخبارية العديد من الشكوك والتراجع في ظل المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة وتضارب المعلومات حول الحدث الواحد وزيادة التباعد في التناول الاعلامي بين شدة المعارضة وشدة التأييد للقضية المطروحة والتي قد تصل بنا في بعض الاوقات الي مرحلة التضليل الاعلامي، ولم يتوقف الامر هنا عند البحث عن الاخبار والمعلومات بل نشرها وتبادلها مع الاخرين من مستخدمي الوسيلة خاصة وان الافراد في عصر الاعلام الرقمي اصبحوا مصدرا للأخبار بأنفسهم ويستطيعون الوصول مع اعداد غير محدودة دون التأكد من صحة تلك الأخبار وهو ما يمثل خطورة فيما يمكن ان تحققه من تأثيرات على المتلقين في

تشكيل المواقف الخاطئة واثارة المخاوف وعدم استقرار المجتمع وفي كثير من الاوقات قد تساهم في صنع الازمات ومن ثم تكمن اهمية المصداقية في كونها المحدد الاساسي في عملية اقتناع الافراد وتشكيل معارفهم واتجاهاتهم نحو القضايا المختلفة.

ولقياس المصداقية لابد من رصد عدة عوامل بعضها يتعلق بالمصدر الصحفي (الكاتب، الصحفي) نفسه مثل الذكاء والكفاءة والخبرة و والاستقامة الشخصية والسمات الشخصية الجذابة وبعضها يتعلق بالرسالة من الدقة والشفافية والوضوح والتوازن والامانة والعدالة والتوثيق والتغطية الاعلامية المتميزة وبعضها يتعلق بالوسيلة وقوانينها وخصائصها

وقد تباينت نتائج الدراسات حول مصداقية المواقع الالكترونية الاخبارية فالبعض اكد على ان المواقع الصحافية تفقد المصداقية في تغطيتها الصحفية وتناولها للأحداث وتحيزها بالإضافة الي غياب الموضوعية في اطرها الخبرية(صادق، ٢٠١٤، ص ٢٢٨). في الوقت التي اشارت فيه دراسات اخري الي ارتفاع معدل استخدام المواقع الالكترونية الاخبارية واعتبارها الاكثر مصداقية من الصحف والتلفزيون لما يتاح لها من حرية العرض وحيادية التداول وتوافر الفاعلية (حسن، ٢٠١٥، ص ٢٣٧- ٢٣٨) (Ann, ٢٠١٢، p١١٦)

وقد يرجع السبب في الاختلاف على قدرة ادراك الافراد كمستخدمين لمكونات ومعايير المصداقية التي يجب توافرها في المواقع الالكترونية الاخبارية، وقدرته على تصنيف وانتقاء المصادر الاعلامية، ومن ثم فبالرغم من اختلاف نتائج الدراسات حول درجة مصداقية تلك المواقع الا أنها اصبحت مصدرًا مهمًا للمعلومات والمعرفة التي لا يمكن الاستغناء عنها بالنسبة للجمهور عامة والشباب الجامعي بصفة خاصة باعتباره الاكثر استخداما لتلك المواقع، وباعتباره الفاعل في اختيار وتحديد المصادر والمضامين والوسائل الاعلامية التي يعتمد عليها كمصدر لحصوله على المعلومات.

ولذا وجدت الباحثة اهمية خاصة في دراسة (معايير مصداقية المواقع الالكترونية الاخبارية كما يراها الشباب الجامعي وعلاقتها باعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات)

### مشكلة الدراسة:

اتاحت التكنولوجيا الجديدة للإعلام قيادة عملية التغيير في وسائل الاعلام السائدة والتأثير في اجندتها الاعلامية واسلوب عملها وعرضها للمادة الاعلامية من خلال توظيفها لتقنيات الوسائط المتعددة في مواقعها الالكترونية بشكل لحظي، فضلا عن المساهمة في تحقيق تغيير ملموس في حضور النخب الناشئة في المجالات السياسية والاقتصادية في المجتمع لطرح افكارها الحبيسة التي لم تجد منفذا للنشر في الاعلام التقليدي(اللبان، ٢٠١٤، ص ١١٦).

الا ان تنامي الدور التكنولوجي وسرعته تسببت في ازمة واضحة للعمل الاعلامي سواء في صناعة الاخبار أو تداولها وتحليلها في ظل غياب ميثاق الشرف الاعلامي والمعايير الاعلامية



المنظمة للفضاء الالكتروني سواء كان ذلك بقصد من القائمين على اعداد المادة الاعلامية بما يخدم توجهاتهم واهدافهم بهدف خلق قنوات وازرع افكار وايديولوجيات تخدم اهدافهم أو بدون تعتمد نتيجة للسرعة وعدم تحري الدقة في عرض المادة الاعلامية لمواكبة سرعة الوسيلة، فاختلط الامر حول تلك المواقع باعتبارها مصدر هام للمعلومات لا يمكن الاستغناء عنه وبينها وسيلة تساعد في نشر الاشاعات والاكاذيب والخطر الاكبر في ذلك هو عندما تغيب معايير المصادقية عن الشباب المستهدف من تلك المواقع.

ومن خلال متابعة الباحثة للتراث العلمي وجدت اهتمام خاص بدراسة مصادقية وسائل الاعلام في الدراسات الاجنبية لما لها من تأثير على نظرة الفرد وتشكيل الرأي العام للقضايا والموضوعات وكذلك مساهمتها في اتخاذ القرارات الملائمة في المواقف المجتمعية حيال الموضوعات والقضايا والاحداث، اما الدراسات العربية فما زالت تحتاج للعديد من الدراسات حول قضية المصادقية خاصة في المجتمعات النامية التي مازالت تعاني من غياب ثقافة التعامل مع الوسائل التكنولوجية الحديثة وتعاني من تهيمش الضوابط المهنية للعمل الاعلامي. وهو الامر الذي دفع الباحثة للتساؤل هل يبحث الشباب الجامعي عن المعلومات في المواقع الالكترونية الاخبارية التي تتوافر فيها درجات من المصادقية معتمدا في ذلك على معايير يضعها حول المواقع ام يقع فريسة لتصديق كل ما يراه عبر المواقع الالكترونية.

ويمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي  
ما معايير مصادقية المواقع الصحفية الالكترونية كما يراها الشباب الجامعي وعلاقتها باعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات؟

### اهمية الدراسة:

تستمد الدراسة اهميتها من اهمية:

1. المصادقية باعتبارها احد المتغيرات الرئيسية في تأثيرات وسائل الاعلام على الجماهير والمساهمة في تشكيل معارفهم واتجاهاتهم وسلوكياتهم اتجاه القضايا والموضوعات والاحداث المثارة عبر الوسائل الاعلامية المختلفة
2. دراسة وتصنيف المواقع الاخبارية الالكترونية وفقا لمعايير المصادقية ومدى التزامها بالمعيار المهنية الاعلامية من وجهة نظر الشباب الجامعي باعتبارها احد الوسائل الاعلامية الحديثة نسبيا وباعتبارها مصدر هام من مصادر المعلومات لديهم..
3. الفئة العمرية (الشباب الجامعي) باعتباره العنصر النشط والفاعل في استخدام المواقع والاعتماد عليها، كما انه في هذه المرحلة يكون لدى الشباب درجة من الاهتمام بالقضايا والموضوعات السياسية والاجتماعية ومتابعة الاحداث الجارية
4. تفيد نتائج هذه الدراسات القائمين على اصدار المواقع الالكترونية الاخبارية في الوقوف على

اهم العوامل المؤثرة على مصداقية الاخبار في المواقع كما يعكسها مستخدمين الموقع  
 ٥. دراسة واختبار وعي الشباب الجامعي بمفهوم المصداقية الاعلامية ومعاييرها ومدى التزام  
 المواقع الاخبارية بها حتي ينتثى لهؤلاء الشباب تمييز ما يستخدمونه من معلومات في فترات  
 انتشرت فيها الاخبار والمعلومات المضللة والشائعات.

### أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة التعرف على معايير مصداقية المواقع الاخبارية الالكترونية كما يراها الشباب  
 الجامعي وعلاقتها باعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات ويندرج تحت هذا الهدف الرئيسي عدة  
 اهداف فرعية:

- ١- التعرف على انماط استخدام الشباب الجامعي للمواقع الاخبارية الالكترونية
- ٢- الكشف عن درجة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الاخبارية الالكترونية كمصدر  
 للمعلومات
- ٣- التعرف على درجات مصداقية المواقع الاخبارية الالكترونية كما يراها الشباب الجامعي
- ٤- الكشف عن اهم معايير مصداقية المواقع الاخبارية الالكترونية من وجهة نظر الشباب  
 الجامعي لتقييمهم لهذه المواقع.
- ٥- دراسة العلاقة بين المتغيرات الديمغرافية للشباب الجامعي (النوع -المستوى الاقتصادي  
 والاجتماعي - طبيعة دراسة الكلية) وبين اعتمادهم على المواقع الاخبارية الالكترونية  
 كمصدر للمعلومات

### تساؤلات الدراسة:

- ما مدى مصداقية المواقع الاخبارية الالكترونية من منظور الشباب الجامعي وعلاقتها بدرجة  
 اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات ؟  
 وينبثق من هذا التساؤل الرئيسي عدة اسئلة فرعية منها:
- ١- ما انماط استخدام الشباب الجامعي للمواقع الاخبارية الالكترونية
  - ٢- ما درجة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الاخبارية الالكترونية كمصدر للمعلومات
  - ٣- ما درجة مصداقية الشباب الجامعي للمواقع الاخبارية الالكترونية
  - ٤- ما العوامل التي تؤثر على مصداقية المواقع الاخبارية الالكترونية من منظور الشباب  
 الجامعي
  - ٥- ما المشكلات التي تؤثر على استخدام الشباب الجامعي للمواقع الاخبارية الالكترونية
  - ٦- ما درجة الثقة التي يعطيها الشباب الجامعي للمواقع الاخبارية الالكترونية
  - ٧- ما المعايير التي يستند اليها الشباب الجامعي في تقييم مصداقية المواقع الاخبارية  
 الالكترونية.

## فروض الدراسة :

- ١- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الصحفية الالكترونية وبين تقييمهم لمصداقيتها
- ٢- توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي للمواقع الاخبارية الالكترونية وبين اعتماد الشباب الجامعي عليها كمصدر للمعلومات
- ٣- توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام الشباب الجامعي للمواقع الاخبارية الالكترونية وبين اعتماد الشباب الجامعي عليها كمصدر للمعلومات.
- ٤- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الالكترونية الاخبارية وبين درجة ثقتهم بها
- ٥- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الاخبارية الالكترونية وفقا للعوامل الديمغرافية (النوع - المستوى الاقتصادي والاجتماعي - طبيعة الدراسة )

## الدراسات السابقة:

من خلال اطلاع الباحثة على العديد من الدراسات السابقة امكن تقسيمها الي محورين رئيسين  
المحور الاول: تناولت مصداقية وسائل الاعلام  
المحور الثاني: تناولت اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الاخبارية كمصدر للمعلومات

## اولا: دراسات تناولت مصداقية وسائل الاعلام

دراسة (عبد الباري، ٢٠٠٥) هدفت التعرف على العلاقة بين مصداقية المواقع الإخبارية على الإنترنت ومستقبل الصحافة المطبوعة في مصر كما يراها الجمهور المصري و استخدام منهج المسح الإعلامي لعينة عمدية من الجمهور المستخدم لشبكة الإنترنت قوامها ٢٥٠ مفردة ، وانطوت أهم نتائج الدراسة على تصفح (٧٤.٣ %) للمواقع الإخبارية بشكل دائم ومستمر مقابل (٢٥.٧ %) وأكدت الدراسة على ان المواقع الاخبارية ذات مصداقية مرتفعة للمبوحثين وقد أعرب ٥٤.٣ % من المبوحثين عن اعتقادهم بأن المواقع الإخبارية أكثر مصداقية من الصحف المطبوعة وذلك باختبار معايير المصداقية التالية:- الموضوعية، الدقة، الفورية وجودة المحتوى.

اما دراسة (صلاح الدين، ٢٠٠٦) سعت الي تحديد مستويات مصداقية وسائل الاعلام المصرية لعينة من الجمهور المصري لعدد من القضايا من خلال مستويين الاول يتعلق بالتصديق العام من قبل الجمهور لوسائل الاعلام والمستوي الفرعي يتعلق بمقارنة المصداقية بين الوسائل التقليدية والحديثة كما تم رصد وتحديد المتغيرات المؤثرة على مصداقية وسائل الاعلام، وطبقت الدراسة على عينها قوامها (٣٠٠) مبوحث، واستخدم المنهج الوصفي واعتمد على اداة الاستقصاء

وتوصلت الدراسة لعدة نتائج اهمها: ان الجمهور المصري يقيم وسائل الاعلام التقليدية(الصحف والتلفزيون والاذاعة) بوصفها اكثر مصداقية مقارنة بالوسائل الحديثة المتمثلة في المواقع الالكترونية المصرية في معالجتها للقضايا، واكدت على وجود علاقة ارتباطية بين اعتماد الجمهور على الوسيلة وقدر الثقة التي يعطونها للوسيلة، كما ابرزت النتائج عن اهمية البعد التاريخي في تقييم الجمهور للأداء الاعلامي لوسائل الاعلام.

وقارنت دراسة (عبد العظيم، ٢٠٠٦) في مستوى ادراك الجمهور الاماراتي لمصداقية وسائل الاعلام التقليدية والحديثة لدى عينة من الجمهور الإماراتي باستخدام مقياس للمصداقية وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٢١٦)مبحوث واستخدمت في ذلك اداة الاستقصاء، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها: جاءت الصحف والتلفزيون اكثر مصداقية من الانترنت لدى المبحوثين، كما اكدت الدراسة على وجود علاقة بين درجة اعتماد الجمهور على الوسيلة الاعلامية وتقييمهم لمصداقيتها كمصدر للأخبار، واكدت على وجود ثلاث محددات للحكم على المصداقية تمثلت في الاهتمام بالمجتمع والثقة في الوسيلة والحرفية في الاداء الاعلامي

في حين ركزت دراسة (Karlsso، ٢٠٠٧) على تأثير فورية الاخبار على مصداقية الاخبار ودقتها وطبقت الدراسة على اربعة مواقع الكترونية لصحف قومية واسفرت الدراسة على ان الفورية لم تؤثر على مصداقية وجودة الاخبار بل ساهمت في تدعيم التواصل بين القراء والصحفيين وان امكانيات الانترنت ساعدت في اجراء التحديث المستمر التي افتقرته الصحف المطبوعة.

ورصدت دراسة، (William ٢٠٠٧)) كيفية تقييم الصحفيين لمصداقية الاخبار على شبكة الانترنت لعينة قوامها (٢٧١) من الصحفيين العاملين بالصحف الورقية والصحف الالكترونية بالولايات المتحدة الامريكية وكولومبيا والتعرف على مدى تأثير الدور المهني على ادراكهم لهذه المصداقية واعتمدت الدراسة على اربع مكونات اساسية للمصداقية (الثقة والدقة والشمول والعدالة)وتوصلت الدراسة الى: أن المبحوثين العاملين بالصحف الالكترونية قد قيموا اخبار الانترنت كأكثر مصداقية من تقييم الصحفيين العاملين بالصحف المطبوعة وعلي العكس اشار المبحوثين العاملين بالصحف المطبوعة لارتفاع مصداقيتها مقابل العاملين بالصحف الالكترونية.

