

مصادقية المعالجة الإعلامية لقضية سد النهضة الإثيوبي على المواقع الإخبارية الإلكترونية كما يراها الجمهور المصري وتقييم النخبة لها دراسة كمية – كيفية

د. إلهام يونس أحمد*

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى قياس مصادقية المعالجة الإعلامية لقضية سد النهضة على المواقع الإخبارية من وجهة نظر الجمهور وتقييم النخبة لها مع وضع معايير مهنية للتعامل مع هذه القضايا الهامة المؤثرة على الأمن القومي وإعتمدت الدراسة على مدخل الإعتماد على وسائل الإعلام والنموذج البنائي للمصادقية وإستخدمت المنهج الكمي والكيفي.

وتوصلت إلى النتائج التالية:

- 1- تفوق موقع اليوم السابع على باقى المواقع الإخبارية
- 2- أهم أسباب تفضيل الجمهور لهذا الموقع : الفورية ثم الأهمية ثم الدقة وهى مكونات مصادقية هذا الموقع أيضاً من وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة
- 3- وجود علاقة إرتباطية بين مستويات مصادقية المواقع الإخبارية ومدى توفر مكونات المصادقية بها فى معالجة قضية سد النهضة الإثيوبى
- 4- عدم وجود علاقة بين اهتمام الجمهور بقضية سد النهضة الإثيوبى ودرجة متابعة القضية على المواقع الإخبارية.
- 5- وجود علاقة إرتباطية بين دوافع الاعتماد على المواقع الإخبارية ؛ سواء أكانت دوافع نفعية أو طقوسية ومكونات المصادقية المتوفرة فى هذه المواقع .
- 6- توصلت الدراسة من خلال النخبة عينة الدراسة الكيفية إلى وضع معايير مهنية لضبط الأداء الإعلامى على المواقع الإخبارية الإلكترونية للتعامل مع هذه القضايا التى تخص الشأن المصرى

* أستاذ مساعد و رئيس قسم إذاعة وتلفزيون – المعهد الدولى العالى للإعلام- أكاديمية الشروق

The credibility of the electronic news sites treatment of Elnahada Dam issue . From the public 's prespective and its' evaluation From elite's prespective

Abstract:-

This study aims to measure the credibility of the web sites news ' treatment of Elnahda Dam issue from the public 's prespective and its' evaluation from elites and constructing optimum standards to deal with these vital issues which have a huge impact on national security.

Theoretical Fram Work:- Media Dependency Theory & The Structural Model For Media Credibility Levels

Sample of quantative study: 410 from Public Audience

Sample Of qualitative Study: 21 From Media & Specialist Elites

Results:-

- 1- The seventh day site achieved the first choice to the publics' study sample as favorite web site .
- 2- The most important reasons for the public's preference for this site: immediacy, importance, and accuracy, which are components of the credibility of this site as well
- 3- The existence of a correlation between the levels of credibility of news sites and the extent to which the components of credibility are available in dealing with the issue of the Grand Ethiopian .Elnahada Dam.

مقدمة الدراسة :

مع انتشار التقنيات الحديثة للاتصال وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام، تغيرت معالم صناعة المضامين الإخبارية ؛ سواء أكانت من حيث المساهمين فيها أو أشكالها ، حيث بدأ الجمهور المستخدم يلعب دوراً محورياً في العمل الإعلامي ؛ لأنه لم يعد متلقياً فقط ، بل منتجاً ومشاركاً في الوقت ذاته .

ومن هنا ظهرت إشكالية مصداقية الإعلام الحديث ، التي أثارَت جدلاً واسعاً بين الأوساط الأكاديمية والمهنية ، وعلى المستوي الجماهيري ، وذلك على نطاق المجتمعات العربية المختلفة ، وبصفة خاصة مع ارتفاع نسبة اعتماد الجمهور على وسائل الاتصال الحديثة، التي غيرت مفهوم السلوك الاتصالي لدى الجمهور، وجعلتنا نعيش في عالم لا يعرف الحدود ولا القيود ، فهو متداخل الثقافات والمعلومات . وأدت - كذلك - إلى تزايد حالة العداة لوسائل الإعلام التقليدية ، التي نتج عنها كثير من حالات الاستقطاب وبت خطاب الكراهية والتخوين بين فئات الشعب ، والاعتماد على المصادر المجهولة والمبالغة والتحويل في طرح القضايا في ظل تراجع الثقة بوسائل الإعلام، بل أصبحت هناك أزمة في المصداقية على مستوى العالم أجمع ؛ فمفاهيم الموضوعية والإنصاف والعدالة والشمولية والتوازن ، أصبحت تتخذ أشكالاً جديدة في هذه البيئة الإلكترونية ، مما يترتب عليه صعوبة في تحقيقها بشكل حر - من خلال الغزارة المعلومات والأخبار وثرء الوسيلة وتعدد المصادر وتباين مصداقيتها . فضلاً عن عدم القدرة على تصي مصداقية المواقع وتباين المعايير ، التي يمكن الاستناد إليها في الحكم على مصداقية المادة الإعلامية وتقليد المواقع الإلكترونية بعضها بعضاً ، دون التأكد من مصداقيتها اعتماداً على انتشار المعلومات في مواقع أخرى . ولمّا كانت المصداقية من المسائل المهنية المتعلقة بأخلاقيات الإعلام؛ فإن الاهتمام بها يزداد في أوقات الأزمات والقضايا المصيرية، التي تشكّل جزءاً من مستقبل مصر وأمنها المائي، وهي قضية سد النهضة الإثيوبي .

مشكلة الدراسة:

تراجعت في السنوات الأخيرة مصداقية وسائل الإعلام تراجعاً واضحاً ، بل أصبحت هناك أزمة في هذه المصداقية على مستوى العالم أجمع . وتشير التوجهات العلمية الحديثة إلى أن تحقيق المصداقية لدى الجمهور أمر ليس باليسير ، لأنها مفهوم متعدد الأبعاد الآتية :

- ما يتعلق بالوسيلة وخصائصها.
- ما يتعلق بالمؤسسة الإعلامية ذاتها من حيث : (نمط الملكية – تمويلها – توجيهها السياسي)
- ما يتعلق بالمصدر.
- ما يخص طبيعة التغطية الإعلامية.

كما أنها ترتبط - كذلك - بمجموعة من المتغيرات مثل الأنظمة السياسية والثقافية للمجتمع ، خصائص الجمهور، وبصفة خاصة في ظل جمهور نشط ، يقيم ما يقدم له . وفى ضوء تعدد البدائل الإعلامية التي يتحرى من خلالها الجمهور مصداقية المعلومات، ويقارن من خلالها مصادر الأخبار المختلفة.

وفى ظل تراجع الثقة في وسائل الإعلام ، التي أكدتها الدراسات الإعلامية⁽¹⁾. التي بلغت 27% فقط حسب استطلاع للرأي العام ، أُجري حول الحالة السياسية والاجتماعية ، وبخاصة في تغطية القضايا الخلافية ، بعد ما أصبح من الصعب التمييز بين ما هو المحايد من المتحيز بصفة خاصة في معالجات المواقع الإخبارية للقضايا المهمة ، التي أصبحت تدار إعلامياً وليس سياسياً فقط . وبالتالي تؤثر المعالجة الإعلامية في الجمهور ، وذلك بتوجيه الرأي العام نحو اتجاه ما

ولذلك دعت الضرورة البحثية دراسة مصداقية المعالجة الإخبارية لقضية سد النهضة على المواقع الإخبارية.

ولما كانت النخبة الإعلامية والخبراء في هذه القضية هم المسؤولون عن الإدلاء بالتصريحات ونتائج المفاوضات وتطورات القضية ؛ فإن تقييمهم لمصداقية المعالجة يعدّ إضافة منهجية ومهنية بهدف وضع معايير مهنية للمعالجة الإعلامية المهنية لهذه القضية الحساسة والمهمة .

أهمية الدراسة:

1. ضرورة مواكبة التيارات والاتجاهات البحثية ، حول مصداقية وسائل الإعلام الحديثة في ضوء تنامي بحوث المصداقية في الدول المتقدمة والنامية ، وكذلك في ظل الجدل الواسع حول حروب الجيل الرابع، وانعدام المصداقية في الإعلام التقليدي والحديث.
2. ضرورة الكشف عن مدى التزام المواقع الإخبارية بمعايير المصداقية والمهنية ، في التغطية الإخبارية للأحداث والقضايا السياسية المصيرية.
3. اختبار فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام - كإطار تفسيري - لآليات بناء الثقة في المواقع الإخبارية. وكذلك دراسة مستويات مصداقية المواقع الإخبارية طبقاً للنموذج البنائي للمصداقية .
4. حداثة وقلة الدراسات التي تناولت مصداقية المواقع الإلكترونية الإخبارية والقضايا السياسية بشكل عام ولقضية سدّ النهضة بشكل خاص.
5. تبحث الدراسة مدى أهمية الدور الذي تقوم به المواقع الإلكترونية ؛ حيث أصبحت القضايا السياسية تُدار إعلامياً وليس سياسياً فقط . وبالتالي قد يكون تأثيرها كبيراً في المستخدم العربي ، حال تحييز هذه المواقع أو محاولتها لتوجيه الرأي العام في اتجاه ما ، في ظل تزايد أعداد هذه المواقع وزيادة نسبة مستخدميها.