بينما استهدفت دراسة (سليم، ٢٠٠٨) التعرف على عناصر مصداقية الاخبار في وسائل الاعلام لدى الجمهور الألماني وتقييم تلك المصداقية بين الوسائل التقليدية والحديثة وطبقت الدراسة على عينة قوامها (١١٣) مبحوث من الجمهور الالمانى. واستخدمت في ذلك أداة الاستقصاء، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها، أن الجمهور الألماني يقيم الصحف والتلفزيون كأكثر مصداقية من الانترنت، كما أكدت الدراسة على وجود علاقة بين كثافة التعرض للمضمون

الإخباري وبين ادراك المبحوثين لعناصر المصادقية، وارجع المبحوثين اختيارهم للصحف الاكثر مصادقية الي مصادقية الكاتب والموضوعية في تناول الموضوعات

واظهرت دراسة (Mehrab, Abu Hassan, Shahkat, ٢٠٠٩) العوامل المؤثرة على مصادقية الاخبار في وسائل الاعلام (الانترنت، التلفزيون). واستخدمت الدراسة اداة الاستبيان وتوصلت الدراسة لعدة نتائج اهمها:

- اهم العوامل المؤثرة على مصادقية الاخبار هي الوضوح وعدم التحيز والدقة والثقة والنزاهة بالإضافة الى الفورية والتكاملية  
- وجود علاقة بين بروز القضايا الاعلامية والاعتماد على الانترنت والتلفزيون كمصدر للأخبار واكدت على ان التلفزيون اكثر مصادقية في نقل الاخبار من الانترنت.

بينما دراسة (Dochterman, Stamp, ٢٠١٠) اوضحت ان حكم مستخدمي الانترنت لمصادقية الوسائل الالكترونية يرجع ال عدة عوامل منها تصميم الصفحات الالكترونية والسلطة التابعة لها ودوافع المستخدم ومدى سهولة استخدام الوسيلة بالإضافة الي المعتقدات الشخصية للمستخدم حول الوسيلة التي يستخدمها.

واكدت دراسة Lee ، ، (Park, Young, Cameron - ٢٠١٠) في نتائجها على ان استخدام الفيديوها والميديا المتحركة ادي الي ارتفاع الحكم لصالح المصادقية واعتبارها اخبار تقع تحت قيم مراعاة الصدق والشفافية حتي في حالة عدم ذكر المصادر.

واهتمت (النجار، ٢٠١١) بتوضيح درجة مصادقية المواقع الصحفية الالكترونية من منظور الصفة الاعلامية وعلاقتها بدرجات الاعتماد عليها وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها واستخدام اداة الاستقصاء، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج من اهمها:

ارتفاع درجة الاعتماد على المواقع الصحفية الالكترونية وفقا لنتائج المبحوثين وان اهم العوامل التي تؤثر على ثقة ومصادقية المواقع الصحفية تمثلت في شهرة الموقع ثم الموضوعية والحيادية التي تلتزم بها المواقع في تناول الاحداث.

وهدفتم دراسة (موسى، ٢٠١٣) رصد العلاقة بين اساليب تصميم المواقع الاخبارية ومصادقيتها كما يراها الجمهور، واستخدمت الباحثة المنهج التجريبي وتوصلت الى عدة نتائج منها:

- ان مصادقية الموقع الإخباري الإلكتروني تتأثر بوجود كل من الوسائط المتعددة وادوات التفاعل والروابط الفائقة

اما دراسة (الرافعي، ٢٠١٤) فسعت الي التعرف على مؤشرات وعناصر مصادقية تغطية مواقع الصحف الالكترونية المصرية ومحدداتها بالتطبيق على (بوابة الاهرام الالكترونية - بوابة

الوفد الالكترونية - بوابة مصراوي) وعينة من مواقع الحركات السياسية (موقع بوابة حركة شباب ٦ ابريل - بوابة اشتراكي - شبكة رصد الاخبارية.

كما هدفت الدراسة الى رصد وتوصيف رؤية النخبة المصرية للمصداقية على شبكة الانترنت والتعرف على العوامل المؤثرة عليها، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها (٢٠٠ مفردة) من النخبة المصرية مستخدمة اداة تحليل المضمون والاستبيان والمقابلة المقننة وتوصلت الدراسة الى:

ان جاء ادراك النخبة المصرية لمستوى مصداقية شبكة الانترنت الأعلى مصداقية بين الوسائل الاخرى بنسبة ٥٠.٥% يليه مصداقية الصحف بنسبة ٤١.٥%

وقامت دراسة (المقدم، ٢٠١٦) بالتعرف على انماط استهلاك الاخبار والمعلومات عبر تطبيقات الهاتف الخليوي الذكي وعلاقته بتقييم مصداقية الجمهور للمعلومات والاخبار التي تصلهم عبره واستخدمت في ذلك نظريتي الشبكات الاجتماعية ونشر المستحدثات واستخدمت المنهج شبه التجريبي، وتوصلت لعدة دراسات منها تفضيل الجمهور لاستخدام تطبيقات الهاتف الخليوي في الحصول على المعلومات وارجعوا ذلك لسهولة وسرعة الاستخدام وبالرغم من ذلك انخفضت مصداقيتهم لهذه الاخبار والمعلومات.

ورصدت دراسة (التوأم، ٢٠١٦) المواقع الاخبارية التي يتابعها النخب ومدى توافر مؤشرات المصداقية بها وعلاقة ذلك بدرجة التنافر المعرفي

وطبقت الدراسة على عينة عمدية من النخبة الاكاديمية بالجامعات المصرية قوامها ١٤٧ وتم تطبيقها عن طريق الاستقصاء عن طريق البريد الالكتروني، وتوصلت لعدة نتائج منها: جاءت في مقدمة مؤشرات المصداقية من وجهة نظر النخبة الاكاديمية متمثلة في الفورية في نقل الحدث تلاها وجود تعليق أو رد على الخبر ثم امكانية مشاركة الخبر عبر شبكات التواصل الاجتماعي اما المؤشرات التي جاءت متأخرة تمثلت في التواصل مع الكاتب، البعد عن الاثارة، تقديم الخبر كما يحدث في الواقع، وجود ارشيف، التوازن في عرض وجهات النظر.

وتوصل الي ان التوجه الايديولوجي احدي معايير المصداقية التي تستند اليها النخبة للحكم على صحة الاخبار من وجهة نظرهم. وان حالة التنافر المعرفي يزداد لدي المبحوثين في حالة تعرضهم لأخبار لا يعتقدون صحتها

واسهمت دراسة (Keya, Johnson, ٢٠١٧) في التعرف على قياس مصداقية مصادر المعلومات السياسية الالكترونية لدى مستخدمي الانترنت اثناء الانتخابات الرئاسية وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٤٤٢) مبحوثاً من مستخدمي الانترنت واستخدمت اداة الاستقصاء وتوصلت الدراسة الى: جاء مصادر المعلومات الالكترونية اكثر مصداقية كمصدر للمعلومات السياسية من وسائل الاعلام التقليدية.

## المحور الثاني: الخاص بعلاقة الشباب الجامعي بالمواقع الاخبارية

دراسة (Nozato, ٢٠٠٢) حيث اشارت الدراسة الى تقييم الطلاب لمصداقية الاخبار بالصحف الالكترونية والصحف المطبوعة واجريت الدراسة على عينة قوامها ١٠٠ مفردة من طلاب جامعة اوهايو بالولايات المتحدة الامريكية وتكون المقياس من ١٤ عامل منها (الخبرة والشهرة والعدالة والحالية والدقة والثقة بالمصدر والعمق والاطر الخبرية والتفاعلية) باعتبارها متغيرات لها تأثير على مصداقية المواقع، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج من اهمها:

ارتفاع مصداقية الاخبار في الصحف الالكترونية لدى المبحوثين، واكدت الدراسة على ان هناك علاقة ارتباطية ايجابية بين معدل استخدامهم للصحف الالكترونية واتجاهاتهم نحو مصداقية الاخبار في الصحف الالكترونية

وهدف (دراسة ابو وردة، ٢٠٠٨) الي التعرف على تحديد العلاقة بين المواقع الالكترونية الفلسطينية والتوجهات والانتماءات السياسية لدي الطلبة على الطلبة وطبقت الدراسة على عينة من طلبة جامعة النجاح الوطنية واستخدمت اداة الاستبيان وتوصلت الي ان المواقع الالكترونية الاخبارية الفلسطينية تقدم كم هائل من المعلومات عن الاحداث من وجهة نظر المبحوثين، كما اثبت النتائج ان لهذه المواقع دور واضح في الاستقطاب السياسي للطلبة الفلسطينيين واسهمت في زيادة حدة الخلافات الداخلية والانقسامات في الساحة الجامعية

وتناولت دراسة (خليف، ٢٠١٢) تقييم درجة اعتماد الشباب المغتربين المصريين على المواقع الاخبارية في احداث ثورة ٢٥ يناير والتأثيرات الناتجة من هذا الاعتماد، وطبقت الدراسة على عينة عمدية من الشباب المصري المغترب في النمسا بلغ قوامها ١٠١ وتوصلت الدراسة الي ان الشباب المصريين المغتربين يعتمدون على المواقع الاخبارية في الحصول على المعلومات عن احداث ٢٥ يناير بدرجة مرتفعة وجاءت التأثيرات المعرفية في مقدمة تأثيرات الاعتماد لديهم

## التعليق على الدراسات السابقة:

١- تعددت المفاهيم الخاصة بالمصداقية ولم يتم وضع تعريف محدد للمصداقية فبالبعض ربط التعريف بتوافر عناصر المصداقية والبعض اعتبر الصفات والمعايير اهم مقومات التعريف ولذا فلم يتم الاستناد على مقياس موحد لقياس المصداقية

٢- ركزت دراسات المصداقية على:

- اهتمام الدراسات الاجنبية بقياس المصداقية بوسائل الاعلام الجديد مثل (تويتر - المدونات - المواقع الالكترونية -مواقع التواصل الاجتماعي) في حين ركزت بعض الدراسات العربية على قياس مصداقية وسائل الاعلام الجديد بصفة عامة ومقارنته بالوسائل التقليدية

- دراسات المصداقية عند الجمهور بصفة عامة والاكاديميين والنخبة وندرة الدراسات التي تناولت قياس المصداقية من وجهة نظر الشباب
- تأثير عناصر التفاعلية وازافة الفيديوهات والتصميم والاخراج وسهولة الاستخدام على المصداقية في الاعلام الجديد
- اهتمت معظم الدراسات بقياس معيار محدد للمصداقية (اما المصدر أو المضمون الخبري) واغفلت معظم الدراسات قياس المعايير الخاصة بعناصر المصداقية (القائم بالاتصال - الرسالة الاعلامية - الوسيلة الاعلامية)
- ٣- اعتمدت بعض الدراسات على استخدام مجموعة من النظريات والمداخل منها (نظرية التناظر المعرفي - الاستخدامات والإشباعات - الافكار المستحدثة -الاعتماد على وسائل الاعلام - حارس البوابة - نظرية المجال العام -النموذج البنائي)
- ٤- اختلفت النتائج التي توصلت اليها الدراسة من حيث مصداقية الوسائل الاعلامية فقد حظت الوسائل التقليدية بارتفاع مصداقيتها مقابل الوسائل التكنولوجية الحديثة في الدراسات وخاصة العربية في حين ارتفعت مصداقية وسائل الاعلام الجديد مقابل مصداقية الوسائل التقليدية في بعض الدراسات خاصة الاجنبية وقد يرجع سبب الاختلاف الي اختلاف رأي الباحثين واختلاف البيانات الاعلامية وخصائص وطبيعة الاعلام في المجتمعات النامية والمتقدمة.
- ٥- اعتمدت معظم الدراسات على استمارة الاستقصاء كأداة لجمع المعلومات في حين اعتمد القليل من الدراسات على الجمع بين اداتي الاستقصاء وتحليل المضمون، وندرة الدراسات التي اعتمدت على المقابلات المتعمقة والتي تم تطبيقها على القائم بالاتصال أو الصحفيين والنخب في حين اهتمت الدراسات الاجنبية بمجموعات النقاش والمقابلة بجانب الاستقصاء حيث استخدامات اكثر من اداة.
- ٦- استخدمت معظم الدراسات المنهج الوصفي والقليل منها استخدم الشبه تجريبي واختلفت العينات حيث جاء معظم الدراسات مستخدمة العينة العشوائية والبعض اعتمد على العينات العمدية التي تستخدم الاعلام الجديد، وقد اهتمت الدراسات العربية بتحديد نوع العينة وحجمها في حين لم تهتم الدراسات الاجنبية بطريقة تحديد العينة
- ٧- اجمعت الدراسات في توصيتها على ضرورة اجراء المزيد من ابحاث المصداقية على فئات مختلفة من الجمهور المستخدم للوسائل الاعلامية المختلفة وخاصة الالكترونية لمعرفة درجة وعي الافراد في تعاملهم مع تلك الوسائل والتي يتحدد من خلالها علاقة الاعتماد ودرجتها والقدرة على تمييز الاخبار الصحيحة من المضللة.



## المصداقية

بدأت دراسة المصداقية عند احساس الصحف الامريكية بهبوط توزيعها ونقص المردود المادي لها في نهاية عقد الخمسينيات من الالفية الثانية، وقامت بالدراسة كبريات المؤسسات الصحفية الامريكية لمعرفة اسباب التدني السوقي (علم الدين ١٩٨٩، ص ٤٦)

منذ بداية دراسة المصداقية كان الباحثون يزداد اهتمامهم بتحديد مفهوم لها وقد اعطوا لها مفهوم غير واضح وغير دقيق اذ تم ربطها فقط بالثقة عند الجمهور، والخبرة لدى القائم بالاتصال، وبعد ثلاثة عقود من الدراسات اضافة العديد من المعايير الخاصة بالمصداقية (الدقة - اكتمال الاخبار - تغطية الحقائق والوقائع - عدم التحيز والتوازن والعدالة والموضوعية - الامانة والمستويات الاخلاقية - الاستقلالية - السمات المميزة للأداء الصحفي - الثقة في المؤسسات الاعلامية - نقل الحقيقة والصواب (عبد العزيز، ٢٠٠٦ ص ١١)

وبالرغم من وجود العديد من المعايير والابعاد والعناصر التي توصل لها الباحثون الا انهم لم يستطيعوا وضع مفهوم محدد للمصداقية بل تم وضع تصورات خاصة عن ذلك المفهوم وأدي ذلك لتشابكه مع العديد من المفاهيم الأخرى.

فقد تم الخلط بين مفهوم المصداقية والصدق

فعرف البعض المصداقية عن انها الصدق باعتبارها مشتقة من أصل الفعل صدق، والصدق كما جاء في المعجم الوسيط يعني قول الحق ومطابقة الواقع والبعد عن الكذب، اما المصداقية فتعني الادلة والمعايير التي من خلالها تثبت صدق الخبر أو الموضوع من كذبه (عبد العزيز ١٩٩٦، ص ٧٩) وتعني بالإنجليزية *credibility*

فتعرفها هويدا مصطفى على انها الادلة التي تثبت صدق الخبر والموضوع والرأي، وهذه الادلة هي تلك المعايير والمؤشرات التي تسهم في تقييم مصداقية المادة الاعلامية (مصطفى ٢٠٠٤، ص ٧٩)

في حين تري سهام نصار اننا يمكن ان نختصر عناصر المصداقية في مصداقية الخبر (نصار، ٢٠٠٣ ص ٣٩٢)

اما علماء النفس والاتصال فينظرون لها على انها متغير للإدراك الحسي فهي لا تعني موضوعية المصدر أو مدى مصداقية المواد المعروضة ولكنها تصور ذاتي من جانب المتلقي (للمعلومات) (Flanagin & Metzerm, ٢٠٠٨، p١٤١)

ووضعت مني جابر تصور لمفهوم المصداقية حيث اشارت اليها على انها قابلية ما تقدمه الوسيلة الاعلامية للثقة فيها من قبل جمهورها وتتوقف درجة المصداقية على عدد من العوامل التي يرتبط بعضها بالرسالة الاعلامية ذاتها ويتأثر مجمل هذه العوامل بالسياق الاجتماعي والسياسي في المجتمع (هاشم ٢٠١٢، ص ٦٢)

ويعرفها هانفورد على انها اقتناع كامل من المتلقين بان ما يشاهدونه أو يسمعونه يتميز

بالأمانة وعدم التحيز ويعكس الحقيقة بشكل واقعي (Hanford ٢٠٠٦, p٣٦٥)

اما اميمة عمران فاعتبرت المصداقية نوع من المعالجة المهنية والثقافية والاخلاقية للمادة الصحفية بحيث تتوافر فيها كل ابعاد الموضوع والاتجاهات المطروحة حولها بطريقة متوازنة تستند على شواهد وادلة ودقة في عرض المعلومات وفصلها عن الآراء الشخصية التي تعلن بوضوح وصراحة وتتجرد من الاهواء والمصالح الخاصة (عمران ٢٠٠٩، ص ٤٨٤)

وقد يرجع الاختلاف في تحديد منظور المصداقية الي الاختلاف في تقييم مستويات المصداقية الذي تتراوح فيه بين المستوى الاكثر عمومية المتعلق بالتصديق العام للوسيلة و يليه المستوى الاكثر تحديدا والذي يتعلق بمعالجة وتناول القضايا ومصدرها.

وقد وضع ستشوجير ست مستويات يمكن ان تسهم جميعا في فهم المصداقية لوسائل الاتصال يأتي في:

المستوى الاول: القائم بالاتصال حيث يقيم الجمهور مصداقية القائم بالاتصال كمقدم النشرة أو الصحفي أو المرسلين

المستوى الثاني: مصدر الحدث ويقصد به مصدر القصة الاخبارية للحدث

المستوى الثالث: تأتي وحدة تحرير الاخبار

المستوى الرابع: يكون الانتاج الاعلامي ويقصد به الشبكة التلفزيونية أو الموقع أو الصحيفة ويميل الافراد الي تصديق القنوات والمواقع والصحف والاذاعات الاكثر شهرة

المستوى الخامس: وهو ما يرتبط بتوجيه الوسيلة وطبيعة ملكيتها

المستوى السادس: يتعلق بنوع الوسيلة ككل مثل الصحف والتلفزيون والاذاعة والمواقع

(Schweiger, ٢٠٠٠, p٣٧)

وتعد قضية المصداقية من اهم القضايا التي بدأت تشغل الباحثين في الفترة الحالية خاصة عندما بدأت موضوعية الخبر تنهوي ودخلنا مرحلة الخبر المضاد أو الخبر المعاكس والمفبرك والاشاعات، والخبر بالون الاختبار وخبر اللا خبر كل ذلك ظهر بعد تحولات جمة طرأت على الإعلام منها ظهور مصادر جديدة عبر الانترنت لا يمكن حصرها ولا التحقق منها كما كان الحال مع وكالات الانباء العالمية، وظهور وسائل جديدة جعلت من المتلقي مرسلا فاختلفت الادوار مع انه قد لا يمتلك القدرات المطلوبة لأداء العمل الصحفي بمهنية واحيانا يعطي لنفسه حق التلاعب بالمعلومات كي يدعم وجهة نظره بالإضافة الي انتشار جو من المنافسة الانتاجية لوسائل الاعلام التي تعمل دائما تحت ضغط الخروج بشيء جديد فعليها ان تقدم عناوين مثيرة وتبحث عن مواضيع ساخنة

## ثانياً: المدخل النظري للدراسة (نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام)

اعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد المتبادل على وسائل الاعلام والتي ترى ان اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام يتحدد في اطار النظم الاجتماعية السائدة وطبيعة العلاقات السائدة بين هذه النظم ووسائل الاعلام والجمهور ذاتها (Katz;Baldassare, ١٩٩٢, p٢٣٤) وحدد ملفين ديفلير وساندرا روكيتش اسباب اعتماد الافراد على وسائل الاعلام في حاجتهم للحصول على المعلومات وفهم ما يدور في البيئة المحيطة بهم من خلال علاقة ثلاثية الابعاد بين الجمهور والوسيلة والمجتمع (Patwardhan, ٢٠٠٣, p٣٣٩).

وتختلف درجة اعتماد الافراد على وسائل الاعلام كمصادر للمعلومات وفق العديد من المتغيرات الديمغرافية كما تختلف قدرة مصادر المعلومات على التأثير في معارف الافراد واتجاهاتهم وفق مستويات الاداء المهني في تغطية هذه الاحداث (عادل، ٢٠١٢، ص٩) ومن العوامل التي تؤثر على مستوى الاعتماد على وسائل الاعلام هي امكانية الوصول للمعلومات والتي ترتبط بإتاحة المعلومات لأعضاء الجمهور ولكنها تتخطى امكانية الوصول لهذه المعلومات بتوافر درجات المصادقية وتقييمات الجمهور لمصدر المعلومات المتاحة له (على، ٢٠١٤، ص٧٨).

### فروض نظرية الاعتماد:

تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام على عدة افتراضات هي  
(Defleur;Rockeach, ١٩٧٦, Pp ٤-١٤):

١- تؤثر درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه على زيادة أو قلة درجة الاعتماد على معلومات وسائل الاعلام وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع كلما زاد الاعتماد الجماهيري على وسائل الاعلام.

٢- تقل درجة الاعتماد على وسائل الاعلام في حالة وجود بدائل للحصول على المعلومات وتزداد درجة اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام في حالة غياب البدائل الأخرى للحصول على المعلومات.

٣- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الاعلام نتيجة اختلافاتهم في المصالح والاهداف والحاجات الفردية

٤- يترتب على الاعتماد على وسائل الاعلام مجموعة من التأثيرات المتمثلة في التالي  
(Tcyrone, ٢٠٠٤, Pp١٢:١٤):

١- التأثيرات المعرفية: وتشير الي التغييرات في المعارف والمعلومات عند الجمهور وازالة الغموض اتجاه القضايا والاحداث وحيانا اكساب الافراد القيم وتشكيل اتجاهاتهم وترتيب اولوياتهم تجاه القضايا المثارة.

٢- التأثيرات الوجدانية: وتشير الي الجوانب العاطفية التي يمكن اثارها عبر الرسال الاعلامية

وتؤثر على مشاعر الجمهور من حب وكرهية وخوف وقلق وقتور عاطفي واغتراب أو انتماء وغيرها من المشاعر .

٣- التأثيرات السلوكية: غالبا ما تكون نتيجة لحدوث تغيرات معرفية وعاطفية وتشير الي التغير الذي يحدث في سلوك الجمهور نتيجة للاعتماد على وسائل الاعلام وغالبا ما يتم بين سلوكيين اساسيين وهما التنشيط ويرتبط باتخاذ مواقف مؤيدة أو الإقلاع عن سلوك معين أو الخمول ويقصد به تجنب القيام بالفعل أو عدم المشاركة (Mcdonald, ١٩٩٣, Pp٥٢٠:٥٢٥)

### مفاهيم الدراسة:

المصداقية: (اجرائيا)

عبارة عن مجموعة من المعايير التي تتضافر مع بعضها البعض والتي يستند اليها للحكم عن مصداقية المواقع الاخبارية والتي تتشكل من المعايير المهنية للقائم بالاتصال داخل الوسيلة الاعلامية ويلتزم فيها بالمعايير الاعلامية للرسالة مما يجعل الجمهور يثق في الوسيلة التي تسمح له بالمشاركة والتفاعلية وما تقدمه من مضامين .

### معايير المصداقية:

اولا: **معايير تتعلق بالمصدر أو القائم بالاتصال:** وتقصد الباحثة به التصور الذهني الذي يضعه الشباب الجامعي عن مصدر الرسالة الاعلامية وما يتمتع به من صفات ايجابية ويساهم هذا التصور في قبولها واقتناعه بها وارتفاع درجة تصديقها ويتوقف ذلك على عدة عوامل منها (سمعة الكاتب - خبراته - مهارات الاتصال - انتماءاته - شهرة الكاتب - الذكاء - الكفاءة - الجاذبية - الامانة - الاحساس بالمسئولية)

ثانيا **مصداقية الوسيلة:** وهي قابلية الوسيلة أو القناة التي تنقل من خلالها الرسالة من المصدر الي المتلقي (المواقع الاخبارية للتصديق) واعتبارها من اكثر الوسائل ثقة للاعتماد عليها وتعتمد في ذلك على طبيعة وخصائص الوسيلة (التفاعلية - الفورية والانية - الحرية - شهرة الموقع وفقا للسمعة الاكاديمية - السياسة التحريرية - التدعيم بوسائط متعددة - التصميم والشكل)

ثالثا: **مصداقية الرسالة:** ويقصد به المضمون الاعلامي والمنتج الذي يقدمه للجمهور ويجب ان يتصف بعدة صفات منها (الوضوح - التوازن - الدقة - استخدام الاساليب الإقناعية - التعددية - الشفافية)

٢- الشباب الجامعي: ويعد هو الجمهور المستهدف من الدراسة والذي اصبح دوره مختلفا عما سبق فلم يعد هذا المتلقي بل امتد دوره للمشاركة الفعالة في انتاج وتوزيع المعلومات .

٣- المواقع الالكترونية الاخبارية: ويقصد بها في الدراسة اهم المواقع الاخبارية المصرية التي يعتمد عليها الشباب الجامعي سواء كانت له اصدارات ورقية أو نسخة الكترونية وتصدر على الانترنت ويعتمد عليها كمصدر للمعلومات

٤- درجة الاعتماد: وهي الدرجة التي يحددها الشباب الجامعي في اعتماده على المواقع كمصدر لحصوله على المعلومات وتم تقسيمها الي ثلاث مستويات للاعتماد (الاعتماد بدرجة كبيرة - متوسطة - ضعيفة)

### نوع الدراسة ومنهجها:

تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف لجمع البيانات وتمتد لتصنيفها وتحليلها وتفسيرها واستخلاص النتائج للتعرف على درجة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الاخبارية في حصولهم على المعلومات والكشف عن تقييمهم لمعايير مصداقية المواقع الاخبارية الالكترونية من وجهة نظرهم

وتعتمد على منهج المسح الاعلامي لمجتمع الشباب الجامعي بجامعة بورسعيد، بهدف الوصول الي اجابات دقيقة عن موضوع الدراسة والحصول على نتائج توضح اهم معايير مصداقية المواقع الاخبارية الالكترونية التي يحدد من خلالها الشباب الجامعي مصداقية الموقع الاخباري كمصدر يعتمد عليه في حصوله على المعلومات

### مجتمع الدراسة:

يتمثل في الشباب الجامعي بالجامعات المصرية (ذكور - اناث)

### عينة الدراسة وحجمها:

تم التطبيق على عينة من الشباب الجامعي بجامعة بورسعيد قوامها (٤٠٠ مفردة) تم سحبها بطريقة العينة متعددة المراحل حيث تم اختيار (٤ كليات) من ١٢ كلية على ان يكون اثنان ممثلان للكليات النظرية بالجامعة واثنان ممثلان للكليات العملية وتم اختيار الكليات الاقدم من الجامعة لضمان اكتمال الفرق الدراسية بها واستبعاد الكليات الحديثة التي لم تكتمل بعد وتم اختيار التطبيق على الفرقة الرابعة بكليات الجامعة عينة الدراسة والتي تم سحبها بأسلوب العينة العشوائية المنتظمة، على ان يتم التطبيق داخل كل كلية من الكليات محل الدراسة بواقع (١٠٠ مفردة) من الذكور والاناث، وتمثلت الكليات النظرية في (تجارة - تربية نوعية)، وتم اختيار الكليات العملية ممثلة في (هندسة - علوم).

### ادوات جمع البيانات:

واستخدمت الباحثة اداة الاستقصاء للتعرف على اهم المعايير التي يراها الشباب الجامعي ويمكن من خلالها ان يقيم مصداقية المواقع الاخبارية الالكترونية، وعلاقتها بدرجة اعتماده على تلك المواقع كمصدر للمعلومات ودراسة ذلك وفقا للمتغيرات الديموغرافية للشباب الجامعي.

### اختبار الصدق والثبات

قامت الباحثة بإعداد صحيفة الاستقصاء لجمع البيانات اللازمة وعرضها على السادة المحكمين من اساتذة المتخصصين في الاعلام واجريت بعض التغييرات اللازمة على الاستمارة

بناء على توجيهاتهم لتكون الاستمارة في صورتها النهائية وتطبيقها على عينة الدراسة من الشباب الجامعي وذلك لمعرفة معايير مصداقية المواقع الاخبارية الالكترونية كما يراها الشباب الجامعي وعلاقتها بدرجة اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات.

وتم تطبيق اختبار الصدق والثبات على عينة عشوائية قوامها ٤٠ مفردة بنسبة ١٠% من مجتمع الدراسة للتأكد من ثبات الاستمارة وتم حساب معامل الثبات بين الاختبارين وقد وصل الي مما يؤدي الي ثبات وصلاحيه الاستمارة للتطبيق وتعميم النتائج على الشباب الجامعي

### الاساليب الاحصائية المستخدمة:

- ١- التكرارات والنسب المئوية
- ٢- اختبار (ت) t-test لدلالة الفروق
- ٣- اختبار تحليل التباين الاحادي ANOVA

### النتائج الخاصة بالدراسة الميدانية:

بيانات المبحوثين الشخصية

جدول (١) المتغيرات الديمغرافية

المتغيرات الديمغرافية	ك	%
النوع	انثى	٢٥٧
	ذكر	١٤٣
طبيعة الدراسة	كليات نظرية	٢٠٠
	كليات عملية	٢٠٠
المستوى الاقتصادي الاجتماعي	منخفض	٢١
	متوسط	٢٩١
	مرتفع	٨٨
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: جاءت نسبة ٦٤.٣% من عينة الدراسة من الاناث ونسبة ٣٥.٨% من الذكور.

وتمثلت نسبة الطلاب بالكليات النظرية (تجارة - تربية نوعية) بنسبة ٥٠% مقابل نفس النسبة للطلاب بالكليات التطبيقية (هندسة - علوم).

وتمثل المستوى الاقتصادي المنخفض في النسبة التالية ٥.٣%، اما المستوى الاقتصادي المتوسط فجاء بنسبة ٧٢.٧%، والمستوى الاقتصادي المرتفع بنسبة ٢٢%

## جدول (٢)

وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الشباب الجامعي للحصول على المعلومات

وسائل الإعلام	ك	%
المواقع الاخبارية الكترونية	٢٨٤	٧١
وسائل التواصل الاجتماعي	٥٨	١٤.٥
فضائيات	٣٦	٩
إذاعات	١٢	٣
صحف مطبوعة	١٠	٢.٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يوضح الجدول رقم (٢) الوسائل الاعلامية التي يعتمد عليها الشباب الجامعي في متابعتهم للأخبار والاحداث اليومية حيث جاءت المواقع الاخبارية الالكترونية في المرتبة الاولى بنسبة ٧١% يليها مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ١٤.٥% وفي الترتيب الثالث الفضائيات بنسبة ٩% وفي المرتبة الرابعة الاذاعة بنسبة ٣% وتراجعت الصحف المطبوعة للمرتبة الخامسة والاخيرة بنسبة ٢.٥%.

وتتفق الدراسة مع ما توصلت اليه دراسة كلا من (الشهاوي، ٢٠١٤، ص ٢٣٧)، و (التوأم، ٢٠١٦، ص ٤٣٢) - ودراسة (عبد العظيم، ٢٠١٦، ص ١٠٧) وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة (عبد العظيم، ٢٠٠٦، ص ٤٤٥) والذي اكدت على ان الجمهور يعتمد على وسائل الاعلام التقليدية اكثر من الجديدة من اجل الحصول على المعلومات، وقد يرجع الاختلاف الي الفترة الزمنية التي تم تطبيق الدراسة بها.

ويمكن تفسير النتيجة لارتفاع اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الاخبارية الي خصائص المواقع الاخبارية الالكترونية وما تتحه من سمات التفاعلية وتبادل الخبرات وسهولة الاستخدام والتحكم في ظروف المتابعة بالإضافة لاستخدام الفيديوهات والتسجيلات الصوتية و التصميم الجذاب مما يجعلها وسيلة اكثر جاذبية وملائمة لتلك المرحلة العمرية.