6. أهمية القضية التي تتناولها الدراسة حيث تعدُّ قضية سد النهضة من أهم القضايا السياسية التي تهدد الأمن المائي للشعب المصري ، وتحظى باهتمام عالٍ لدى الجمهور المصري.

7. أهمية دراسة مصداقية الإعلام الجديد ؛ لأنَّ له دورًا بارزًا في إدارة العديد من الصراعات الدولية وتقديم تصورات بشأن الأطراف المشاركة فيها.

8. وضع معايير المعالجة الإعلامية لهذه القضايا المصيرية المهمة للدولة .

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى رصد مستوى مصداقية المواقع الإخبارية ، في معالجة قضية سد النهضة لدى الجمهور المصري ، ومدى اعتماده عليها لإدراك تطورات الأزمة ووضع المعايير المهنية، لمعالجة مثل هذه القضايا المهمة . وينبثق عن هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية منها:

1- رصد وتحليل المتغيرات التي تؤثر في تقييم المصداقية المدركة للمواقع الإخبارية من قبل الجمهور المصري.

2- التعرف على درجة مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية، فيما يختص بقضية سد النهضة.

3- التعرف على مدى وعي الجمهور المستخدم للمواقع الإلكترونية بمكونات مصداقية هذه المواقع ؛ سواء ما يتعلق منها بالوسيلة أو القائم بالاتصال أو الجمهور ذاته.

4- رصد درجة اعتماد الجمهور على هذه المواقع في الحصول على المعلومات المتعلقة بقضية سد النهضة.

5- الوصول إلى معايير مهنية للتعامل الإعلامي على المواقع الإخبارية الإلكترونية مع القضايا المصيرية مثل قضية سد النهضة الإثيوبي من خلال النخبة الإعلامية والمتخصصة

تساؤلات وفروض الدراسة:

أولاً- تساؤلات الدراسة الكمية:

1. ما أهم المصادر الإعلامية بصفة عامة ، التي يحصل منها الجمهور على معلومات عن قضية سد النهضة الإثيوبي.

2. ما أهم المواقع الإخبارية التي يفضلها الجمهور ويعتمد عليها في الحصول على معلومات عن قضية سد النهضة الإثيوبي.

3. ما أسباب تفضيل هذه المواقع.
4. ما مستوى مصداقية هذه المواقع.
5. ما مكونات المصداقية أو سمات المصداقية في هذه المواقع .
6. ما التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد على هذه المواقع.

فروض الدراسة الكمية:

- الفرض الأول-** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسباب اهتمام الجمهور بقضية سد النهضة ، ودرجة الاعتماد على المواقع الإخبارية الإلكترونية.
- الفرض الثاني-** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع اعتماد الجمهور على المواقع الإخبارية الإلكترونية للحصول على معلومات عن سد النهضة ، ومدى توافر مكونات المصداقية لها.
- الفرض الثالث-** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة تفضيل الجمهور للمواقع الإخبارية الإلكترونية في تناولها قضية سد النهضة ، ومدى توافر مكونات المصداقية في هذه المواقع.
- الفرض الرابع-** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية ، ومدى توافر مكونات المصداقية لها.
- الفرض الخامس-** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد على هذه المواقع.

ثانياً- تساؤلات الدراسة الكيفية:

تمثلت تساؤلات الدراسة الكيفية في عدة محاور ، تمت مناقشتها مع النخبة الإعلامية والنخبة المتخصصة في (الموارد المائية ، السدود ، السياسة ، القانون الدولي) على النحو الآتي :

1. ما تقييم النخبة لمصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية في معالجة قضية سد النهضة الإثيوبي؟
2. ما المعايير التي استندت إليها النخبة في هذا التقييم ؟
3. ما رأي النخبة في تأثير التفاعلية على المواقع الإخبارية الإلكترونية على اتجاه المعالجة الإعلامية لهذه القضية المهمة؟
4. هل ترى النخبة أن المواطن الصحفي له دور في معالجة هذه القضية ؟

5. ما رؤية النخبة لما ينبغي أن تكون عليه طريقة معالجة هذه القضية؟ فى محاولة لوضع معايير مهنية للتعامل مع هذه القضايا المصيرية

متغيرات الدراسة:

المتغيرات المستقلة	المتغيرات التابعة
1- درجة تفضيل المواقع الإخبارية.	1- مدى توفر مكونات المصادقية فى هذه المواقع.
2- دوافع الاعتماد على المواقع الإخبارية.	2- التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية.
3- مستوى المصادقية بقضية سد النهضة	3- درجة متابعتها على المواقع الإخبارية الإلكترونية.

منهج الدراسة:

المنهج المستخدم فى هذا البحث هو منهج المسح الوصفي *Descriptive survey* ، الذي يهدف إلى وصف وتوثيق مصادقية المعالجة الإخبارية على المواقع الإلكترونية لقضية سد النهضة ، حسب الهدف منه ، وكذلك مسح الجمهور (العام والنخبة المتخصصة) حسب مجال التطبيق.

مجتمع الدراسة:

أولاً - مجتمع الدراسة الكمية:

تمثل مجتمع الدراسة (حسب الهدف منها) فى الجمهور المصري العام من سن 18 ← سن 65.

ثانياً - مجتمع الدراسة الكيفية:

تمثل مجتمع الدراسة الكيفية فى : النخبة الإعلامية (رؤساء تحرير ومستشارين إعلاميين فى إثيوبيا، رؤساء محطات إذاعية وتلفزيونية)، النخبة المتخصصة التي تمثلت فى المتخصصين فى الشؤون السياسية والجغرافية والمياه والسدود والقانون الدولي.

إطار العينة: الجمهور المصري العام فى الدراسة الكمية ، النخبة بأنواعها فى الدراسة الكيفية .

عينة الدراسة (نوعها ، حجمها ، إجراءات سحبها):

أولاً - عينة الدراسة الكمية:

نوع العينة وإجراءات سحبها :

خضعت عينة الدراسة الكمية لنوع العينة المتاحة . **convenient sampling** ، وهى التى تقوم على إختيار وحدات العينة الأكثر إتاحة للباحث وتم اللجوء لهذا النوع من العينات للحصول على عينة كبيرة وبسرعة من خلال الحسابات الفردية والمجمعة على جميع مواقع التواصل الإجتماعى (facebook, whatsapp)

(messenger) حيث تم إرسال الرابط الخاص بالإستمارة والذي تم رفعه على
drive google من خلال الرابط
التالى: <https://forms.gle/wzpd85M8ciNi7hLK6>

أما **عينة الدراسة الكيفية فهي عينة غير احتمالية عمدية Judgment sampling (purposive)** حيث تم اختيار النخبة الإعلامية والنخبة المتخصصة بناءً على خبراتهم في ملف سد النهضة من خلال كتاباتهم وأحاديثهم الإعلامية .

حجم العينة:

عينة الدراسة الكمية : بلغ حجم العينة في الدراسة الكمية 410 مفردات من الجمهور العام بكل فئاته.

عينة الدراسة الكيفية: بلغ حجم العينة في الدراسة الكيفية 20 مفردة (النخبة الإعلامية، النخبة المتخصصة). واشتملت على :

1- النخبة الإعلامية :-

- 1- أ. علاء ثابت (رئيس تحرير جريدة الأهرام).
- 2- أحمد سنجاب (رئيس القسم السياسي بوكالة أنباء الشرق الأوسط ورئيس قطاع الأخبار بشبكة تليفزيون النهار).
- 3- مصطفى أحمدى (مستشار إعلامي في إثيوبيا ومدير إدارة غرب أفريقيا والمدير التنفيذي لموقع مصر إفريقيا بهيئة الاستعلامات وكاتب رأي بصحيفة الأهرام ويكلي).
- 4- انتصار شلبي (رئيس الإذاعة الأسبق).
- 5- د. لمياء سليمان (مذيعة بإذاعة الشرق الأوسط ومدير عام التنسيق الإخباري بالإذاعة المصرية).
- 6- الكاتبة الصحفية أ. أسماء الحسيني (المتخصصة في الشأن الإفريقي ونائب رئيس تحرير الأهرام).
- 7- محمد عبد الحارس ملك (كبير مذيعين بشبكة الإذاعات الموجهة للقارة الإفريقية بالإذاعة المصرية).
- 8- علي محمد علي (مذيع البرامج السياسية والإخبارية والكاتب متخصص في الشأن الإفريقي والباحث السياسي ومشرف البرامج السياسية ببعض المحطات الفضائية الإخبارية العالمية).
- 9- الكاتب الصحفي حسن أبو خزيم (المسئول عن ملف مجلس الوزراء بروز اليوسف).
- 10- د. منى حسين (مدير عام إدارة التحليل السياسي بقطاع الأخبار).
- 11- محمد عبد العزيز (مدير مركز لندن للبحوث السياسية)
- 12- نجلاء سليم (كبير مذيعين الشباب والرياضة).

13- علي محمد الكنيسي (معد برامج سياسية في الهيئة الوطنية للإعلام).
2- النخبة السياسية والخبراء :-

- 1- د. هبة البشبيشي (مدرس علوم سياسية وباحث في الشؤون الأخلاقية).
- 2- أ.د. نادر نور الدين (أستاذ الأراضي والموارد المائية والسدود).
- 3- أ. عباس شراقي الكاتب والمؤرخ السياسي.
- 4- لواء دكتور أحمد رفاعي (خبير عسكري ومحاضر بأكاديمية الشرطة).
- 5- اللواء أشرف أمين (خبير عسكري ومساعد وزير الخارجية الأسبق).
- 6- أ. محمد الشافعي (الكاتب الصحف والمؤرخ والموثق التاريخي).
- 7- أ. نبيل نجم الدين (الكاتب المتخصص في العلاقات الدولية).
- 8- د هاني رسلان (كاتب وباحث سوداني ومتخصص في شؤون السودان ورئيس وحدة دراسات دول حوض النيل بالأهرام).

أدوات جمع البيانات:

أولاً- الدراسة الكمية: تمّ جمع البيانات من خلال استمارة ميدانية ، وتمّ وضع مجموعة من الأسئلة التي تقيس متغيرات الدراسة، ثم تمّ تحكيمها من أساتذة الإعلام (2) . ثم تمّ إجراء التعديلات التي أوصى بها المحكمون، وبعد إعادة صياغة الاستمارة وضبط مقاييسها ؛ تمّ رفعها على جوجل دريف ، وإعداد رابط الكتروني بها، ثم تمّ إرسالها على صفحات التواصل الاجتماعي العامة التي تضم جمهوراً عاماً.

<https://forms.gle/wzpd85M8ciNi7hLK6>

صدق الاستمارة: يقصد به مدى قدرتها على قياس أهداف الدراسة ، وتم التحقق منه من خلال تحكيم الاستمارة التي اشتملت على أسئلة ومقاييس على مجموعة من الخبراء وأساتذة الإعلام.

ثبات الاستمارة: لقياس ثبات الاستمارة الميدانية تم تطبيق هذه الخطوات:

1- تم تطبيق الاستمارة على نسبة 10% من إجمالي حجم العينة؛ أي حوالي 41 مفردة .

2- بعد مرور 15 يوماً تقريباً، تم تطبيق الاستمارة (وبخاصة المقاييس) على نفس أفراد العينة في المرحلة الأولى. ثم تمّ حساب معامل الفاكرونباخ للثبات ، الذي بلغت قيمته 82%.

ثانياً- الدراسة الكيفية:

تمّ جمع البيانات في الدراسة الكيفية باستخدام (المقابلات المتعمقة) **Intensive interviews** (3) وهي مقابلة شخصية وغير مقننة، تم من خلالها الحوار مع النخبة بشكل متعمق بهدف التعرف على معتقداتهم واتجاهاتهم

نحو مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية في معالجة قضية سد النهضة ، وما يجب أن تكون عليه طريقة معالجة هذه القضية.

المعالجة الإحصائية للبيانات :

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها -بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم SPSS اختصاراً لـ: Statistical Package for the Social Sciences ، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية :

- 1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية
- 2- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري
- 3- الوزن المئوي الذي يحسب من المعادلة
- 4- الوزن المئوي = (المتوسط الحسابي x 100) ÷ الدرجة العظمى للعبارة
- 5- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبية (Interval Or Ratio). وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30 ، ومتوسطة ما بين 0.30-0.70 ، وقوية إذا زادت عن 0.70 .
- وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر ، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل

الدراسات السابقة :-تنقسم الدراسات السابقة إلى محورين :-

المحور الأول - الدراسات التي تناولت مصداقية وسائل الإعلام بشكل عام .

المحور الثاني -الدراسات التي تناولت مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية .

أولاً - دراسات المحور الأول وتشمل:

(1) Masahiro Yamamoto and Seunghan Nah , 2018:

اختبار متعدد المستويات لمصداقية الصحف الورقية

تعتمد هذه الدراسة إطار عمل متعدد المستويات لاختبار ما إذا كانت مصداقية الصحف المحلية يتم تفسيرها من خلال العوامل الفردية ومستوي المجتمع ، ترتبط المصداقية بكثير من المتغيرات مثل الأيدولوجية المحافظة، واستخدام الصحف والثقة الاجتماعية والثقة السياسية ، وذلك كما أظهرت النتائج. وقد تم اختيار أو قياس المصداقية من خلال مصطلحات (الدقة ، قلة التحيز ،

التوازن والإنصاف ، الثقة ، عمق المعلومات(4).

(2) George DH pearson and silvia knobloch, 2018:

Perusing pages and skimming screens: Exploring differing patterns of selective exposure to hard news and professional sources in online and print news.

كشفت هذه الدراسة أن الأخبار الخفيفة المنتشرة - على شبكة الإنترنت - يزداد استخدامها من قبل الناخبين من منطلق الكوميديا والترفيه ، مقابل قلة استخدام الأخبار المهمة نظراً لانخفاض مصداقيتها لديهم.

وقد اتضح ذلك من خلال استعراض 32 عنصراً خبرياً ، نصفها من الأخبار الصعبة ، والنصف الآخر من الأخبار السيئة . وقد تبين أن الأخبار المرتبطة بمصادر ذات مصداقية عالية أو منخفضة ترجع إلى تعزيز التعرض الانتقائي. أما الأخبار الكوميديّة أو الخفيفة يتم التعرض لها عبر Socialmedia ، بعيداً عن التعرض الانتقائي الذي ترجعه الدراسة إلى ارتفاع المصداقية (5).

(3) Thomas J. Johnson, 2016: Some like it lots: The influence of interactivity and reliance on credibility .

تأثير التفاعل والاعتماد على المصداقية .

تهدف هذه الدراسة إلى :

دراسة مستوى التفاعل مع 15 مصدرًا سياسيًا ، تحديد درجة الاعتماد عليهم ، تقييم تصورات مصداقية هذه المصادر ، مقارنة قوة التفاعل مع قوة الاعتماد على أحكام المصداقية.

وقد حددت هذه المصادر بمواقع الشبكات الاجتماعية و تويتر وتطبيقات الأجهزة المحمولة. وقد تراوحت معدلات المصداقية من المعتدل إلى الموثوق به للغاية.

وقد خلصت الدراسة بمجموعة من النتائج أهمها:

1- بالنسبة للتفاعلية ؛ أكدت البيانات أن المشاركين في الدراسة أكثر تفاعلاً على مواقع التواصل الاجتماعي ، في الموضوعات الاجتماعية. وأن مستويات التفاعل معتدلة مع باقي المضامين المتنوعة ، وقد فسرت الدراسة ذلك بتفصيل الجمهور تلقّي المعلومات السياسية . أما الاجتماعية فهو يرى ضرورة التفاعل معها.

2- بالنسبة للاعتماد ؛ أكدت بيانات الدراسة ارتفاع الاعتماد على المواقع التي يري الجمهور أنها أكثر مصداقية، وجاء الاعتماد مرتفعاً على وسائل الإعلام التقليدية ، وبصفة خاصة فيما يتعلق بالمعلومات السياسية . ولذلك جاءت الصحف في

المرتبة الأولى تليها المواقع الاجتماعية ثم شبكة CNN وموقعان حزبيان (المواقع السياسية والمدونات السياسية) .

3- أكدت هذه الدراسة أن وسائل الإعلام التقليدية غير الحزبية ؛ هي الأكثر مصداقية، حيث تصدرت المراكز الست الأولى ؛ فقد جاءت الصحف ثم مجلات الأخبار ثم الأخبار التلفزيونية ثم CNN ثم أخبار الراديو ثم MSNBC في ترتيب المصداقية ، على الرغم من قلة التفاعل معها ازداد الاعتماد وازدادت المصداقية . في حين جاء تويتر والمدونات وفوكس أقل مصداقية رغم ارتفاع نسبة التفاعلية (6)

(4) Measuring Message credibility: Construction and validation of an exclusive scale.

قياس مصداقية الرسالة : البناء والإتاحة لمقياس جديد .

على الرغم من الدعوات لتصور مصداقية باعتبارها ثلاثة مفاهيم منفصلة : مصداقية المصدر ، مصداقية الرسالة ، مصداقية الوسائط.

ولا يوجد نطاق يقيس حصرياً مصداقية الرسالة لمعالجة هذه الفجوة ، وتهدف هذه الدراسة إلى إضافة هذا البُعد. وقد أشارت نتائج تحليل العوامل إلى أن المصداقية وبصفة خاصة في سياق الأخبار يمكن قياسها من خلال سؤال المشاركين عن مدى وصفه ثلاث صفات للمحتوى دقيقة ، حقيقية ، يمكن تصديقها ، وذلك بعرض مقاليتين إحداهما عالية المصداقية والأخرى منخفضة المصداقية . وتقييمها على أساس جدول مقترح(7).