كما يمكن توضيح تقدم المواقع الاخبارية ومواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة الاختيار كمصدر للمعلومات التي يعتمد عليها الشباب مقابل تراجع الوسائل التقليدية من تليفزيون واذاعة وصحف الي تراجع ثقة الشباب خاصة خلال ثورة ٢٥ يناير التي انهار فيها ثقة الجمهور لوسائل الاعلام التقليدية مقابل الوسائل التكنولوجية الحديثة

جدول (٣) مدى اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الالكترونية الاخبارية

مدى الاعتماد	ك	%
دائماً	٢٦١	٦٥.٣
أحياناً	١٠٠	٢٥
لا اعتمد	٣٩	٩.٨
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٦٥.٣% يعتمدون على المواقع الالكترونية بشكل دائم في حين يعتمد عليها احياناً بنسبة ٢٥% اما ٩.٨% لا يعتمدون عليها في الحصول على المعلومات وتوضح هذه النتيجة ارتفاع نسبة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الالكترونية الاخبارية مقابل من لا يعتمدون عليها كمصدر للمعلومات.

جدول (٤) معدل استخدام المبحوثين للمواقع الاخبارية

معدل الاستخدام	ك	%
يوماً	١٢٦	٣٤.٩
٦-٥ أيام اسبوعياً	٦٢	١٧.٢
على حسب الظروف	٥٩	١٦.٣
في أوقات الأزمات والأحداث فقط	٥٨	١٦.١
أقل من يومين	٤٩	١٣.٦
٤-٢ أيام اسبوعياً	٧	١.٩
الإجمالي	٣٦١	١٠٠

ويتضح من الجدول السابق ارتفاع معدل الاستخدام لدى الشباب الجامعي حيث يأتي الاستخدام اليومي في المرتبة الاولى بنسبة ٣٤.٩% يليها في المرتبة الثانية الاستخدام من ٦-٥ ايام بنسبة ١٧.٢% وفي الترتيب الثالث على حسب الظروف بنسبة ١٦.٣% وفي اوقات الازمات والاحداث فقط بنسبة ١٦.١% في الترتيب الرابع اما الترتيب الخامس فتمثل في الاستخدام اقل من يومين بنسبة ١٣.٦% وجاءت المرتبة الرابعة والاخيرة في الاستخدام ما بين ٤-٢ ايام بنسبة ١.٩%

ومما سبق نلاحظ ان الاستخدام اليومي للشباب الجامعي في مقدمة استخدامات الشباب للمواقع الاخبارية الالكترونية ويتكرر كبير وهوما يتفق مع ما توصلت اليه دراسة (الشاهوي، ٢٠١٤، ص ٢٣٧)، ويدل ارتفاع استخدام الشباب الجامعي لاستخدام المواقع الصحفية بشكل يومي الي طبيعة الوسيلة التي تقوم بتحديث الاخبار على مدار اليوم وتقدم العديد من الموضوعات والقضايا المختلفة. كما يعكس درجة اهتمامهم بمتابعة المواقع.



جدول (٥) عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين على المواقع الالكترونية الاخبارية يوميا

عدد الساعات	ك	%
ساعة: ساعتين	٢٤٠	٦٦.٥
أقل من ساعة	٩٥	٢٦.٣
ساعتين: ٣ ساعات	١٨	٥
أكثر من ٣ ساعات	٨	٢.٢
الإجمالي	٣٦١	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن المبحوثين يقضون ما بين ساعة لأقل من ساعتين خلال اليوم في تصفح المواقع الاخبارية بنسبة ٦٦.٥% في المرتبة الاولى وفي الترتيب الثاني جاء قضاءه لأقل من ساعة يوميا بنسبة ٢٦.٣% يليه في الترتيب الثالث ما بين ساعتين الي اقل من ٣ ساعات بنسبة ٥% وفي المرتبة الاخيرة جاء قضاء اكثر من ٣ ساعات يوميا تصفح للمواقع الاخبارية. ومن ثم فقد اتضح ان الغالبية من المبحوثين يستغرقون وقت ما بين ساعة الي ساعتين يوميا وبنسبة تتخطي نصف حجم العينة وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة (كبكر، ٢٠١٦، ص١٥٦) والتي اسفرت عن ان الشباب السعودي يتابع المواقع الالكترونية ما يزيد عن ثلاث ساعات يوميا بنسبة ٥٤.٣%.

جدول (٦) دوافع متابعة المبحوثين المواقع الالكترونية الاخبارية

دوافع المتابعة	ك	%
تعرفني أخبار العالم المحيط والاطلاع على كل ما يستجد من احداث اول بأول	٥٤	١٥
تحقق لي الانفراد بأخبار التي لا تعرض في وسائل الإعلام	٥٢	١٤.٤
لأنها جذابة أكثر من الصحف المطبوعة وتستخدم الفيديوهات والتسجيلات الصوتية	٤٩	١٣.٦
تساعدني على تكوين رأي عام حول القضايا والمشكلات المطروحة	٤٩	١٣.٦
التمتع بحرية في التغطية الاخبارية	٤٥	١٢.٥
تمدني بالمعلومات التي تؤهني لإدارة النقاش مع الآخرين وتسمح لي بمشاركة الاخبار مع اصدقائي	٣٠	٨.٣
لتقتي فيما تقدمه من موضوعات	٢٤	٦.٦
تتيح لي التفاعل بالسلب أو الايجاب حول ما اقرأ	٢١	٥.٨
تعودت على متابعتها	١٩	٥.٣
شغل وقت الفراغ والتخلص من الملل	١٨	٥
الإجمالي	٣٦١	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: تقدم كلاً من العوامل الخاصة بطبيعة المضمون حيث جاءت دافع المعرفة والاندية في نقل الخبر احدى اهم الدوافع لدي الشباب الجامعي في متابعته للمواقع الاخبارية بنسبة ١٥% من مفردات العينة وتمثلت في (تعرفني أخبار العالم المحيط والاطلاع عل كل ما يستجد من احداث اول بأول) يليها (تحقيق الانفراد بأخبار لم تعرض في وسائل اخري) بنسبة ١٤.٤% وفي المرتبة الثالثة جاءت (استخدام المواقع لفيدويوهات والتسجيلات الصوتية) واختيار (وتساعدني على تكوين رأي عام) في بنفس النسبة التي بلغت ١٣.٦% وجاءت التمتع بحرية في التغطية في المرتبة الرابعة بنسبة ١٢.٥%، يليها في المرتبة الخامسة (تمدني بالمعلومات تمدني بالمعلومات التي تؤهلني لإدارة النقاش مع الآخرين وتسمح لي بمشاركة الاخبار مع اصدقائي بنسبة ٨.٣%

يليه في الترتيب السادس (لثقتي فيما تقدمه من موضوعات) بنسبة ٦.٦%، وفي المرتبة السابعة (تتيح لي التفاعل بالسلب أو الايجاب حول ما أقرأ) بنسبة ٥.٨% وجاءت دافع (التعود على المتابعة) في المرتبة الثامنة بنسبة ٥.٣% يليها (شغل وقت الفراغ والتخلص من الملل) في المرتبة التاسعة والاخيرة بنسبة ٥%.

ومن الجدول السابق يتضح تقدم الدوافع المرتبطة بطبيعة الوسيلة من (الاندية - الانفراد - والجاذبية)، يليها الدوافع النفعية الخاصة بالمعلومات والحصول على الأخبار والمساعدة في تكوين رأي عام حول القضايا والاحداث الجارية يليها العوامل الخاصة بإتاحة التفاعل المباشر وهو ما يميز الوسائل الالكترونية، واخيرا جاءت الدوافع الطوقسية من الاعتياد وشغل وقت الفراغ.

وتعد هذه النتيجة منطقية بالنسبة للمرحلة العمرية وطبيعة العصر الرقمي الذي جعل الافراد يفضلون السرعة في الحصول على المعلومات بالإضافة الي الرغبة في استخدام الوسائل الاكثر جاذبية وقد تراجعت الدوافع النفعية نظرا لوجودها في الكثير من الوسائل الحديثة والتقليدية.

وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت اليه دراسة (كمال، ٢٠١٠، ص ٢٨٦) (الشهاوي، ٢٠١٤، ص ٢٣٨)، ودراسة (الوازن، ٢٠١٥، ص ٢٠٤) التي اعتبرت اهم دوافع اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة يرجع الي سرعتها في نقل الاخبار كما تتفق مع ما توصلت اليه دراسة (Nazato, p128, ٢٠٠٢) وعلي ان هناك عوامل اساسية تجعل المواقع الالكترونية تحتل الصدارة في الاعتماد عليها منها الحالية و التفاعلية وتلبية احتياجات الجمهور وظروف تعرضهم للأخبار.

أسباب عدم اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الالكترونية الاخبارية كمصدر للمعلومات

جدول (٧) أسباب عدم متابعة لمبحوثين المواقع الالكترونية الاخبارية

السبب	ك	%
لعدم ثقتي فيما تنشره	٣٢	٢٨.٨
لتبنيها ايدولوجية سياسية	٣٠	٢٧
لأنها غير مفيدة وتضيع الوقت	٢٣	٢٠.٧
اعتمد على وسائل اخري	١٩	١٧.١
لعدم وجود وقت فراغ	٧	٦.٣
الإجمالي	١١١	١٠٠

ملحوظة: المبحوث يختار أكثر من بديل

وارجع المبحوثين اسبابهم في عدم الاعتماد على المواقع الالكترونية الاخبارية كمصدر للمعلومات الي عدم ثقة المبحوثين فيما تنشره المواقع الاخبارية الالكترونية بنسبة ٢٨.٨% كما جاء في المرتبة الثانية لتبنيها ايدولوجية سياسية معينة اخري بنسبة ٢٧% يليها انها غير مفيدة وتضيع الوقت بنسبة ٢٠.٧%؟ في المرتبة الثالثة، ويفضل ١٧.١ % للاعتماد على وسائل أخري في المرتبة الرابعة اما المرتبة الخامسة فتمثلت في عدم وجود وقت فراغ بنسبة ٦.٣%.

وقد يرجع تقدم عدم ثقة الشباب الجامعي في ما يقدمه المواقع الاخبارية الي طبيعة الوسيلة التي يسهل فيها نشر اخبار غير دقيقة وقد ساهمت التكنولوجيا الحديثة من برامج الصور والمونتاج في بث تسجيلات صوتية وفيديوهات مفبركة ونشر اشاعات مما ادي الي عدم ثقة الشباب فيما يقدم.بالإضافة الي تبني المواقع لسياسات محددة بعضها مؤيد بشدة والآخر معارض بشدة دون توازن في عرض الافكار.

جدول (٨)

درجة ثقة المبحوثين في المواقع الالكترونية الاخبارية

درجة الثقة	ك	%
متوسطة	٢٢٦	٦٢.٦
مرتفعة	١٠٠	٢٧.٧
ضعيفة	٣٥	٩.٧
الإجمالي	٣٦١	١٠٠

اما درجة ثقة المبحوثين ممن يعتمدون على المواقع الاخبارية الالكترونية كمصدر للمعلومات

فتمثلت في كونها (درجة متوسطة) في المرتبة الاولى بنسبة ٦٢.٦% يليها في المرتبة الثانية الثقة ب (درجة مرتفعة) بنسبة ٢٧.٧% وتمثلت الثقة الضعيفة في الترتيب الثالث بنسبة ٩.٧%

وتعكس النتيجة السابقة رؤية الشباب الجامعي للمواقع الاخبارية الالكترونية حيث اعطي اكثر من نصف العينة ممن يعتمدون على المواقع الاخبارية درجة ثقة متوسطة، حيث تزداد فرص احتمال الخطأ في معلومات المواقع نتيجة السعي للسبق الصحفي وسرعة نشر المعلومة خاصة مع غياب وضوح آلية تضمن مراجعتها والتحقق منها بشكل فعال على عكس ما يتم في الوسائل التقليدية والتي تعتمد بشكل اكبر على التحقق من المعلومة ومراجعتها.

### جدول (٩)

أسباب ضعف ثقة الشباب الجامعي في المواقع الالكترونية الاخبارية

أسباب ضعف الثقة	ك	%
لاننتشار الاخبار الشائعات والاخبار المفبركة بها	٢٩	١٨
التحيز لوجهة نظر معينة	٢٦	١٦.١
تكثر بها الاخبار المجهولة المصدر	٢٢	١٣.٦
تدعو للثورات والهدم وتتبنى التخريب	٢١	١٣
موجهه وتخدم اهداف وسياسات غير متوازنة	١٨	١١.٢
تعرض قيم اخلاقية سلبية وتعتمد على الاباحية	١٦	٩.٩
تتركز على بعض الموضوعات وتهمل الاخر	١١	٦.٨
لا تعرض الواقع كما هو	٩	٥.٦
لعدم ثقتي في كتابها ومحريها	٧	٤.٣
اخشي من الاختراق والتحايل الالكتروني	٢	١.٢
الاجمالي	١٦١	١٠٠

ومما سبق تأتي اسباب عدم ثقة الشباب الجامعي في المواقع الاخبارية الالكترونية الي كثرة تناولها (لاننتشار الاخبار الشائعات والاخبار المفبركة بها) بنسبة ١٨%، يليها انها (التحيز لوجهة نظر معينة) بنسبة ١٦.١% وفي الترتيب الثالث تكثر بها الاخبار المجهولة المصدر بنسبة ١٣.٦%، ثم يليه في الترتيب الرابع ان المواقع تدعو للثورات والهدم وتتبنى التخريب ١٣%، وفي المرتبة الخامسة انها موجهة وتخدم اهداف وسياسات معينة بنسبة ١١.٢%، وجاءت لكونها تعرض قيم اخلاقية سلبية وتعتمد على الاباحية في المرتبة السادسة بنسبة ٩.٩% وفي المرتبة السابعة لكونها تتركز على بعض الموضوعات وتهمل الأخرى بنسبة ٦.٨%، يليه في ذلك كونها (لا تعرض الواقع كما هو بنسبة ٥.٦%

وفي الترتيب التاسع جاء عدم ثقتي في كتابها بنسبة ٤.٣% واخيرا جاء سبب الخوف من

الاختراق والتحايل الالكتروني بنسبة ١.٢%

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة(بكير، ٢٠١٦، ص ١٦٤) حيث اكدت على ان اسباب عزوف الجمهور عن المواقع الالكترونية هي كثرة الاخبار المفبركة والشائعات.

وتمثل الشائعات والاخبار المفبركة اهم اسباب ضعف الثقة في المواقع الاخبارية الالكترونية وهو امر طبيعي حيث يبحث المستخدم لهذه المواقع عن الاخبار والموضوعات الحقيقية والموضوعية ويشعر بأزمة ثقة في المواقع التي تعرض تلك الاخبار المفبركة وبالتالي فيبحث عن المعلومات الصادقة من مصادر اخري أو من مواقع تتسم بالمصداقية.