(5) Eun Go, KungHanyou et all: Why do we use different types of webistes and assign them different levels of credibility? Structural relation among users motives, Types of webistes, information credibility and trust in the press.

وتبحث هذه الدراسة في دوافع استخدام الأفراد لمواقع الانترنت ، استناداً إلى الاستخدامات والإشباع المتحققة من هذه المواقع.

وأشارت النتائج إلى أن طريقة استخدام الجمهور لمواقع الانترنت تؤثر في تصورات المستخدمين لمصداقية المعلومات عبر الانترنت ، وكذلك الثقة في الصحافة الالكترونية بشكل عام ، وذلك بنسبة كبيرة .

أضافت هذه الدراسة أهمية العلاقة بين مصداقية وسائل الإعلام والثقة في الوسيلة. وأكدت الدراسة أن دافع البحث عن معلومات ومراقبتها ، رفع مستوى استخدام المواقع الإخبارية ، بينما الدوافع الأخرى ، قد رفع نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

وأن استخدام المواقع الإخبارية ، قد رفع مستوى الثقة لدى المستخدمين. وأن استخدام المواقع الاجتماعية قلل مستوى الثقة لدى المستخدمين (8).

(6) Seunghan Nah, Deborah schung, 2011: When citizens meet both professional and citizen journalists: Social Trust, media credibility and perceived Journalistic roles among online community news readers.

وتبحث هذه الدراسة في كيفية إدراك القراء لمجتمع الأخبار والعاملين فيه ؛ سواء أكانوا صحفيين محترفين أو مواطنين صحفيين . وما تأثير الثقة والمصداقية في إدراك أدوارهم الصحفية.

وقد أشارت التحليلات إلى أنه على الرغم من أن مصداقية وسائل الإعلام ، كانت مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بمفاهيم دور الصحفيين المحترفين فقط ، إلا أن الثقة الاجتماعية كانت مرتبطة بشكل إيجابي بمفاهيم دور كل من الصحفيين المحترفين والمواطنين ، وتناقش الآثار المترتبة على العلاقة بين الثقة الاجتماعية ومصداقية وسائل الإعلام وأدوار الصحافة المتصورة(9).

(7)David Twksbury, 2011: The impact of Sourcelabeling on the perceived credibility of Television News.

وتوصلت دراسة ديفيد توكسبري وآخرين (2011) حول تأثير المصدر على مصداقية الأخبار التلفزيونية لدى الجمهور ، إلى أن مصداقية الأخبار المصورة في التلفزيون لا تتأثر بمصدر الأخبار ، بالرغم من أن النتائج قد أشارت إلى أن نسبة من الجمهور تؤكد ضرورة كتابة مصدر الفيديو الذي يعرض في الأخبار (10).

(8)Koetsenruizter,A.Willem M.Spring 2011: Using Numbers In News Increases story credibility News Paper¹¹.

أوضحت دراسة كوتسنرويتز (2011) حول تأثير البيانات الرقمية على مصداقية القصة الخبرية ، إلى أن البيانات الرقمية تزيد من مصداقية المضمون الخبري في وسائل الإعلام(12).

(9)وسام نصر ، (2010) (13): مصداقية وسائل الإعلام المصرية الحكومية والخاصة أثناء الأزمات دراسة تطبيقية على أزمة أنفلونزا الخنازير.

وتهدف هذه الدراسة إلى: التعرف على درجة ثقة الجمهور المصري في وسائل الإعلام الحكومية مقابل وسائل الإعلام الخاصة ، في تغطية أزمة أنفلونزا الخنازير – الوقوف على درجة مصداقية كل وسيلة من وسائل الإعلام فيما يختص بتناول هذه الأزمة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- 1- تصدر التلفزيون بقنواته المختلفة مصادر المعلومات وقت الأزمات ،التي ترتفع درجة الثقة فيها وتتمتع بأعلى درجات المصداقية.
- 2- تأثير نمط الملكية على درجة المصداقية ، حيث تفوقت القنوات والصحف الخاصة على مثيلاتها الحكومية.
- 3- اختلفت درجات التعرض ودرجات الاعتماد على الوسائل الإعلامية المختلفة طبقاً لدرجة مصداقية هذه الوسائل لدي الجمهور في تناول أخبار أزمة أنفلونزا الخنازير .

(10) Laura Arpan,2009:The effect of Exemplification On Perceptions of News Credibility⁽¹⁴⁾.

وتوصلت هذه الدراسة إلى خطورة الاستعانة بالأمتلة في المضمون الخبري ، حيث يؤدي إلى سوء فهم للأخبار وتأثيرها في تقييم مصداقيتها ، وأن عدم ذكر المصادر يؤدي إلى تقليل مصداقية القراء للقصة الإخبارية.

(11) Mehrabi,Davood&others,2009:NewsMedia Credibility of the internet and television.

وفى دراسة مهربي وآخرين (2009) ⁽¹⁵⁾: لمعرفة مدى مصداقية أخبار وسائل الإعلام في التلفزيون والانترنت ، وتبين أن التلفزيون في نقل الأنباء يكون له مصداقية أكثر من الإنترنت.

(11) نايف العتيبي ،2009:- مصداقية الأخبار التلفزيونية لدى طلاب وطالبات جامعة الملك سعود

وقد أظهرت دراسة العتيبي (2009) ⁽¹⁶⁾: أن القنوات التلفزيونية الخاصة ، حظيت بدرجة مصداقية أعلى من القنوات الحكومية ، وجاءت متوسطات عناصر المصداقية أعلى من القنوات الحكومية ، وجاءت متوسطات عناصر المصداقية بالقنوات الخاصة أعلى من نظيراتها بالقنوات الحكومية ، وتميزت بعناصر الحرية والقرب والكفاءة المهنية ، وأن الإنترنت يحتل المرتبة الأولى كبديل إعلامي في حال فقدان الثقة بالأخبار التلفزيونية ، يليها الصحافة ، وتأتي الإذاعة في نهاية الاختيار.

(12)Charly Campanella Bracken,2006:-perceived source credibility of local television news: the impact of television form and presence.

وجاءت دراسة كامبلينا (2006) ⁽¹⁷⁾: لمعرفة مدى مصداقية النشرات الإخبارية بالتلفزيون المحلي الأمريكي ، أوضحت أن مصداقية المعلومات ترتبط بالقضايا

الاجتماعية المتعلقة بحياة الفرد اليومية، ومصداقية مقدمي البرامج ومقدرتهم على إدارة الحوار والإعداد الجيد للموضوعات ، وكذلك اتضح وجود علاقة ارتباطية بين المستوى الاجتماعي ، والتعليمي للفرد ، وإدراك مدى المصداقية في نشرات الأخبار.

(13) دراسة ماجدة مراد (2008) (18) : مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية وعلاقتها بروية النخبة الجامعية لحرية الإعلام.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مصداقية العديد من الفضائيات الإخبارية مثل الجزيرة العربية، CNN ، النيل للأخبار، اليونبور وعلاقة هذه المصداقية بروية النخبة الجامعية لحرية الإعلام. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

أوضحت الدراسة أن الفضائيات الإخبارية العربية في مقدمة المصادر ، التي يعتمد عليها أفراد العينة في استقاء معلوماتهم، وكذلك وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مستوى مصداقية الفضائيات الإخبارية ومعدل مشاهدة أفراد العينة لها.

(14) خالد صلاح الدين حسن (2006) (19) : مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور .. دراسة كمية كيفية في إطار النموذج البنائي للمصداقية.

وتهدف هذه الدراسة إلى تحديد مستويات مصداقية وسائل الإعلام لدى الجمهور المصري وفقاً لمستويين: المستوى العام (Macro level) ، والمستوى الفردي المحدد Micro level . واعتمدت الدراسة على النموذج البنائي للمصداقية . وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الجمهور المصري يقيم وسائل الإعلام التقليدية بوصفها أكثر مصداقية من المواقع الإخبارية الالكترونية المصرية.

وطرحت الدراسة مؤشرات بالغة الأهمية ، تتعلق بتفوق المواقع الالكترونية على الوسائل التقليدية من حيث الصورة الذهنية لدى الجمهور عن تلك المواقع والإخبارية . وكذلك وجود علاقة قوية بين المصداقية والاعتماد وسائل الإعلام.

(15) هويدا مصطفى (2003) (20) : مصداقية وسائل الإعلام كما تراها النخبة في مصر دراسة حالة للتغطية الإعلامية " الحرب على العراق " .

وتهدف هذه الدراسة إلى استطلاع آراء النخبة المصرية في حجم التناقض في التقارير التي تبثها وسائل الإعلام (المحلية ، العربية ، الدولية) في مختلف المجالات.

وكذلك آراؤهم في معرفة أكثر الوسائل مصداقية، وتقويمهم للمصداقية من حيث: الدقة ، النزاهة ، الموضوعية ، الثقة ، التحيز في تغطيتها الإخبارية ، المسؤولية المهنية

.....