جدول (١٠)

ترتيب المواقع الالكترونية الاخبارية وفقاً لدرجة ثقة الشباب الجامعي فيها

الوزن النسبي	مجموع الأوزان	الترتيب											المواقع الاخبارية	
		الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السادس	السابع	الثامن	التاسع	العاشر	الحادي عشر		الثاني عشر
١٣.١	٣١٤٥	٥	٩	٣	٧	٤	١١	١٣	٣٠	٣٣	٤٥	٧١	٩٥	اليوم السابع
١١.٩	٢٨٨١	١	٢	٥	١٩	١٤	٢٣	٤١	٢٦	٣٤	٥٦	٤٤	٦١	المصري اليوم
١٠.٣	٢٤٧٣	٥	٢	٢١	١٨	٣٣	٤١	٤٨	٤٣	١٨	٣١	٢٦	٤٠	الوطن
١٠.٢	٢٤٥٩	٢	٤	١٨	١٤	٢٢	٦١	٤٧	٣٦	٥١	١٥	٣٥	٢١	الاخبار
١٠	٢٤٠٧	٣	٤	٣	١٩	٤١	٥٣	٤٥	٦٠	٤١	١٦	٢٨	١٣	البوابة نيوز
٩.٧	٢٣٤١	٢٩	١٧	٢٩	٢٦	٣٠	٤٢	٦٠	٢١	١٤	٢٠	٤٥	٢٣	الاهرام
٨.٥	٢٠٣٩	١١	١٥	٣٩	٤٨	٤١	٢٤	٣٣	٢٨	٣١	٢٧	١٢	١٧	مصريوي
٧.٢	١٧١٩	٣٢	٢٩	٥٣	٣٣	٤١	٣٦	٢٠	٢٨	١٤	١٦	٢١	٣	الفجر
٦.٣	١٥٠٣	٤٠	٤٩	٥٣	٤٧	٤١	١٢	٢٧	١٩	٨	١٣	٦	١١	الشروق
٥.٩	١٤٠٨	٤٩	٦٦	٤١	٤٩	٣٤	١٥	١٩	١٣	١٥	٦	١٢	٧	يلا كورة
٤.٥	١٠٨٩	٩٣	٦١	٣٦	٤٢	٣٤	٢٢	١٤	١٨	٦	٠	٠	٠	العالم اليوم
٢.٤	٥٧٣	١٥٤	١٤٢	٦	١١	٧	٤	٢	٠	٠	٠	٠	٠	فيتو
٢٤٠.٣٧		مجموع الأوزان المرجحة					٣٢٦		جملة من سنلوا					

يتضح من الجدول السابق ان موقع اليوم السابع جاء في مقدمة المواقع التي تحظى بثقة الشباب الجامعي في متابعتهم وحصولهم عل المعلومات حيث جاء بوزن نسبي (١٣.١) يليه المصري

اليوم في الترتيب الثاني بوزن نسبي (١١.٩) وفي المرتبة الثالثة جاء الوطن بوزن نسبي (١٠.٣) يليه موقع الاخبار في المرتبة الرابعة بوزن نسبي (١٠.٢) ثم موقع البوابة نيوز في المرتبة الخامسة بوزن نسبي (١٠) وفي المرتبة السادسة جاء الاهرام بوزن نسبي (٩.٧) يليه موقع مصراوي الذي احتل الترتيب السابع بوزن نسبي (٨.٥) ثم الترتيب الثامن لموقع الفجر بوزن نسبي (٧.٢) وجاء موقع الشروق في الترتيب التاسع بوزن نسبي (٦.٣) يليه موقع يلا كورة في الترتيب العاشر بوزن نسبي (٥.٩) ثم العالم اليوم في الترتيب الحادي عشر بوزن نسبي (٤.٥) واخيرا موقع فيتو في الترتيب الثاني عشر بوزن نسبي (٢.٤).

ونلاحظ ان المواقع الاخبارية الالكترونية الخاصة جاءت في مقدمة اختيارات الباحثين وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة (التوأم، ٢٠١٦، ص ٤٣١).

ومما سبق يتضح تقدم المواقع الاخبارية الخاصة في درجة ثقة الشباب الجامعي بها عن المواقع الاخبارية الحكومية وقد يرجع السبب في ذلك لإمكانات المادية المتاحة للمواقع الخاصة وتغليب الاحداث والقضايا اليومية على الاخبار والموضوعات الرسمية بحيث يبدو لهم بانها تعرض بحيادية وتوازن فتتال قدر اكبر من ثقتهن فيها.

#### جدول رقم (١١)

نوعية المضامين التي يحرص الشباب الجامعي على قراءتها في المواقع الالكترونية الاخبارية

المضمون	ك	%
سياسي	٩٤	٢٣.٣
رياضي	٦٥	١٦.١
اقتصادي	٥٩	١٤.٦
فني	٥١	١٢.٧
ديني	٣٤	٨.٤
مرأة وجمال	٣٢	٧.٩
الحوادث والجرائم	٢٩	٧.٢
الصحي	٢٦	٦.٥
العلمي والتكنولوجي	١٣	٣.٢
الإجمالي	٤٠٣	١٠٠

ملحوظة: المبحوث يختار أكثر من بديل

يشير الجدول السابق الي تقدم المضمون السياسي في تفضيلات قراءة الشباب للمواقع الاخبارية بنسبة ٢٣.٣% يليه الاخبار الرياضية بنسبة ١٦.١% وفي المرتبة الثالثة جاء المضمون الاقتصادي بنسبة ١٤.٦% وفي الترتيب الرابع المضمون الفني بنسبة ١٢.٧% يليه المضمون

الديني بنسبة ٨.٤ % في المرتبة الخامسة اما الترتيب السادس فجاء فيه المضمون المتعلق بالمرأة والجمال بنسبة ٧.٩ % يليه الترتيب السابع لصالح الاخبار المتعلقة بالحوادث والجرائم بنسبة ٧.٢ % يليه المضمون الصحي في المرتبة الثامنة بنسبة ٦.٥ % واخيرا المضمون العلمي التكنولوجي في المرتبة التاسعة.

ونلاحظ من الجدول السابق تقدم المضمون السياسي كاهم المضامين التي يحرص على متابعتها الشباب الجامعي في مواقع الاخبارية الالكترونية وقد يرجع السبب في ذلك لكثرة الاحداث السياسية التي مرت بها مصر والدول المحيطة من ثورات. وكذلك المضمون الرياضي الذي نال اهتمام خاص من الشباب نظرا لتأثره بالأحداث السياسية التي مرت بها البلاد وغياب الجماهير عن الملاعب الرياضية واثارة المشكلات الداخلية بين الاندية والجماهير وغيرها من احداث الشغب التي قام بها المشجعين.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة (Tomas, Keya, p ٨٧٢; ٨٧٣, ٢٠٠٠) والتي جاء فيها اعتماد المبحوثين على الانترنت كمصدر للمعلومات السياسية مقارنة وسائل الاعلام التقليدية نظرا لكونها تعطي معلومات بلا حدود

#### جدول (١٢)

طريقة المبحوثين المفضلة في قراءة وتصفح المواقع الالكترونية الاخبارية

طريقة القراءة	ك	%
قراءة العناوين	٤١٠	٢٨.٨
قراءة الموضوعات التي يصحبها فيديو	٥٥	١٥.٢
قراءة الموضوعات المصورة فقط	٥٣	١٤.٧
قراءة صفحة الاستقبال	٤٨	١٣.٣
متابعة التعليقات قراءة الاخبار	٤٤	١٢.٢
اكتفي بقراءة بعض الاجزاء	٢٨	٧.٨
قراءة الموضوع كامل	٢٠	٥.٥
متابعة الموضوعات الاكثر قراءة	٥	١.٤
استعرض جميع الموضوعات	٤	١.١
الإجمالي	٣٦١	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: ان طريقة المبحوثين المفضلة في قراءة وتصفح المواقع تمثلت في (قراءة العناوين) في الترتيب الاول بنسبة ٢٨.٨ % يليها في الترتيب الثاني (قراءة الموضوعات التي يصحبها فيديو) بنسبة ١٥.٢ % وفي الترتيب الثالث جاءت (قراءة الموضوعات المصورة فقط) بنسبة ١٤.٧ % اما المرتبة الرابعة فتمثلت في (قراءة صفحة الاستقبال) بنسبة ١٣.٣ %

وفي الترتيب الخامس تمثلت (قراءة الاخبار ومتابعة التعليقات) بنسبة ١٢.٢% وجاءت (اكتفي بقراءة بعض الاجزاء) في الترتيب السادس بنسبة ٧.٨% يليه (قراءة الموضوع كامل) بنسبة ٥.٥% اما (متابعة الموضوعات الاكثر قراءة) فتمثلت في الترتيب السابع بنسبة ١.٤% وفي الترتيب الثامن والاخير جاء (استعرض جميع الموضوعات) بنسبة ١.١%.

ومن النتيجة السابقة يتضح تفضيل الشباب للقراءة السريعة دون الاهتمام بالتفاصيل الا للموضوعات ذات الجاذبية والتي تمثلت في الترتيب الثاني والثالث للموضوعات المصاحبة للفيديوهات والصور والتي تضيف قدرا من الحيوية والثقة والمصداقية.

### جدول (١٣)

طبيعة تفاعل الشباب الجامعي مع للمواقع الصحفية

طبيعة التفاعل والمشاركة	ك	%
الدخول الي رابط	١٨٤	٣٤.٥
المشاركة عبر صفحات التواصل الاجتماعي	١٥٤	٢٨.٨
التفاعل سواء بالإعجاب أو الرفض	٦٠	١١.٢
كتابة بوست عن الموضوع مرتبط بقراءتك لموضوع الموقع	٥٨	١٠.٨
التعليق على الموضوع	٤٤	٨.٢
المشاركة في الاستفتاءات والتصويت على الموقع	٣٠	٥.٦
لا تفاعل	٣	٥
الإجمالي	٥٣٣	١٠٠

ملحوظة: المبحوث يختار أكثر من بديل

يمثل الجدول السابق طبيعة تفاعل ومشاركة الشباب الجامعي مع ما يقرأه عبر الموقع الالكتروني الاخباري حيث تمثل الدخول الي الرابط في اهم اشكال التفاعل بنسبة ٣٤.٥% يليها في المرتبة الثانية المشاركة عبر صفحات التواصل الاجتماعي بنسبة ٢٨.٨% وفي الترتيب الثالث التفاعل بالإعجاب أو الرفض بنسبة ١١.٢% يليها، التفاعل عن طريق كتابة بوست عن الموضوع مرتبط بقراءتك لموضوع الموقع في الترتيب الرابع بنسبة ١٠.٨%، وفي الترتيب الخامس جاء التعليق على الموضوع بنسبة ٨.٢% وفي المرتبة السادسة (المشاركة في الاستفتاءات والتصويت على الموقع) بنسبة ٥.٦% وفي المرتبة الأخيرة جاءت (لا تفاعل) بنسبة ٥%.

ويعكس الجدول السابق مدى المشاركة والتفاعل بأشكال مختلفة وهو ما يميز الوسائل الالكترونية عن غيرها من التقليدية حيث تجعل الجمهور نشط طوال الوقت، ويخلق هذا التفاعل نوعا من الارتباط بين المستخدم وبين الموقع الذي يسمح له بممارسة هذا التفاعل.



## جدول (١٤)

درجة اعتماد الباحثين على المواقع الإلكترونية الاخبارية في الحصول على المعلومات

درجة الاعتماد	ك	%
بدرجة كبيرة	١٦٦	٤٦
بدرجة متوسطة	١٢٤	٣٤.٣
بدرجة ضعيفة	٧١	١٩.٧
الإجمالي	٣٦١	١٠٠

يوضح الجدول السابق ارتفاع درجة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الاخبارية الإلكترونية حيث جاءت في الاعتماد بدرجة كبيرة في مقدمة الجدول بنسبة ٤٦% وجاء الاعتماد بدرجة متوسطة في الترتيب الثاني بنسبة ٣٤.٣% واخيرا بنسبة صغيرة من يعتمد بدرجة ضعيفة بنسبة ١٩.٧%

## جدول (١٥)

أهم آليات حكم الشباب الجامعي على مصداقية المواقع الإلكترونية الاخبارية

آليات الحكم	ك	%
من خلال شهرة الموقع	١٢٤	١٩.٤
من خلال شهادة المقررين الموثوق فيهم	١١٣	١٧.٧
من خلال قدرته على التحديث المستمر	٩٦	١٥
من الانطباع الأول للمواقع (التصميم وسهولة الاستخدام)	٨٨	١٣.٨
من خلال متابعتي لها لفترة طويلة	٨١	١٢.٧
من خلال عدد الزوار	٦٣	٩.٩
من خلال اقبال معلنين عليها	٤١	٦.٤
استخدام نطاقات معروفة مثل gov - org	٣٢	٥
الإجمالي	٦٣٨	١٠٠

ملحوظة: المبحوث يختار أكثر من بديل

تشير نتائج الجدول السابق: إلى اهم آليات الحكم على مصداقية المواقع الاخبارية لدي الشباب حيث تقدم اختيار (من خلال شهرة الموقع) بنسبة ١٩.٤%، ثم (من خلال شهادة المقررين الموثوق فيهم) في المرتبة الثانية بنسبة ١٧.٧%، ثم من خلال قدرته على التحديث المستمر) في المرتبة الثالثة بنسبة ١٥%، من الانطباع الأول للمواقع (التصميم وسهولة الاستخدام) المرتبة الرابعة بنسبة ١٣.٨% ويليها من خلال متابعتي لها لفترة طويلة بنسبة ١٢.٧% في المرتبة

الخامسة ثم من خلال عدد الزوار لمرتبة السادسة بنسبة ٩.٩% يليها من خلال اقبال معلنين عليها بنسبة ٦.٤% في الترتيب السابع واخيرا في المرتبة الثامنة استخدام نطاقات معروفة مثل - gov بنسبة ٥%.

تساهم شهرة الموقع في خلق تصورات ايجابية حول مصداقية هذه المواقع الاخبارية والتي تنعكس على ارتباط الشباب بمتابعتها وتفضيلها عن غيرها من المواقع التي لا تتال نفس الشهرة. كما يتأثر الحكم على المواقع الالكترونية الاخبارية بقرارات ورؤية الافراد المقربين من الشباب والذين يتمتعون بثقة حيث تعتبر آرائهم من العوامل التي يعطيها الشباب الجامعي قدر من الاهمية.

### جدول (١٦)

مدى وجود مشكلات تواجه الشباب الجامعي أثناء استخدامه للمواقع الالكترونية الاخبارية

المشكلات	ك	%
لا	٢١٣	٥٩
نعم	١٤٨	٤١
الإجمالي	٣٦١	١٠٠

وتسفر نتائج الجدول السابق الي وجود مشكلات تواجه الشباب اثناء استخدام المواقع الالكترونية الاخبارية حيث جاءت بنسبة اقل تصل الي ٤١% مقابل ٥٩% من المبحوثين يرون عدم وجود مشكلات.

### جدول (١٧)

المشكلات التي تظهر في استخدام الشباب الجامعي للمواقع الالكترونية الاخبارية وتؤثر على تقييمه للموقع

المعوقات	ك	%
مشكلات التصفح والتجوال	٦٣	٢٩.٩
مشكلات ترتيبت بخدمة البث والأرشفة	٥١	٢٤.٢
مشكلات مرتبطة بكثرة الإجراءات التي يفرضها الموقع	٤٤	٢٠.٨
مشكلات ترتيبت بعدم اتاحة الموقع في بعض الأوقات	٣٢	١٥.٢
مشكلات التحميل	٢١	٩.٩
الإجمالي	٢١١	١٠٠

يشير الجدول السابق الي اهم المشكلات التي تعوق الشباب الجامعي في استخدامه للمواقع

الاخبارية وترجع الي مشكلات تتعلق بالتصفح والتجول داخل الموقع في مقدمة المشكلات بنسبة ٢٩.٩% يليها في الترتيب الثاني المشكلات التي تتعلق بخدمة البث والارشفة بنسبة ٢٤.٢% اما الترتيب الثالث فتمثل في المشكلات التي تتعلق بكثرة الاجراءات التي يفرضها الموقع على المستخدمين بنسبة ٢٠.٨% اما المشكلات التي تتعلق بعدم اتاحة الموقع في بعض الأوقات جاءت في الترتيب الرابع بنسبة ١٥.٢% واخيرا جاءت مشكلة التحميل بنسبة ٩.٩% وجاءت في الترتيب الخامس.

وهي نتيجة طبيعية لان سهولة تصفح الموقع يساهم في التعرف بشكل اكبر على المواقع والتجول داخل الموضوعات ومن ثم القدرة على تقييم الموقع والعكس عند اجراء مشكلات تتعلق بصعوبة التصفح والتجول الامر الذي يساهم بشكل أو باخر في شعوره بالملل من الموقع وعدم الاستفادة المرجوة وبالتالي ينعكس ذلك على تقييم الشباب لهذه المواقع.

#### جدول (١٨)

تصرف الشباب الجامعي في حالة معرفته بأن احد المواقع الالكترونية الاخبارية لا تتمتع بالمصداقية

شكل التصرف	ك	%
اتوقف عن متابعتها واعتمد على اخري	١٥٤	٣٧.٨
استمر في متابعتها ولكن لا اصدقها	١١٤	٢٨
اعبر عن رأي في عدم مصداقيتها في التعليقات	٨٠	١٨.٩
اخبر غيري بعدم مصداقيتها	٦٢	١٥.٢
الإجمالي	٤٠٧	١٠٠

ملحوظة: المبحوث يختار أكثر من بديل

تشير نتائج الجدول السابق على انه في حالة معرفة الشباب الجامعي بعدم مصداقية المواقع الاخبارية الالكترونية يكون تصرفهم ممثل في التالي (اتوقف عن متابعتها واعتمد على اخري) بنسبة ٣٧.٨% يليها في الترتيب الثاني (استمر في متابعتها ولكن لا اصدقها) بنسبة ٢٨% وفي الترتيب الثالث (اعبر عن رأي في عدم مصداقيتها في التعليقات) بنسبة ١٨.٩% وفي المرتبة الرابعة (اخبر غيري بعدم مصداقيتها) بنسبة ١٥.٢%.

ويمكن ارجاع السبب في تلك النتيجة إلي ان الشباب يفقد الثقة في المعلومات التي تقدمها تلك المواقع ويبدأ البحث عن بديل يتوافر فيه معايير المصداقية.

## جدول (١٩)

## تأثيرات متابعة الشباب الجامعي للمواقع الالكترونية الاخبارية

التأثيرات	ك	%
تزداد معرفتي بالقضايا والأحداث الجارية وأبعاد كل قضية	١٠٦	٢٦
اتفاعل مع الموقع سواء بالإعجاب أو التعليق أو المشاركة	٧٥	١٨.٤
اتعاطف مع أحد أطراف القضايا	٦٢	١٥.٢
أحاول معرفة معلومات أكثر	٥٩	١٤.٥
أشعر بالقلق والخوف من المستقبل	٤٨	١١.٨
اتخذ موقف إيجابي أو سلبي من الاحداث	٣٩	٩.٦
يزداد حماسي لمتابعة المواقع الصحفية	١٨	٤.٤
الإجمالي	٤٠٧	١٠٠

ملحوظة: المبحوث يختار أكثر من بديل

تشير نتائج الجدول السابق: إلى تقدم اختيار (تزداد معرفتي بالقضايا والأحداث الجارية وأبعاد كل قضية) بنسبة ٢٦% حيث جاءت في مقدمة التأثيرات الناتجة عن اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الاخبارية الالكترونية، ثم اتفاعل مع الموقع سواء بالإعجاب أو التعليق أو المشاركة) في المرتبة الثانية بنسبة ١٨.٤%، ثم اتعاطف مع أحد أطراف القضايا) في المرتبة الثالثة بنسبة ١٥.٢%، ثم (أحاول معرفة معلومات أكثر) في المرتبة الرابعة بنسبة ١٤.٥%، ثم (أشعر بالقلق والخوف من المستقبل) في المرتبة الخامسة ١١.٨%، وفي المرتبة السادسة جاء (اتخذ موقف إيجابي أو سلبي من الاحداث) بنسبة ٩.٦% واخيرا في المرتبة السابعة جاء (يزداد حماسي لمتابعة المواقع الصحفية) بنسبة ٤.٤%.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة (خليف، ٢٠١٢، ص ٤٨) حيث جاءت التأثيرات المعرفية في مقدمة تأثيرات الاعتماد على المواقع الاخبارية للشباب عينة الدراسة.

## جدول (٢٠)

استجابات الشباب الجامعي من الشباب الجامعي على مقياس مصداقية المواقع الإلكترونية  
الاجبارية المحور الأول (مصداقية الرسالة الإعلامية)

العبارة	الاتجاه		معارض		محايد		موافق	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الوضوح والايجاز دون الاضرار بالمعني	٢٤٨	٦٨.٧	٧٤	٢٠.٥	٣٩	١٠.٨	٢٥٨	٦٧.٩
ينشر تكذيب للأخبار التي يثبت عدم صحتها	٢٣١	٦٤.٠	٩٩	٢٧.٤	٣١	٨.٦	٢٥٥	٦٤.٨
الالتزام بالدقة والموضوعية في صياغة العنوان والموضوع	٢٠٢	٥٦.٠	١٠٨	٢٩.٩	٥١	١٤.١	٢٤٢	٧٢.٩
نشر الآراء بحرية تامة	١٩٨	٥٤.٨	١١٩	٣٣.٠	٤٤	١٢.٢	٢٤٣	٧٠.٠
التوازن في عرض كافة الآراء	٢٠٨	٥٧.٦	٩٤	٢٦.٠	٥٩	١٦.٣	٢٤١	٧٥.٦
تدعيم المحتوى بالصور والتسجيلات والفيديوهات	٢٠٥	٥٦.٨	٩١	٢٥.٢	٦٥	١٨.٠	٢٣٩	٧٧.٤
تجنب الموضوعات التي من شأنها اثاره الزعر والقلق واحداث اضطرابات	١٩١	٥٢.٩	١٠٩	٣٠.٢	١٦١	١٦.٩	٢٣٦	٧٥.٥
الاهتمام بالرد على القراء	٩٩	٢٧.٤	٤٤	١٢.٢	٢١٨	٦٠.٤	٢٣٣	٨٧.٨
الحرص على اتباع سياسة تحريرية ثابتة	١٧٢	٤٧.٦	١٢٣	٣٤.١	٦٦	١٨.٣	٢٢٩	٧٥.٨
فصل الأخبار عن الرأي	١٩١	٥٢.٩	٨٣	٢٣.٠	٨٧	٢٤.١	٢٢٩	٨٣.٠
ان تكون التغطية كاملة وتغطي كافة وجهات النظر حول الاحداث	١٧٤	٤٨.٢	١١٥	٣١.٩	٧٢	١٩.٩	٢٢٨	٧٧.٧
الاعتماد على الخبراء والمتخصصين في تحليل الاحداث المهمة وتفسيرها	١٥١	٤١.٨	١٠١	٢٨	١٠٩	٣٠.٢	٢١٢	٨٤.٢
وجود روابط مختلفة لعرض المزيد من الرسائل	١٣٤	٣٧.١	١٤٥	٤٠.٢	٨٢	٢٢.٧	٢١٢	٧٦.١
التعددية والتنوع في الآراء والأخبار	١٤٧	٤٠.٧	٧٠	١٩.٤	١٤٤	٣٩.٩	٢٠١	٨٩.٩
تجنب استخدام الأساليب العاطفية	١٣٤	٣٧.١	٨٢	٢٢.٧	١٤٥	٤٠.٢	١٩٧	٨٨.٠
التركيز على الاخبار الهادفة	٩٤	٢٦.٠	١١٥	٣١.٩	١٥٢	٤٢.١	١٨٤	٨١.١
استخدام الأساليب الإقناعية والحجج والبراهين	١٠٨	٢٩.٩	٨٤	٢٣.٣	١٦٩	٤٦.٨	١٨٣	٨٦.١
جملة من سنلوا	٣٦١			المتوسط المرجح للمحور الأول			٢.٢٤٩٥	محايد

يتضح من الجدول السابق: أن (الاختصار والايجاز دون الاضرار بالمعني) جاءت في مقدمة استجابات الشباب الجامعي لمقياس مصداقية الرسالة بمتوسط مرجح ٢.٥٨ و هو ما يعادل

اتجاه (موافق)، ثم (ينشر تكذيب للأخبار التي يثبت عدم صحتها) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٢.٥٥ وهو ما يعادل اتجاه (موافق)، ثم (الالتزام بالدقة والموضوعية في صياغة العنوان والموضوع) في المرتبة الثالثة بمتوسط ٢.٤٢ هو ما يعادل اتجاه (موافق)، ثم في المرتبة الرابعة (نشر الآراء بحرية تامة) بمتوسط ٢.٤٣ هو ما يعادل اتجاه (موافق)، ثم في المرتبة الخامسة (التوازن في عرض الموضوعات) بمتوسط ٢.٤١ هو ما يعادل اتجاه (موافق)، ثم (تدعيم المحتوى بالصور والفيديوهات) في المرتبة السادسة بمتوسط ٢.٣٩ و هو ما يعادل اتجاه (موافق)، ثم (تجنب الموضوعات التي من شأنها اثاره الزعر والقلق واحداث اضطرابات) في المرتبة السابعة بمتوسط ٢.٣٦ هو ما يعادل اتجاه (موافق)، ثم في المرتبة الثامنة (الرد على القراء) بمتوسط ٢.٣٣ هو ما يعادل اتجاه (محايد)، ثم (الحرص على اتباع سياسة تحريرية ثابتة) في المرتبة التاسعة بمتوسط ٢.٢٩ و هو ما يعادل اتجاه (محايد)، ثم (فصل الأخبار عن الرأي) في المرتبة العاشرة بمتوسط ٢.٢٩ هو ما يعادل اتجاه (محايد)، ثم في المرتبة الحادية عشر (ان تكون التغطية كاملة وتغطي كافة وجهات النظر حول الاحداث) بمتوسط ٢.٢٨ هو ما يعادل اتجاه (محايد)، ثم في المرتبة الثانية عشر (الاعتماد على الخبراء والمتخصصين في تحليل الأحداث المهمة وتفسيرها) بمتوسط ٢.١٢ هو ما يعادل اتجاه (محايد)، ثم (وجود روابط مختلفة لعرض الرسالة) في المرتبة الثالثة عشر بمتوسط ٢.١٤ و هو ما يعادل اتجاه (محايد)، ثم (التعددية والتنوع في نشر الاخبار والآراء) في المرتبة الرابعة عشر بمتوسط ٢.٠١ هو ما يعادل اتجاه (محايد)، ثم في المرتبة الخامسة عشر (تجنب استخدام الأساليب العاطفية) بمتوسط ١.٩٧ هو ما يعادل اتجاه (محايد) و (التركيز على الاخبار الهادفة) و هو ما يعادل اتجاه (محايد)، ثم في المرتبة السادسة عشر (استخدام الأساليب الإقناعية والحجج والبراهين) بمتوسط ١.٨٣ وهو ما يعادل اتجاه (محايد)، وجاء المتوسط المرجح للمقياس بالكامل ٢.٢٤ وهو ما يعادل اتجاه (محايد).

ومن ثم نجد ان اهم المعايير التي اعطاها الشباب الجامعي للرسالة الاعلامية تمثلت مرتبة في (الوضوح والايجاز دون اخلال المعنى - الاهتمام بتصحيح الاخبار الكاذبة - الالتزام بالدقة والموضوعية - الحرية في تناول - التوازن في عرض الموضوعات - تدعيم المحتوى بالصور والتسجيلات والفيديوهات - تجنب الموضوعات التي من شأنها اثاره الزعر والقلق واحداث اضطرابات- اتباع سياسة تحريرية ثابتة - فصل الراي عن الخبر - تقديم تغطية كاملة للأحداث - الاعتماد على الخبراء والمتخصصين في تحليل الأحداث المهمة وتفسيرها- وجود روابط مختلفة لعرض المزيد من الرسائل- التعددية والتنوع في نشر الاخبار والآراء - تجنب استخدام الاساليب العاطفية- التركيز على الأخبار الهادفة- واستخدام الاساليب الإقناعية).

ويعد وضوح اللغة من اهم المحددات التي تحكم مصداقية الرسالة المقدمة فاستخدام الكلمات الصحيحة التي لا يمكن تأويلها أو تحميلها اكثر من معني هو معيار اساسي للحكم على مصداقية الرسالة وازالة غموضها خاصة وان الغموض في معظم الاحيان يقف عائق امام

تصديقها ومن ثم تقييمها الايجابي..، كما ان الاهتمام بتصحيح الاخبار الكاذبة يعطي دلالة للمستخدم على اهتمام الموقع واحترامه للقراء وحرصه على اظهار الحقيقة وعدم تغافلها وهو ما ينعكس على تقييم المستخدم الايجابي للموقع

٢٠- استجابات الشباب الجامعي على مقياس مصداقية المواقع الإلكترونية الاخبارية المحور الثاني (مصداقية الوسيلة الإعلامية)

جدول (٢١)

استجابات المبحوثين من الشباب الجامعي على مقياس مصداقية المواقع الصحفية الإلكترونية المحور الثاني (مصداقية الوسيلة الإعلامية)

الاتجاه العبارة	موافق		محايد		معارض		الاتجاه العبارة
	ك	%	ك	%	ك	%	
اسرع الوسائل في نقل الاحداث(الفورية)	٢٣٦	٦٥.٤	١٠٢	٢٨.٣	٢٣	٦.٤	موافق
التحديث المستمر للموقع	٢٤٣	٦٧.٣	٧٩	٢١.٩	٣٩	١٠.٨	موافق
استخدام الموقع للمستحدثات الرقمية والنصوص الفائقة والوسائط المتعددة التي تفقدها الوسائل الإعلامية الأخرى	٢١٢	٥٨.٧	١٢٢	٣٣.٨	٢٧	٧.٥	موافق
يتيح الموقع التفاعلية	٢٠١	٥٥.٧	١٢٧	٣٥.٢	٣٣	٩.١	موافق
يتميز الموقع عرض القضايا بحرية لا تتوفر للوسائل التقليدية	٢١١	٥٨.٤	١٠٦	٢٩.٤	٤٤	١٢.٢	موافق
يتيح الموقع تقنية البث المباشر التي لها دور في مصداقية الحدث	٢٣٢	٦٤.٣	٦١	١٦.٩	٦٨	١٨.٨	موافق
تساهم ملكية المواقع في مصداقيتها	١٩٦	٥٤.٣	١١٣	٣١.٣	٥٢	١٤.٤	موافق
يحل الموقع للمشكلات المتعلقة بالتحميل	١٧١	٤٧.٤	١٥٥	٤٢.٩	٣٥	٩.٧	موافق
عدد الاعضاء والزوار على الموقع	١٨٥	٥١.٢	١٢٤	٣٤.٣	٥٢	١٤.٤	موافق
وجود محرك بحث ووجود ارشيف	١٦٥	٤٥.٧	١٥٣	٤٢.٤	٤٣	١١.٩	موافق
شكل وجاذبية التصميم الخاص بالموقع	١٣٨	٣٨.٢	١٩٤	٥٣.٧	٢٩	٨.٠	محايد
يوفر الموقع الروابط التشعبية الخاصة بالاطلاع على مصادر معلومات	١٥٨	٤٣.٨	١٣٥	٣٧.٤	٦٨	١٨.٨	محايد
سمعة الموقع في الدوائر الاكاديمية والسياسية	١٣٤	٣٧.١	١٦٧	٤٦.٣	٦٠	١٦.٦	محايد
وجود معلومات تعريفية بالموقع واهدافه	١٢٦	٣٤.٩	٩٠	٢٤.٩	١٤٥	٤٠.٢	محايد
جملة من سئولا	٣٦١				المتوسط المرجح للمحور الثاني	٢.٣٧٤٠	موافق

يتضح من الجدول السابق: أن (اسرع الوسائل في نقل الاحداث) جاءت في مقدمة استجابات الشباب الجامعي و هو ما يعادل اتجاه (موافق) بمتوسط مرجح ٢.٥٩، ثم (التحديث المستمر

للموقع) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٢.٥٧ و هو ما يعادل اتجاه (موافق)، ثم (استخدام الموقع للمستحدثات الرقمية والنصوص الفائقة والوسائط المتعددة التي تفقدها الوسائل الإعلامية الأخرى) في المرتبة الثالثة بمتوسط ٢.٥١ هو ما يعادل اتجاه (موافق)، ثم في المرتبة الرابعة (يتيح الموقع التفاعلية) بمتوسط ٢.٤٧ هو ما يعادل اتجاه (موافق)، ثم في المرتبة الخامسة (يتميز الموقع بحرية لا تتوفر للوسائل التقليدية) بمتوسط ٢.٤٦ هو ما يعادل اتجاه (موافق)، ثم (يتيح الموقع تقنية البث المباشر التي لها دور في مصداقية الحدث) في المرتبة السادسة بمتوسط ٢.٤٥ و هو ما يعادل اتجاه (موافق)، ثم (ساهم ملكية المواقع في مصداقيتها) في المرتبة السابعة بمتوسط ٢.٤٠ هو ما يعادل اتجاه (موافق)، ثم في المرتبة الثامنة (يحل الموقع للمشكلات المتعلقة بالتحميل) بمتوسط ٢.٣٨ هو ما يعادل اتجاه (موافق)، ثم (عدد الاعضاء والزوار على الموقع) في المرتبة التاسعة بمتوسط ٢.٣٧ و هو ما يعادل اتجاه (موافق)، ثم (وجود محرك بحث ووجود ارشيف) في المرتبة العاشرة بمتوسط ٢.٣٤ هو ما يعادل اتجاه (موافق)، ثم في المرتبة الحادية عشر (شكل وجاذبية التصميم الخاص بالموقع) بمتوسط ٢.٣٠ هو ما يعادل اتجاه (محايد)، ثم في المرتبة الثانية عشر (يوفر الموقع الروابط التشعبية الخاصة بالاطلاع على مصادر معلومات) بمتوسط ٢.٢٥ هو ما يعادل اتجاه (محايد)، ثم (سمعة الموقع في الدوائر الاكاديمية والسياسية) في المرتبة الثالثة عشر بمتوسط ٢.٢٠ و هو ما يعادل اتجاه (محايد)، ثم وجود معلومات تعريفية بالموقع واهدافه في المرتبة الرابعة عشر بمتوسط ١.٩٥ هو ما يعادل اتجاه (محايد) وجاء المتوسط المرجح للمقياس ٢.٣٧ وهو ما يعادل اتجاه (موافق).