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- ارتفاع نسبة التعرض للتقارير المتناقضة من وسائل الإعلام المتعددة.

2- اعتماد النخبة بدرجة كبيرة على الصحف أكثر من التلفزيون.

3- تمثلت عناصر المصداقية بشكل عام في عدم التحيز، عدم الإثارة، عدم المسؤولية، عدم الالتزام بالدقة في المعلومات الواردة في التقارير. كما حققت وسائل الإعلام الأجنبية درجة عالمية من المصداقية أثناء متابعة أحداث حرب الخليج.

(16) حمدان خضر السالم ، خضير عباس ضاري الموسوي : مستويات مصداقية الصحافة في إطار النموذج البنائي المصداقية.

هدفت هذه الدراسة إلى إجراء تحليل كفي للدراسات الأكاديمية العربية والعراقية، التي أجريت عن مصداقية الصحافة . وتوصلت إلى طرح أبعاد جديدة لمقياس المصداقية في إطار النموذج البنائي وطرح مراحل لتصديق وسائل الإعلام.

المحور الثاني - الدراسات التي تناولت مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية :

(1) سمية زكي يماني (2017) (21): مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام الجديد لدى الجمهور السعودي : دراسة ميدانية.

وتهدف الدراسة إلى التعرف على رأي الجمهور السعودي في مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام الجديدة، وكذلك استخداماتهم لها ، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

وتوجد علاقة إيجابية بين مصداقية وسائل الإعلام الجديد، ومعدل المشاهدة. وأن مفهوم المصداقية بالنسبة للجمهور هو : الدقة ، الأمانة ، الوضوح ، المسؤولية ، والثقة والجدية والموضوعية.

(2) محمد أيمن صبحي جربوع (2017) (22): مصداقية الأخبار المحلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية لدى طلبة الإعلام في جامعات محافظات غزة .. دراسة ميدانية.

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مصداقية الأخبار المختلفة للشأن الداخلي في المواقع الإخبارية الفلسطينية لدى طلاب الجامعات في محافظة غزة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- يوجد ثقة بدرجة متوسطة في الأخبار المحلية المنشورة في الموقع الإخبارية. كما توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين عناصر المصداقية ودرجة اعتماد طلبة كليات الإعلام على الأخبار.

(3) محمد عبده بكير (2016) (23): مصداقية المضامين الإخبارية بالمواقع الإلكترونية والقنوات الفضائية كما يراها الجمهور في المجتمع السعودي.

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى المصادقية، التي تحظى بها مضامين المواقع الالكترونية مقارنة بالمصادقية، التي تحظى بها القنوات الفضائية. وتم تطبيق الدراسة على 365 مفردة من الجمهور السعودي. وتمثلت أهم النتائج في:

1- ارتفاع نسبة مصادقية القنوات الفضائية عن مصادقية المضامين الخيرية على المواقع الالكترونية.

2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصادقية المضامين الخيرية في كل من المواقع الالكترونية والقنوات الفضائية وحجم تعرض الجمهور السعودي لها.

(4) محمد زين عبد الرحمن (2015) (24): مصادقية التناول الإعلامي لمشروع قناة السويس الجديدة عبر المواقع الالكترونية وعلاقته بتدعيم الانتماء الوطني لدى الجمهور.

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على حجم تعرض الجمهور للإنترنت والمواقع الإلكترونية الإخبارية والأخبار الخاصة بمشروع قناة السويس الجديدة تحديداً. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

اقتصرت مستويات التعرض للمواقع الإخبارية على عدد مستخدمي المواقع الإخبارية فقط وعددهم 338 بنسبة 88.48 % ، من إجمالي مستخدمي الإنترنت. وثبت صحة الفرض الذي ينص على أنه: تختلف مستويات التعرض لموضوعات قناة السويس ؛ طبقاً لاختلاف مستويات المصادقية الخاصة بالمواقع الإخبارية المتعددة . وكذلك ثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس الانتماء الوطني؛ تبعاً لاختلاف مستويات التعرض لموضوعات قناة السويس عبر المواقع الإخبارية.

(5)Soloman Messing and Sean J. Westwood, (2014) Selective expousure in the age of social Media Endorsements Trump (25) partisan source Affiliation when Selecting News online

تفترض الكثير من الكليات البحثية عن الاستقطاب والتعرض الانتقائي أن الإنترنت يزيد من تشطّي وسائل الإعلام والمواطنين . وبالتالي يؤثر في استهلاك المواطنين لها بالإضافة إلى أن مواقع الإنترنت تتيح للمواطنين ميزة اختيار القصص الخيرية، التي يتعرضون لها ، حيث تأتي هذه القصص موصى بها من قبل أفراد غير متجانسين سياسياً.

حيث يتجه الجمهور الأمريكي لاستهلاك وسائل الإعلام عامة طبقاً للتوجهات الحزبية ؛ وبخاصة بين النخب مما أدى إلى تراجع الخطاب المدني لديهم (لدى النخبة) . وقد أوضحت النتائج أن التأييد الاجتماعي يغيّر بشكل أساسي الطريقة التي يتم بها استهلاك الأخبار؛ حيث إن التنوع في أطياف الجمهور المتنوعة يجب أن يقابلها تنوع في المحتوى.

(6) وليد عبد الفتاح النجار، (2011) (26): مصداقية المواقع الصحفية الالكترونية وعلاقتها بدرجة الاعتماد عليها كما يراها جمهور الصفوة الإعلامية المصرية – دراسة ميدانية .

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على درجة مصداقية المواقع الصحفية الالكترونية وعلاقتها بدرجة الاعتماد، والتعرف على درجات المصداقية لهذه المواقع من وجهة نظر الصفوة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

أن التفاعلية من أكبر سمات التغطية الإعلامية، التي ترفع من المصداقية، وأن الصفوة أكثر تعرضاً للمواقع الإخبارية الالكترونية. وأن مواقع الصحف القومية (الأهرام – الأخبار – الجمهورية) من أكثر المواقع إقبالاً من جمهور الصفوة، وذلك لأنها تقدم تغطية صحفية شاملة ومصدر ثقة ومعرفة كل ما هو جديد.

(7) Kang Hyunjin & Keunmin Bae 2011:- Source Cues in Online news :Is The proximate source more powerful than distal sources

وتوصلت هذه الدراسة إلى (27) ظهور فكرة الوسطاء في نقل الأخبار على الإنترنت من خلال مصادر متعددة، وأن الجمهور المهتم فقط هو الذي يبحث عن الخبر في أكثر من مصدر مقابل الجمهور الأقل اهتماماً يتأثر بمصدر واحد فقط من المعلومات.

(8) Lee, Hyunnin & Park Sun, 2010:- Assessment of motion media on believability and credibility. An Exploratory study.

وفى دراسة لي وبارك (2010) (28): أوضحت أن استخدام الفيديوها والميديا المتحركة أدى إلى تزايد ملحوظ في الحكم على الصدق والشفافية للمضمون بدون الربط بالمصدر .

(9) Thorson, Kjerstin & Prian, 2010:- Credibility in Context :How Uncivil online Comentry Affects News Credibility.

وكذلك أظهرت نتائج دراسة ثورسون وآخرين (2010) (29): مدى تأثير السياق الذي تعرض فيه القصص الإخبارية في الحكم على مصداقيتها ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين السياق أو الموقع الذي يعرض فيه أخبار الصحف والمصداقية أي أن الموقع أو المدونة الالكترونية تؤثر في إدراك مدي مصداقية الأخبار المنشورة سلفاً في وسائل الإعلام.

(10) Poorisat, Thanom Wong, 2009:- Perception of Credibility :A Comparison of User Generated and expert-Generated Websites.

أوضحت دراسة بوريسات (2009) (30): أن مصداقية المواقع ترتبط بدرجة الانغماس والمعرفة السابقة عن الموضوع وكثافة التعرض أكثر من ارتباطها بتمييز المصدر.

(11) Johnson, Kirsten & Wiedenbeck, 2009:- Enhancing perceived Credibility Of Citizen Journalism web sites

وتوصلت دراسة جونسون وويدمان، (2009) (31): إلى ضرورة وضع الرابط ومعلومات عن الكاتب حيث يزيد ذلك من مصداقية القصص الإخبارية.

12) Domingo,D.,2008:- interactivity in the Daily Routines of Online Newsrooms: Dealing with an uncomfortable Myth.

وفي دراسة لغرف الأخبار الإلكترونية وجد دومينجو، (2008) (32): أنه بالرغم من أن الصحفيين يرون أن التفاعلية تعد ميزة أساسية في الإعلام الجديد، فإن الممارسة الفعلية تكشف عن إعادتهم لإنتاج نفس النماذج المتبعة في وسائل الإعلام التقليدية والتي يعتبر فيها المستخدم جمهور سلبي ومستهلك للقصص.

(13)William.Cassidy,2007:- Online News Credibility an examination of the perception of newspaper Journalist.