ومن ثم نجد ان اهم المعايير المتعلقة بمصداقية لمواقع الاخبارية كوسيلة اتسمت في (السرعة والفورية - التحديث المستمر - استخدام الوسائط المتعددة - التفاعلية - الحرية - البث المباشر للأحداث - ملكية الموقع - قدرته على حل المشكلات التي تتعلق بالتحميل - عدد الاعضاء والزوار - وجود محرك بحث - شكل وجاذبية الموقع - وجود روابط تشعبية بالموقع - سمعة الموقع - وجود معلومات تعريفية عن الموقع)

وترى الباحثة ان تقييم الشباب الجامعي لمعيار السرعة والفورية كمعيار لمصداقية المواقع الاخبارية الالكترونية كوسيلة امر قد يؤثر بالسلب على المصداقية ذاتها ويجعل المواقع تعمل تحت ضغط تلبية النقل الفوري والسرعة في مقابل التحري والدقة وممارسة المهنية، وهو ما يمكن ارجاعه كسبب في شيوع العديد من الاخطاء التي تقوم بها المواقع الاخبارية نتيجة عدم اتاحة الوقت الكافي للتأكد من صحة ودقة المعلومات.



## جدول (٢٢)

استجابات الباحثين من الشباب الجامعي على مقياس مصداقية المواقع الصحفية الإلكترونية  
المحور الثالث (مصداقية القائم بالاتصال)

العبارة	الاتجاه		معارض		محايد		موافق		العام الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
موضوعية الكاتب بصرف النظر انتماءاته وأيدولوجيته السياسية	٢٣١	٦٤.٠	٩٩	٢٧.٤	٣١	٨.٦	٦٤٨	موافق	
أن يتمتع القائم بالاتصال بشهرة كبيرة	١٩٨	٥٤.٨	١١٩	٣٣.٠	٤٤	١٢.٢	٧٠٠	موافق	
سلوك الكاتب وتصرفاته تنعكس على تصورات الجمهور له	٢٠٨	٥٧.٦	٩٤	٢٦.٠	٥٩	١٦.٣	٧٥٦	موافق	
صحة ومنطقية افكاره ووضوح رؤيته	٢٠٥	٥٦.٨	٩١	٢٥.٢	٦٥	١٨.٠	٧٧٤	موافق	
امانة الكاتب في تناوله للموضوعات اهم ما يميز كتابته	١٧٢	٤٧.٦	١٢٣	٣٤.١	٦٦	١٨.٣	٧٥٨	محايد	
اسلوبه الجذاب في الكتابة	١٧٤	٤٨.٢	١١٥	٣١.٩	٧٢	١٩.٩	٧٧٧	محايد	
أن يتقبل النقد الموضوعي من معارضيهِ	١٣٤	٣٧.١	١٤٥	٤٠.٢	٨٢	٢٢.٧	٧٦١	محايد	
الصورة الذهنية للقائم بالاتصال لها دور مؤثر على مصداقية ما يقدمه	١٥١	٤١.٨	١٠١	٢٨.٠	١٠٩	٣٠.٢	٨٤٢	محايد	
اهتمام الكاتب بالرد على متابعيه يزيد من مصداقيته	١٤٧	٤٠.٧	٧٠	١٩.٤	١٤٤	٣٩.٩	٨٩٩	محايد	
خبرة الكاتب وكفاءته من اهم عوامل ثقة الجمهور في رسالته	١٠٨	٢٩.٩	٨٤	٢٣.٣	١٦٩	٤٦.٨	٨٦١	محايد	
جملة من سئلا	٣٦١						٢.٢٤٥٧	محايد	

يتضح من الجدول السابق: أن (موضوعية الكاتب بصرف النظر عن انتماءاته وأيدولوجيته السياسية) جاءت في مقدمة استجابات الشباب الجامعي لمعيار مصداقية القائم بالاتصال بمتوسط مرجح ٢.٥٥ و هو ما يعادل اتجاه (موافق)، ثم (أن يتمتع القائم بالاتصال بشهرة كبيرة) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٢.٤٣ و هو ما يعادل اتجاه (موافق)، ثم (سلوك الكاتب وتصرفاته تنعكس على تصورات الجمهور له) في المرتبة الثالثة بمتوسط ٢.٤١ هو ما يعادل اتجاه (موافق)، ثم في المرتبة الرابعة (صحة ومنطقية افكاره ووضوح رؤيته) بمتوسط ٢.٣٩ هو ما يعادل اتجاه (موافق)، ثم في المرتبة الخامسة (امانة الكاتب في تناوله للموضوعات اهم ما يميز كتابته) بمتوسط ٢.٢٩ هو ما يعادل اتجاه (محايد)، ثم (اسلوبه جذاب في الكتابة) في المرتبة السادسة بمتوسط ٢.٢٨ و هو ما يعادل اتجاه (محايد)، ثم ان يتقبل النقد الموضوعي من معارضيهِ في المرتبة السابعة بمتوسط ٢.١٤ هو ما يعادل اتجاه (محايد)، ثم في المرتبة الثامنة (الصورة الذهنية للقائم بالاتصال لها دور مؤثر على مصداقية ما يقدمه) بمتوسط ٢.١٢ هو ما يعادل اتجاه (محايد)، ثم

(اهتمام الكاتب بالرد على القراء يزيد من مصداقيته) في المرتبة التاسعة بمتوسط ٢.٠١ و هو ما يعادل اتجاه (محايد)، ثم (خبرة الكاتب وكفاءته من أهم عوامل ثقة الجمهور في رسالته) في المرتبة العاشرة بمتوسط ١.٨٣ هو ما يعادل اتجاه (محايد).

وجاء المتوسط المرجح للمقياس بالكامل ٢.٢٤ وهو ما يعادل اتجاه (محايد).

وتمثلت معايير المصداقية التي اعطاها الشباب الجامعي للقائم بالاتصال في التالي (موضوعية الكاتب بصرف النظر عن انتماءاته وأيدولوجيته السياسية- شهرة الكاتب - سلوك الكاتب وتصرفاته - صحة ومنطقية افكاره- أمانة الكاتب - أسلوبه الجذاب في الكتابة - ان يتقبل النقد - الصورة الذهنية التي يرسمها له الجمهور - اهتمامه بالرد على متابعيه - خبرة الكاتب) واتفقت الدراسة مع ما توصلت اليه دراسة (ربيع، ٢٠٠٩، ص ١٢٨) والتي اوضحت ان ان اهم العوامل المؤثرة على استخدام الشباب الجامعي للمواقع الاخبارية يتمثل في الموضوعية والفورية في نقل الاحداث.

ومما سبق يتضح تقدم الموضوعية التي يجب ان يتسم بها القائم بالاتصال من وجهة نظر المبحوثين عن الشهرة وسلوك الكاتب وتصرفاته وقد يرجع سبب تراجع شهرة الكاتب وسلوكه لضخامة عدد القائمين بالاتصال في هذه المواقع وهو ما يجعل الامام بمعرفتهم امر صعب.

### ثانيا: النتائج الخاصة بفروض الدراسة:

الفرض الأول: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي للمواقع الالكترونية الاخبارية وبين درجة اعتماد الشباب الجامعي عليها كمصدر للمعلومات" وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين دوافع استخدام الشباب الجامعي للمواقع الالكترونية الاخبارية وبين اعتماد الشباب الجامعي عليها.

#### جدول (٢٣)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين دوافع استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية

الاخبارية وبين درجة اعتماد الشباب الجامعي عليها كمصدر للمعلومات

دوافع استخدام الشباب الجامعي للمواقع الالكترونية الاخبارية		المتغيرات
الدلالة	معامل الارتباط	
٠.٠١	*.٨٣٠	درجة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الصحفية الالكترونية

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي للمواقع الالكترونية الاخبارية وبين درجة اعتماد الشباب الجامعي عليها، حيث بلغة قيمة ر (.٨٣٠) \* وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١).

وبذلك فإننا نقبل الفرض الأول القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية الاخبارية وبين اعتماد الشباب الجامعي عليها."

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المواقع الإلكترونية الاخبارية وبين درجة اعتماد الشباب الجامعي عليها كمصدر للمعلومات. وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين كثافة استخدام المواقع الصحفية الإلكترونية وبين اعتماد الشباب الجامعي عليها

#### جدول (٢٤)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين كثافة استخدام المواقع الإلكترونية الاخبارية وبين اعتماد الشباب الجامعي عليها

كثافة استخدام		المتغيرات
الدالة	معامل الارتباط	
غير دالة	- ٠.٠٠٨	اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الصحفية الإلكترونية

يتبين من الجدول السابق: عدم وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المواقع الإلكترونية الاخبارية وبين اعتماد الشباب الجامعي عليها، حيث بلغة قيمة ر (-) (٠.٠٠٨) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٥). وبذلك فإننا لانقبل الفرض الثاني القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المواقع الإلكترونية الاخبارية وبين اعتماد الشباب الجامعي عليها كمصدر للمعلومات."

واختلفت هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة (Carmen, Sundar, ٢٠٠٨, pp ٦٥:٦٨) والتي اكدت على وجود علاقة ارتباطية بين كثافة التعرض لشبكة الانترنت وتقييم الافراد لمصادقيتها.

وقد يرجع السبب في ذلك الي ما تناولته العديد من المواقع الاخبارية من اخبار واحداث مضللة ومفبركة ومجهلة المصدر بالإضافة الي تضارب الأخبار من موقع لآخر وفقاً لأيدولوجيات المواقع الاخبارية التي عانت من صراعات في فترة الثورات العربية والتي اعتمدت على استغلال الاعلام لخدمة اهدافها المختلفة.

الفرض الثالث: " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإلكترونية الاخبارية وبين تقييمهم لمصادقيتها." وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين درجة اعتماد

الشباب الجامعي على المواقع الالكترونية الاخبارية وبين تقييمهم لمصداقيتها وذلك كما يلي:

### جدول (٢٥)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الصحفية الالكترونية وبين تقييمهم لمصداقيتها

مصادقية المواقع الصحفية الالكترونية		المتغيرات
الدلالة	معامل الارتباط	
٠.٠١	.٨١٦**	اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الصحفية الالكترونية

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الالكترونية الاخبارية وبين تقييمهم لمصداقيتها، حيث بلغة قيمة  $r(٠.٨١٦)**$  وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١).

وبذلك فإننا نقبل الفرض الثالث القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الالكترونية الاخبارية وبين تقييمهم لمصداقيته.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة (عبد العظيم، ٢٠٠٦، ص ٤٨٨) حول وجود علاقة ايجابية بين درجة اعتماد الجمهور على الوسيلة الاعلامية وتقييمهم لمصداقيتها كمصدر للأخبار.

الفرض الرابع: " توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الالكترونية الاخبارية وبين درجة ثقتهم بها."

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الصحفية وبين درجة ثقتهم بها وذلك كما يلي:

### جدول (٢٦)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الصحفية ومستوى ثقتهم بها

مستوى الاعتماد		المتغيرات
الدلالة	معامل الارتباط	
٠.٠١	.٩٥٣**	مستوى الثقة

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين مستوى اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الالكترونية الاخبارية ومستوى ثقتهم بها حيث جاءت قيمة

الارتباط (٩٥٣.\*\*) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١).  
وبذلك فإننا نقبل الفرض الرابع القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الالكترونية الاخبارية وبين درجة ثقتهم بها."  
الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي وفقاً للعوامل الديمغرافية (النوع - طبيعة الدراسة - المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في درجة الاعتماد على المواقع الالكترونية الاخبارية.  
١- بالنسبة للنوع:

جدول (٢٧)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الصحفية الالكترونية باختلاف النوع

مستوى الدلالة	قيمة (ت)	الإناث			الذكور			النوع المتغير
		الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	
٠.٠١	١٥.٢٣٨	.٥٦١٦٦	٢.٦٠٤٢	٢٤٠	.٦٦٦٧٠	١.٥٨٦٨	١٢١	اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الصحفية الالكترونية

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلي وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الالكترونية الاخبارية باختلاف النوع لصالح الإناث، حيث بلغت قيمة "ت" (١٥.٢٣٨)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١).  
٢- بالنسبة لطبيعة الدراسة:

جدول (٢٨)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الالكترونية الاخبارية باختلاف طبيعة الدراسة بالكليات

مستوى الدلالة	قيمة (ت)	الكليات التطبيقية			الكليات النظرية			نوع التعليم المتغير
		الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	
٠.٠١	٤.٤٠٥	.٧٨٤٥٧	٢.٠٨٥٢	١٧٦	.٧١٢٤٩	٢.٤٣٢٤	١٨٥	اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الصحفية الالكترونية

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلي وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الالكترونية الاخبارية باختلاف طبيعة الدراسة لصالح الكليات النظرية، حيث بلغت قيمة "ت" (٤.٤٠٥)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٠١). ويمكن ارجاع الفروق الي طبيعة الدراسة التطبيقية داخل هذه الكليات والتي تحتاج الي ساعات عمل دراسية طويلة نسبيا مقارنة بالكليات النظرية التي لا تتطلب بعضها الحضور بشكل كبير مثل كلية التجارة والتي يعتمد بعض طلبها على الانتساب بالإضافة الي ان الكليات التطبيقية نظرا لطبيعة مقرراتها فتتطلب قدر من التفرغ تنحصر معه فترات استخدام المواقع.

### ٣- المستوى الاقتصادي والاجتماعي:

#### جدول (٢٩)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدلالة الفروق بين متوسطات درجة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الصحفية الالكترونية باختلاف نوع التعليم باختلاف المستوى

#### الاقتصادي والاجتماعي

الدالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
غير دالة	١.٧٣٥	١.٠١٧	٢	٢.٠٣٥	بين المجموعات
		.٥٨٦	٣٥٨	٢٠٩.٩٦٥	داخل المجموعات
			٣٦٠	٢١٢.٠٠٠	المجموع

تشير نتائج تطبيق اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) إلي عدم وجود فروق دالة بين متوسطات درجة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الالكترونية الاخبارية باختلاف المستوى الاقتصادي بلغت قيمة ف ١.٧٣٥ وهي غير دالة احصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٠٥). وقد يرجع السبب في عدم وجود فروق فردية بين الشباب الجامعي في الاعتماد على المواقع الاخبارية الالكترونية باختلاف المستوى الاجتماعي والاقتصادي الي ان التكنولوجيا الحديثة اصبحت متاحة ومتوفرة لدي الجميع.

وبذلك فإننا نقبل الفرض الخامس جزئياً بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي وفقا للعوامل الديمغرافية (النوع- طبيعة الدراسة) في درجة الاعتماد على المواقع الصحفية الالكترونية، وعدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الشباب في المستوى الاجتماعي والاقتصادي.

**ملخص النتائج:**

- من العرض السابق للنتائج نخلص الي ما يلي:
- اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الالكترونية الاخبارية في الحصول على المعلومات، حيث جاءت في مقدمة الوسائل التي يعتمدوا عليها، وجاء الاعتماد عليها بشكل دائم في المرتبة الاولى وتمثل الاستخدام اليومي في الخيار الاول وبمعدل ساعة:لساعتين يوميا كما جاءت درجة الاعتماد بدرجة كبيرة وهوما يدل على اهميتها كمصدر معلوماتي.
  - وعن اهم دوافع استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية الاخبارية فجاءت مرتبة كالتالي (تعرفني اخبار العالم المحيط والاطلاع على كل ما يستجد من احداث اول بأول، وتحقق لي الانفراد بأخبار لا تعرض في وسائل أخرى) وهي دوافع معرفية و ترتبط بطبيعة الوسيلة التي تتسم بالسرعة وتحقق (الانية والانفراد بعكس الوسائل التقليدية).
  - وتمثلت ثقة المبحوثين في المواقع الالكترونية الاخبارية بانها متوسطة وارجع البعض اسباب ضعف ثقته في تلك المواقع الي (انتشار الاخبار والشائعات والاخبار المفبركة بها) و (التحيز لوجهة نظر معينة)، كما رتب المبحوثين المواقع الالكترونية الاخبارية التي يتفون فيها وجاءت في مقدمة الترتيب موقع (اليوم السابع) يليه (المصري اليوم) في حين جاء في الترتيب الرابع والسادس (الاخبار- الاهرام)، كما جاء المضمون السياسي يليه الرياضي في مقدمة اختيارات الشباب الجامعي لنوعية المضامين التي يحرص على قراءتها بتلك المواقع.
  - اما طريقة قراءة وتصفح الشباب لتلك المواقع فتمثلت في قراءة العناوين يليها قراءة الموضوعات التي يصاحبها فيديو وتراجعت في نهاية الاختيارات قراءة الموضوع كاملا، كما تمثل تفاعل الشباب مع المواقع عبر (الدخول الي الروابط) يليه مشاركتهم للأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي
  - واعتبر الشباب الجامعي شهرة الموقع اهم آليات الحكم التي من خلالها يستطيع ان يصدر حكمه عليها بالمصادقية يليها شهادة المقربين الموثوق فيهم وكذلك قدرة الموقع على التحديث المستمر.
  - وجاءت اهم المشكلات التي يواجهها الشباب اثناء استخدامهم لتلك المواقع في (التصفح والتجوال داخل الموقع) يليها مشكلة (البث والارشفة)، كما اوضحت النتائج ان الشباب الجامعي (سيتوقف عن متابعته واعتماده على احد المواقع) في حالة معرفته بأن هذا الموقع لا يتمتع بمصادقية في حين رأي البعض (انه سيستمر في متابعتها دون تصديقها).
  - وعن تقييم المبحوثين للمواقع الاخبارية الالكترونية فقد جاء في المحور الاول المتعلق بمصادقية الرسالة الاعلامية بأنها يجب ان تتسم (بالوضوح والابجاز دون الاضرار بالمعني) يليها (تتشر تكذيب للأخبار التي يثبت عدم صحتها) ثم (التزامها بالدقة والموضوعية).

وفي المحور الثاني الخاص بمصداقية الوسيلة فقد جاء تقييمه لها من خلال كونها (اسرع الوسائل في نقل الاحداث "الفورية") يليها (التحديث المستمر) ثم (استخدام الموقع للمستحدثات الرقمية والنصوص الفائقة)

وفي المحور الخاص بمصداقية القائم بالاتصال فكانت (موضوعية الكاتب بصرف النظر عن انتماءاته وأيدولوجياته) يليه (سلوك الكاتب وتصرفاته) ثم (صحة ومنطقية افكاره). وقد اكدت الدراسة على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإلكترونية الاخبارية وبين تقييمهم لمصداقيتها

### التوصيات:

- ١- اجراء المزيد من الابحاث التي توضح العلاقة بين الاداء المهني والضوابط المهنية وعلاقته بتوفر المصداقية في وسائل الاعلام التقليدي والجديد
- ٢- الاهتمام بإجراء بحوث الجمهور بمختلف اعمارهم باعتباره المستهدف من الرسالة الاعلامية والكشف عن قدرته على ادراك مصداقية المعلومات التي يتحدد من خلالها سلوكه داخل المجتمع.
- ٣- الاهتمام بمادة التربية الاعلامية في المدارس والتي تساعد على اكساب الاطفال القدرة على التعامل مع الوسائل الاعلامية التي تتمتع بمصداقية وتمكنه من التمييز بين المعلومات و الشائعات.



## المراجع:

١. أبو وردة، أمين (٢٠٠٨) اثر المواقع الاخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي رسالة ماجستير غير منشورة، نابلس، جامعة النجاح.
٢. التوأم، إبراهيم (٢٠١٦) مصداقية المواقع الإخبارية لدي النخبة الاكاديمية وعلاقتها بالتناظر المعرفي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، مجلد (١٥) العدد(٤).
٣. الرفاعي، مهيتاب(٢٠١٤) استخدامات النخبة المصرية لشبكة الانترنت واتجاهاتهم نحو مصداقيتها، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام.
٤. الشهاوي، سماح (٢٠١٤) مصداقية الصحف الالكترونية المصرية وعلاقتها باستخدام الشباب لها:دراسة ميدانية على الشباب المصري، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، جامعة الازهر الكندية، العدد (٤).
٥. اللبان، شريف (٢٠١٤)الضوابط المهنية والاخلاقية والقانونية للإعلام الجديد رؤي استراتيجية، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، المجلد (٢) العدد (٧).
٦. المقدم، سارة (٢٠١٦)استخدامات تطبيقات الهاتف الخليوي في نقل الاخبار والمعلومات ومستوي مصداقيتها لدى الجمهور، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام.
٧. النجار، وليد (٢٠١١) مصداقية المواقع الصحفية الالكترونية وعلاقتها بدرجة الاعتماد عليها كما يراها جمهور الصفوة الاعلامية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، العدد (٣٧).
٨. الوزان، عبد الله (٢٠١٥) مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي لدي الشباب الجامعي السعودي: دراسة ميدانية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الاوسط ، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد (٧).
٩. بكير، محمد (٢٠١٦) مصداقية المضامين الخيرية بالمواقع الالكترونية والقنوات الفضائية كما يراها الجمهور في المجتمع السعودي، مجلة ام القرى للعلوم الاجتماعية، جامعة ام القرى.
١٠. حسن، عبد الصادق(٢٠١٥)اتجاهات الشباب الجامعي نحو مصداقية المواقع الالكترونية الاسلامية بعد الثورات العربية، مجلة العلاقات العامة والاعلان، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، العدد٤٥.
١١. خليف، سعدية(٢٠١٢) دور المواقع الاخبارية في حصول الشباب المغتربين المصريين على المعلومات عن احداث ثورة ٢٥ يناير، مجلة دراسات طفولة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، مجلد (١٥)، ع(٥٦).
١٢. ربيع، هبة(٢٠٠٩) استخدامات الشباب المصري للمواقع الاخبارية العربية على شبكة الانترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب.
١٣. سليم، حنان (٢٠٠٨) مصداقية الاخبار في وسائل الاعلام لدي الجمهور الالمني، المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الاعلام، جامعة القاهرة، كلية الاعلام.
١٤. صادق، حسني (٢٠١٤) اطر المعالجة الاعلامية للصراعات العربية الداخلية كما تعكسها المواقع الالكترونية للفضائيات العربية والاجنبية الموجهة للمنطقة العربية واتجاهات النخبة نحوها، رسالة

- دكتوراه غير منشورة، جامعة المنيا، كلية الآداب.
١٥. صلاح الدين، خالد (٢٠٠٦) مستويات مصداقية وسائل الاعلام المصرية لدي الجمهور (دراسة كمية -كيفية في اطار النموذج البنائي للمصداقية)، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد ٢٦.
١٦. عبد الغفار، عادل(٢٠١٢)، اعتماد الجمهور المصري على القنوات الفضائية الاخبارية في متابعة احداث ثورة ٢٥ يناير وتطوراتها، المجلة المصرية لبحوث الراي العام، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، مجلد (١١) ع(١)
١٧. عبد الباري، وائل (٢٠٠٥) مصداقية المواقع الاخبارية على الانترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري، المؤتمر السنوي الحادي عشر لكلية الاعلام، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، الجزء (٢).
١٨. عبد العزيز، عزة (١٩٩٦) مصداقية الصحافة المصرية القومية والحزبية، دراسة المضمون والقائم بالاتصال والجمهور، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة جنوب الوادي، كلية الآداب.
١٩. عبد العظيم، عزة (٢٠٠٦) مصداقية مصادر الاخبار بين الجمهور الاماراتي: دراسة مقارنة بين الوسائل التقليدية والحديثة، المجلة المصرية لبحوث الراي العام، يونيو - ديسمبر، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، العدد(٢).
٢٠. عبد العظيم، عزة (٢٠٠٦) مصداقية الإعلام العربي المفاهيم والمعايير، الدار العربي للنشر والتوزيع.
٢١. عبد العظيم، نوال (٢٠١٦) تعرض المراهقين للقضايا السياسية بالصحف الالكترونية وعلاقته بالمصداقية لديهم، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة.
٢٢. علم الدين، محمود(١٩٨٩) مصداقية الاتصال، القاهرة، دار الوزان للطباعة والنشر.
٢٣. على، فودة محمد (٢٠١٤) اعتماد الشباب البحريني على التلفزيون في الحصول على المعلومات، مجلة البحوث الاعلامية، جامعة الازهر، كلية الاعلام، العدد (٤٢).
٢٤. عمران، اميمة (٢٠٠٩) مصداقية المصادر لدي القائم بالاتصال في الصحافة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، العدد(٣٤).
٢٥. كمال، كريمة (٢٠١٠) انقراضية الصحف الالكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الزقازيق، كلية الآداب .
٢٦. مصطفى، هويدا (٢٠٠٤) الإعلام والأزمات المعاصرة، دار مصر المحروسة.
٢٧. موسي، شيرين (٢٠١٣) اساليب تصميم المحتوى الخبري على شبكة الانترنت وعلاقتها بمصداقية المواقع الاخبارية لدي الجمهور، جامعة حلوان، كلية الآداب.
٢٨. نصار، سهام (٢٠٠٣) تأثير المصداقية على علاقة الصفوة بالصحافة المصرية، المؤتمر العلمي السنوي التاسع، اخلاقيات الاعلام بين النظرية والتطبيق، جامعة القاهرة، كلية الاعلام.
٢٩. هاشم، مني (٢٠١٢) مصداقية مواقع بعض الصحف المصرية على الانترنت وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنوفية، كلية الآداب.
٣٠. Andrew, J. Flanagin ; Miriam, J. Metzerm (٢٠٠٨) (The credibility Of

- volunteered Geographic Information, spring science .
31. Ann, Williams(٢٠١٢)Trust Or bust: Questioning the relationship between media trust and news attention, journal of Broadcasting and Electronic Media. Vol.(56), No (1).
  32. Carmen, S. ;Sunder, S.(2008) If Internet Credibility is so lffy, Why the heavy use ?: The relationship between medium use and credibility, Cyber psychology& Behavior, vol.(11), No.(1).
  33. Defleur, Melvin ; Rockeach, Sandra Sandra(1976), model of mass media effect, Communication Research, vol.(13)No.(6)
  34. Dochterman, Mark A. ; Stamp, Gien H. (2010):the Determination of Web Credibility: A Thematic analysis of Web User's Judgments Qualitative Research Reports in Communication 11 (1).
  35. Hanford, Waddah(2006 (Credibility Of New Channels: competing for viewers published in Arab Media in the information Age , Abu Dhobi: Emirates center for strategic studies and Research .
  36. Karlsson, Michael(2007)Immediacy Of Online News: Journalistic Credo Under Pressure, .  
At: [www.Allacademic.com](http://www.Allacademic.com).24/8/2016
  37. Katz, Cheryl ; Baldassare, Mark(1992) Using the L-Word in public:A Test of Spiral of Silence in conservative orange county, public opinion Quarterly, vol.(56)No.(2).
  38. Kaye, Barbara ; Johnson, Thomas().Strengthening the Core: Examining Interactivity, Credibility, and Reliance as
  39. Measures of Social Media Use, Electronic News, Vol.11 (3)
  40. Lee, Hyumin ;Park, Sun A. ; Lee, Young A. ; Cameron, GlenT.)2010)Assessment Of motion media on believability and credibility: An exploratory study, public Relation Review 36 (3) .
  41. Mcdonald, Daniel (1993), Investing Assumptions of Media Dependency Research, communication research, vol.(10), No.(4).
  42. Mehrabi, Davood; Abu Hassan, Musa; Shahkat Ali, Muhamad ( 2009), News Media Credibility Of the Internet and Television. Europe an Journal Of Social Sciences

[http://www.eurojournals.com/ejss\\_11\\_1\\_11.Pdf](http://www.eurojournals.com/ejss_11_1_11.Pdf)

43. Nozato, Yoshiko(2002)(Credibility of online Newspapers, Communication and Development Studies Center For International Studies, Ohio University Wiesbaden.
44. Patwardhan, P., (2003) Internet dependency relations and relationship with exposure, involvement, and satisfaction with internet activities across national survey of U.S and Indian internet users, Ph.D, Southern Illinois University, Department of Mass Communication &Media Arts.
45. Schweiger, Wolfgang(2000)(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)
46. Tcyrone, H.Gold (2004), September 11th2001:An individual media dependency perspective, NA, fac.Brigham Young University., Department of Mass Communication.
47. William, Cassidy( 2007 )Online News Credibility: An Examination Of the Perceptions Of On Line Newspaper Journalists, Journal Of Computer Mediated Communication, Vol(12(No(2).

## Rules of Publishing



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

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

# Mass Communication Research

A Scientific Journal Issued by Al-Azhar University

---

**Chairman of Board of Directors**

**Prof. Dr. Mohamed El mahrasawy**

---

**Editor- in - chief**

**Prof. Dr. Ghanem El Saeed**

---

**Deputy Editor-in-Chief**

**Prof. Dr. Mahmoud El Sawey**

**Prof. Dr. Arafa Amer**

**Dr. Abd El Azeem Khedr**

---

**Managing Editors:**

**Dr. Mohamed Abd El Hameed**

---

**Editorial Secretary:**

**Dr. Ramadan Ibraheem**

---

**Correspondences**

should be sent to the editorial secretary on the following address:

Azhar University - Faculty of Mass Communication – Telephone

Number 0225108256

**Our Website : <https://jsb.journals.ekb.eg>**

---

○ Issue 51 January 2019 part 2

○ **International Standard Book Number ISBN 6555**