دراسة ويليام (2007) (33) التي استهدفت التعرف على مدى مصداقية المواقع الإلكترونية لدى عينة من الصحفيين الأمريكيين. وهل يوجد فرق بين الصحفيين العاملين في المواقع الإلكترونية والإخباريين والعاملين في الصحف المطبوعة في رؤيته لتلك المصداقية؟ وهل تؤثر طبيعة عمل هؤلاء الصحفيين ومدى اعتمادهم على الإنترنت في تقديرهم لتلك المصداقية؟ .

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: أن مصداقية الأخبار المنشورة على الإنترنت متوسطة لدى المجموعات التجريبية، كما توصلت إلى أن انتماء الموقع الإخباري لمؤسسة إعلامية معروفة تزيد من مصداقيته، إلى جانب انخفاض مصداقية الأخبار على الإنترنت لدى الصحفيين العاملين في الصحف المطبوعة وبصورة أكبر من العاملين في الصحف والمواقع الإلكترونية، وأشارت الدراسة إلى أن تزايد الاعتماد على الإنترنت كمصدر للمعلومات يزيد من مصداقية المواد المنشورة على مواقعها الإخبارية .

(14) وائل عبد الباري (2005) (34): مصداقية المواقع الإخبارية على الانترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور السعودي

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو مصداقية المواقع الإخبارية، ومعايير هذه المصداقية . كما هدفت إلى التعرف على مدى ارتباط مصداقية هذه المواقع بالعوامل الديموغرافية . وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع مستوى مصداقية المواقع الإخبارية عن مصداقية الصحف لدى عينة الدراسة، وذلك بسبب تعدد الخيارات والمضامين أمام المستخدم، مما مكنه من المقارنة والتحديد لأي من الوسائل أكثر مصداقية بالنسبة له، كما توصلت الدراسة إلى أن أهم عوامل مصداقية المواقع الإخبارية: الفورية والتفاعلية والسهولة في الاستخدام . كما أشارت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مستوى معرفة الجمهور لاستخدام الإنترنت وتشكيل الاتجاه نحو المصداقية

(15) وفاء عبد الخالق ثروت (35): مصداقية المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية لدي الجمهور المصري ، دراسة للتغطية الإعلامية للعمليات الإرهابية لتنظيم داعش.

اهتمت هذه الدراسة برصد مصداقية المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية ، الموجهة باللغة العربية للتعرف على مدى التزامها بتغيير تحقيق المصداقية والمتغيرات التي تؤثر في تصديق الجمهور لها واعتماده عليها كمصدر للمعلومات . وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- صحة الربط النظري بين متغيري المصداقية والاعتماد.

2-تنوع المعايير التي يستند إليها الإعلاميون والجمهور (سواء في الدراسة الكيفية أو الكمية) ، في تقييم مصداقية المواقع الإلكترونية . وتمركزت حول التغطية الإعلامية المتكاملة والصدق والدقة والتوازن والفورية والفصل بين الخبر والرأي والثقة في المواقع.

بالإضافة إلى وجود علاقة وطيدة بين هذه المواقع والدول ، التي تنتمي إليها سواء علاقة صريحة أو مستترة.

(16) إبراهيم حسن المرسي (36): مصداقية المواقع الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية وعلاقتها بالتنافر المعرفي.

تهدف هذه الدراسة إلى رصد معدل تصفح النخبة الأكاديمية للمواقع الإخبارية ودرجة المصداقية ومدى توافر مؤشراتها في المواقع الإخبارية .

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- ارتفاع نسبة تصفح النخبة للمواقع الإخبارية ، وهي المصدر الأول للمعلومات لدي النخبة .

2- ارتفاع مصداقية اليوم السابع عن باقي المواقع الإخبارية.

3- الفورية ووجود تعليق على الخبر من أهم مؤشرات المصداقية.

(17) Nazato Yashiko,2002:- Credibility of online newspaper.

وأشارت دراسة نوزاتو (2002) (37): التي أجريت في جامعة أوهايو الأمريكية لقياس مدى خبرة الطلاب بالإنترنت واستخدام الصحف الإلكترونية ، والصحف المطبوعة وعلاقة ذلك بالمصداقية. واستخدمت هذه الدراسة مقياساً مكوناً من 14 عاملاً ؛ لقياس مصداقية الصحف الإلكترونية . وهي (الخبرة ، الشهرة ، الحالية ، التكامل ، العدالة ، الدقة ، الثقة بالمصدر ، العملية التحريرية ، الأطر الإخبارية ، العمق ، الثقة الموضوعية ، عدم التحيز ، التفاعلية) . وظهرت أهمية مفاهيم المصداقية مثل الحالية ،

والعمق والشهرة ، والدقة للصحف الالكترونية ، كما اتضح أن إدراك المبحوثين لمصادقية الصحف الالكترونية كان مماثلاً للصحف المطبوعة ، كما ارتفعت مصداقية الصحف الالكترونية.

التعليق على الدراسات السابقة:

لا شك أن للدراسات السابقة أهمية كبيرة لدى الباحثين كافة ، عند القيام بأي بحث علمي . ومن خلالها يتوصل الباحثون إلى نتائج واستنتاجات ومقترحات ، قد تسهم في إثراء مواضيعهم البحثية. وقد لوحظ بعد استعراض التراث العلمي الخاص بهذه الدراسة ما يأتي:

- 1- هناك تطور كبير في الدراسات الأجنبية ، التي اهتمت بدراسة مصداقية الإنترنت والمواقع الإخبارية بشكل عام.
- 2- تنوع استخدام الدراسات التجريبية والميدانية ، التي اختبرت مصداقية المحتوى الإخباري على المواقع الإخبارية
- 3- تركيز معظم الدراسات الأجنبية علي اختبار مصداقية المواقع الإخبارية في ضوء خصائص الوسيلة من تفاعلية وأنية وغيرها من الخصائص، التي أتاحتها تلك المواقع في نشر المحتوى الإخباري.
- 4- أظهرت بعض الدراسات العربية افتقاد الإعلام المصري بشكل خاص والعربي بشكل عام لمفهوم المصادقية في الأداء؛ سواء أكانت هذه الدراسات تتناول الصحافة أو الإعلانات أو التلفزيون أو الانترنت بشكل عام أو مواقع إخبارية .
- 5- لم تتوصل الدراسات في مجال المصادقية إلى مفهوم محدد لها أو وضع مقياس موحد لقياسها كما لم تتوصل لعوامل بعينها هي التي تؤثر في هذه المصادقية.
- 6- تنوع واختلاف مكونات مصداقية وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، مما يشير إلى أهمية إجراء المزيد من الدراسات لتحديد معايير تقييم المصادقية وبخاصة في الوسائل الإلكترونية (المواقع الإخبارية).

مدى الاستفادة من الدراسات السابقة:

- 1- وضع تصور عام للدراسة.
- 2- تحديد وبلورة مشكلة الدراسة وأهدافها.
- 3- صياغة بعض فروض الدراسة وتحديد المتغيرات ، التي قد تؤثر في درجة مصداقية للمواقع الإخبارية.
- 4- تحديد المنهج والأدوات المناسبة.
- 5- تصميم مقياس لمكونات مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية.
- 6- تصميم محاور وأطروحات أساسية كدليل للنقاش في مجموعات النقاش المركزة.
- 7- مناقشة النتائج ومقارنتها.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة في إطارها النظري على مدخلين:

أولاً- مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام **Media dependency theory**
ثانياً- النموذج البنائي لمستويات المصداقية .

The structural Model for Media Credibility levels

أولاً - مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام

تعتمد تلك الدراسة في إطارها النظري وبناء فروضها ، على مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام باعتباره من أهم المداخل، التي تستهدف التعرف على الطرق، التي يستخدم بها الجمهور مصادر وسائل الإعلام؛ لتحقيق الوظائف الأساسية للإعلام، كما يراها "شرام"؛ حيث ذكر أن وظائف الإعلام الأساسية دائماً ، كانت مرتبطة بالأفراد والمجتمعات، ويرى أن وسائل الإعلام بكل أنواعها تقوم بعدة وظائف (38) هي: وظائف تتعلق بالمرسل، وهي: (الإعلام، والتعليم، والإمتاع، والإقناع).

وظائف تتعلق بالمتلقي، وهي: (الفهم، والتعلم، والاستمتاع، والاقتناع، واتخاذ القرار). وهي كما أقرتها اليونسكو تتمثل في : (الإعلام، والتنشئة، والحفز، والمناقشة والحوار، والتعليم والتنقيف).

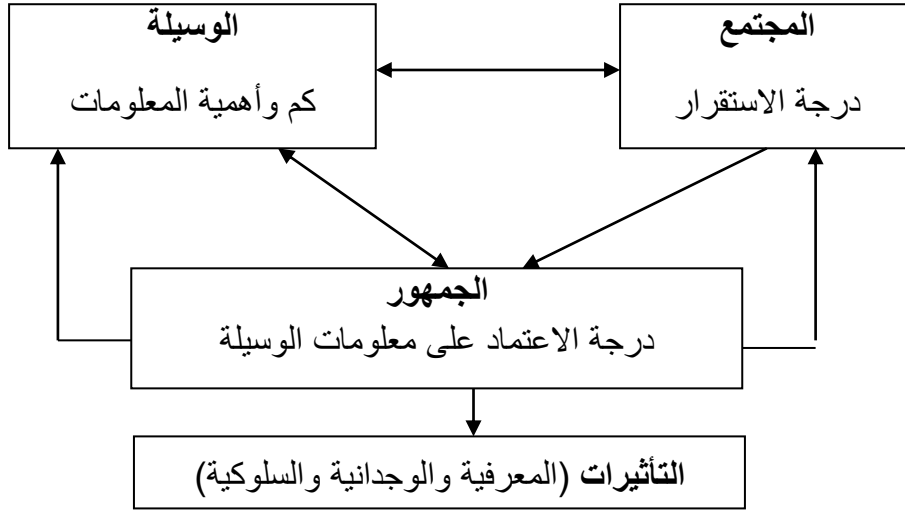
وإنشاء علاقات اعتماد عليها، ويعد هذا المدخل جزءاً من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية. ويفترض هذا المدخل أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام بكل أنواعها باعتبارها مصدرًا من مصادر تحقيق أهدافهم من ناحية ووظائفها من ناحية أخرى(39).

ويفترض هذا المدخل أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات بشكل متزايد في الظروف غير المستقرة، وبخاصة حالات الصراع والأزمات وعدم الاستقرار، والقضايا الشائكة حيث تزيد في هذه الظروف دوافع الحصول على المعلومات، للمساهمة في تفسير الأحداث بشكل سليم(40). ولذلك، يؤكد مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام على عملية التفاعل بين الفرد والعوامل الاجتماعية باعتبار وسائل الإعلام أنظمة معلومات أساسية للمجتمع، كما تمثل روابط أساسية بين الأفراد والبناء الاجتماعي(41).

ووفقاً لنظرية الاعتماد، فإن الأفراد والجماعات والمنظمات والنظم السياسية، تحقق أهدافها الشخصية والجماعية من خلال الاعتماد على مصادر الأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الأخرى، حيث يتم إدراك الاعتماد بوصفه العلاقة التي يرتبط فيها تحقيق الأفراد لأهدافهم بالتعرض لمصادر المعلومات التي تتحكم فيها الوسيلة الاتصالية(42).

وتكمن القواعد الأساسية لتأثير الوسيلة في طبيعة العلاقة ذات الأبعاد الثلاثية بين

النظام الاجتماعي الكبير، ودور الوسيلة في ذلك النظام وعلاقات الجمهور بالوسيلة، حيث تعد درجة اعتماد الجمهور على معلومات وسيلة الإعلام، بمثابة العامل الأساسي في فهم متى وكيف تعدل الرسائل التي تبثها وسيلة الإعلام الجماهيرية من اعتقادات الجماهير وشعورها وسلوكها(43).



شكل توضيحي (1) نموذج الاعتماد للعلاقات المتبادلة بين المجتمع والوسيلة والجمهور

أهداف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

- 1- تأكيد أن الاعتماد حالة تظهر حاجة الجمهور إلى الإخبار والمعلومات لفهم العالم الاجتماعي للفرد، وكذلك حاجة الأفراد في بعض الأحيان إلى الهروب من المشكلات الحياتية(44).
- 2- الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام آثارًا قوية ومباشرة في بعض الأحيان، وتأثيرات غير مباشرة وبسيطة في أحيان أخرى(45).
- 3- تأكيد دور وسائل الإعلام في إحداث تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية على الفرد، وكلما زاد الاعتماد عليها؛ زاد احتمال حدوث التغييرات في الجوانب المعرفية والوجدانية والسلوكية(46).
- 4- تأكيد دور العوامل التربوية والاجتماعية والسياسية في تحقيق أهداف التوجيه والتعلم والفهم والتسلية للأفراد عند استخدام وسائل الإعلام(47).

أنماط الاعتماد على وسائل الإعلام:

- 1- المستوى الفردي Micro level وفيه يقيم الفرد علاقة اعتماد مع الوسيلة الإعلامية.

2- المستوى المجتمعي Macro level وهي علاقة المجتمع بوسائل الإعلام.

جاءت دراسة Westgate Christopher 2008 لتوضح أن هناك مستوى ثالثاً للاعتماد على وسائل الإعلام، هو Messo level، أي الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام وقادة الرأي في المجتمع بوصفهم مصادر المعلومات التي تعتمد عليها وسائل الإعلام لتحقيق تأثيرات الاعتماد المختلفة (معرفية، ووجدانية، وسلوكية)⁽⁴⁸⁾.

فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

1- تزداد احتمالية أن تمارس وسائل الإعلام تأثيراً معرفياً ووجدانياً وسلوكياً على أفراد الجمهور في حالة تقديمها لخدمة متميزة؛ ولاسيما في حالة وجود عدم الاستقرار أو صدمات أو تغييرات في المجتمع⁽⁴⁹⁾.

2- يزداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات في أوقات الأزمات والتغير الاجتماعي⁽⁵⁰⁾.

3- تؤثر إمكانية الوصول للمعلومات على مستوى الاعتماد على وسائل الإعلام، وذلك ضمن عوامل أخرى للتأثير، ويزداد الاعتماد على المصادر المتاحة للمعلومات عند غياب البدائل الأخرى، ومنها مصادر الاتصال الشخصي؛ فوسائل الإعلام تكون مهمة للمجتمع وتزداد درجة الاعتماد عليها في حالة عدم وجود بدائل أخرى للمعلومات⁽⁵¹⁾.

4- يزيد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام، عندما يدرك أن المضمون الإعلامي يرتبط به ويساعده على تحقيق أهدافه الشخصية، والعكس صحيح؛ ولذا يختلف مستوى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام تبعاً لاختلافهم في الأهداف والمصالح⁽⁵²⁾.

5- تؤثر دوافع الفرد نحو قضايا معينة في درجة اعتماده على وسيلة معينة، بمعنى أن قوة الدافع تعزز من درجة الاعتماد، والعكس صحيح⁽⁵³⁾.

6- يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام باعتبارها مصدرًا من مصادر تحقيق أهدافهم⁽⁵⁴⁾.

7- يختلف أفراد الجمهور من حيث مستوى اعتمادهم على وسائل الإعلام؛ فالصفوة أكثر احتمالاً؛ لأن يتعرضوا لمصادر متعددة من وسائل الإعلام. وكذلك يؤثر متغير العمر والنوع والخبرة السابقة على مستوى الاعتماد⁽⁵⁵⁾.

8- إحساس الفرد بالخطر أو بالتهديد من اعتماده على وسائل الإعلام، وهو ما أكدته عدة دراسات، منها دراسة "لوري" على عينة من الشباب بعد أحداث 11 سبتمبر، حيث تبين أن إدراك الخطر والشعور بالتهديد كان السبب الرئيس لكثافة استخدامهم لوسائل الإعلام⁽⁵⁶⁾.

تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام:

رصد "ملفن دي فليير" و"ساندرا بال روكيتش" مجموعة من الآثار التي تنتج عن الاعتماد، مثل:

أولاً- التأثيرات المعرفية Cognitive Effects

وتتمثل في التأثيرات المعرفية التي تنتج عن الاعتماد على وسائل الإعلام في مجالات عديدة، مثل: المعرفة وإزالة الغموض؛ حيث إن الغموض الناتج عن نقص المعلومات نحو موضوع⁽⁵⁷⁾ معين ، يسبب حالة من عدم الوضوح في المعرفة، وأيضًا حالة من عدم القدرة على التواصل مع الآخرين بسبب عدم إدراك المفاهيم الخاصة بموضوع الأزمة، وأوضحت دراسة يانج شانج (2004)⁽⁵⁸⁾، أن النقص الحاد في المعلومات عن مرض السارس، رفعت درجة اعتماد الجمهور عينة الدراسة على وسائل الإعلام. وأيضًا ترتيب الأولويات؛ حيث ينتقي الأفراد من وسائل الإعلام ما يرتبط بخصائصهم الشخصية واحتياجاتهم، ويوجد تشابه في أجندة اهتمام أعضاء الجمهور في بعض الموضوعات والقضايا، كما يوجد اختلاف في بعض آخر، وهذا الاختلاف يرجع للفروق الفردية.

وتوصلت دراسة "جوي جوردان" (2009)⁽⁵⁹⁾ إلى أن الفروق الفردية بين الأفراد في المستوى الاجتماعي الاقتصادي والنوع من العوامل التي تختلف معها درجة الاعتماد.

ثانيًا- التأثيرات الوجدانية Affective Effects

تتمثل التأثيرات الوجدانية في المشاعر والعواطف، مثل تكوين الاتجاه، والفتور العاطفي، والتعرف، والدعم المعنوي⁽⁶⁰⁾.

ثالثًا- التأثيرات السلوكية: Behavioral Effects

يعدُّ قيام الأفراد بعمل ما نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام المنتج النهائي لربط الآثار المعرفة والوجدانية؛ حيث أكدت دراسة Joy C. Gordan (2009)⁽⁶¹⁾، أن إحساس سكان الأماكن الخطرة بالتهديد من أعاصير (كاترينا وجوستاف) كان له تأثير أكبر في إخلاء هذه الأماكن أكثر من الاعتماد على وسائل الإعلام.

كما أكدت دراسة (Pleasant Ashley 2009)⁽⁶²⁾ التي هدفت إلى معرفة تأثير وسائل الإعلام في العنف وتعاطي المخدرات والكحول بين الشباب، أن درجة تعرض الشباب لوسائل الإعلام التي تحتوي على مشاهد للتعاطي قليلة، في حين أوضح التقرير الدولي للمخدرات والصحة العامة أن نسبة كبيرة من الشباب في المرحلة العمرية من 12-17 سنة يتعاطون المخدرات بدرجة كبيرة.

مزايا نظرية الاعتماد:

تتمتع نظرية الاعتماد بعدد من المزايا وتنفرد عن غيرها من النظريات فيما يأتي:

- 1- تقديم مدى واسع من التأثيرات المحتملة، وتجنب التأثيرات المحددة لوسائل الإعلام في الجمهور أو المجتمع، وكان ذلك سبب في تسميتها بالنموذج العارض؛ حيث إن تأثيراتها تعتمد على مجموعة من المتغيرات⁽⁶³⁾.

2- تفسر دور وسائل الإعلام أثناء الأزمات والتغيرات الاجتماعية(64).

3- تستخدم في توجيه الأنظمة الإعلامية لإحداث تأثيرات معرفية معينة؛ حيث تضع هذه النظرية في اعتبارها أن تأثير وسائل الإعلام من شأنه أن يؤثر في النظام الاجتماعي أولاً ، والنظام ذاته في مرحلة تالية، فهي نظرية صنف في إطار نظريات التأثيرات طويلة المدى على الثقافة والمجتمع؛ ولاسيما التأثيرات المعرفية في مجالات الاستيعاب والاتجاهات والمعارف والقيم، وبخاصة مع صعوبة رصد التأثيرات الانفعالية أو السلوكية(65).

4- مدخل الاعتماد يوجه الانتباه للظروف البنائية والتاريخية، فضلاً عن المتغيرات الشخصية والفردية، وبذلك فإنه أكثر ملاءمة للتعامل مع المسائل الاجتماعية والسيكولوجية من معظم مداخل الاتصال الجماهيري الأخرى؛ فالنظرية تعكس الميل العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة للنظر إلى الحياة كمنظومة مركبة من العناصر المتفاعلة وليست مجرد نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج(66).

5- يؤخذ في الحسبان حقيقة أن التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام بالنسبة للجمهور ربما تؤدي إلى تأثيرات على النظام الاجتماعي وعلى النظام الإعلامي نفسه فتؤدي إلى التغيير(67).

وبذلك تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ، مثلاً بارزاً للمحاولات التي يبذلها الباحثون في الإعلام، التي تنجح نحو بناء نظرية اتصالية أكثر تكاملاً وعمومية، وتحاول دمج المداخل البحثية المختلفة معاً، وهي تعد نظرية متكاملة لأنها تجمع مداخل علم النفس (الدوافع، والانتباه، ومستوى الاهتمام) مع عناصر من علم الاجتماع، مثل الخصائص الديموغرافية، كما تجمع أيضاً بين العناصر الرئيسية لمدخل الاستخدامات والإشباع مع عناصر من اتجاهات والتأثيرات الإعلامية، وهي بذلك تهتم بالبيئة الثقافية والاجتماعية وتفترض أنها تحكم وتقيّد الرسائل الإعلامية وتأثيراتها على الجماهير.

بعض نقاط القصور في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

1- أنها لا تستخدم لقياس التأثيرات بعيدة المدى، وتُعدُّ أبعاد أو كيفية الاعتماد على وسائل الإعلام غير واضحة، كما أنها لا تصلح للتطبيق في الدراسات التجريبية(68).

2- يبالغ النموذج في استقلال العناصر الثلاثة المختلفة في نظرية الاعتماد، وخصوصاً أن النظام الإعلامي جزء من النظام الاجتماعي ، الذي تقدمه النظرية، كما لو أنه مصدر منفصل عن المجتمع(69).

3- لم تتعرض النظرية لدور الاتصال الشخصي ، داخل الجماعة أو داخل المنظمات، وعلى الرغم من أن الاتجاه يتزايد نحو تعظيم قدر المعلومات، التي يستقيها الفرد من شبكات الاتصال الشخصي(70).

- 4- هناك خلط واضح بين مفهومي Reliance, Dependence، بمعنى إذا كانت علاقة الفرد مع وسائل الإعلام - وقت الأزمات- علاقة اعتماد، يأخذ منها الفرد معلومات لفكِّ الغموض ثم يتناقش في هذه المعلومات مع الآخرين، أم أنها علاقة تبعية، بمعنى أن يأخذ الفرد معلوماته من الوسائل التي يعتمد عليها دون تفكير أو تحليل لهذه المعلومات(71).
- 5- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، كما تم تطويرها بواسطة "بول روكيتش" ، وضعت في إطار مفاهيمي بشكل ضعيف أحياناً وبمقاييس غير مُنسقة وغير ثابتة، ممَّا أدى إلى وجود مشكلات في بناء المصداقية. وبالتالي إلى وجود صراع وفوضى في النتائج(72).
- 6- تفتقر النظرية إلى الدليل المؤيد الموضوعي، ويرجع هذا إلى صعوبة إجراء دراسة على نطاق واسع تضم كل المتغيرات الخاصة بالنظرية(73).
- 7- إن نظرية الاعتماد ينقصها معرفة : كيف يمكن لوسائل الإعلام أن تعتمد على الأفراد ، وإيجاد مفهوم جديد للاعتماد المتبادل. وأيضاً ينقصها متابعة تأثيرات وسائل الإعلام في الحياة العادية والموضوعات المطروحة على الساحة وليس وقت الأزمات فقط.

ثانياً - النموذج البنائي للمصداقية:-

The Structural Model For Media Credibility Levels

يعد النموذج البنائي الرافدَ النظري الأبرز والأكثر رصانة ، ضمن تيار الاتجاهات العلمية الحديثة لبحوث المصداقية على المستوى العالمي ؛ إذ يمثل النموذج تحولاً من دراسة المصداقية بوصفها متغيراً أحادياً ومنعزلاً عن غيره ، من المتغيرات إلى دراستها بوصفها متغيراً متعدد الأبعاد ، يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمكونات العملية الاتصالية وعناصرها ومتغيراتها المختلفة (74).

ويُعدُّ النموذج البنائي نتاجاً لمداخل ثلاثة ورئيسية للمصداقية ، وتتمثل تلك المداخل (75) فيما يأتي:

أولاً- المدخل المؤسسي: وهو المدخل لمصداقية وسائل الإعلام وله مكونات عدة تتعلق بالمتغيرات التي تؤثر في الاستجابات المعرفية والوجدانية للجمهور ، التي تسهم بما يأتي:

الصورة الذهنية لوسائل الإعلام لدى الجمهور-التأثيرات الحكومية على وسائل الإعلام -التأثيرات الأيديولوجية-جماعات الضغط والمصالح والشخصيات ذات النفوذ الديني والاجتماعي - مهنية وسائل الإعلام- خصائص فريق العمل.

ثانياً- المدخل التأثري (76):

يتناول المدخل التأثري للمصداقية ، بوصفها متغيراً وسيطاً ذا أهمية ، واعتبار في التأثير في معارف الجمهور واتجاهاته ، ويهتم بمفهوم مصداقية المصدر والقائم بالاتصال وتأثيرات التحيز الإعلامي. ويستند الجمهور في تقييمه للمصداقية إلى ما يأتي(77):

-التركيز على الرسالة الإعلامية من حيث الشكل والمضمون.

-التقييم الآني لخبرات المصدر ومؤهلاته وسماته الشخصية.

-الاستناد إلى المعلومات والانطباعات المسبقة.

ثالثاً- المدخل الفردي المحدد(78):

هل القضايا التي طرحت محلية أو إقليمية أو دولية ، وينصب التركيز في هذا المدخل على ما يأتي:

-خبرة الجمهور بتلك القضية.

-مدى تأثير تلك القضية على حياة الجمهور بشكل مباشر أو غير مباشر ، ومدى تأثيرها على اهتماماته -نوع القضايا والأحداث والمتغيرات التي تبثها الوسيلة . وهل هي ملموسة أم مجردة. يصنف الأخبار على أساس أنها جادة أو خفيفة (تسلية ، ترفيه)

وفى ضوء تلك المداخل البحثية يطرح النموذج البنائي أربعة مكونات رئيسية لمصدقية وسائل الإعلام على النحو الآتي(79):

1-المتغيرات السابقة **The Antecedent variables** والتي تؤثر بدورها في مستويات المصدقية لدى الجماهير ، وتشتمل على التأثيرات الحكومية والتوجهات الأيدلوجية والسياسات التحريرية لوسائل الإعلام وضغوط روافد التمويل ؛ فضلاً عن التحيزات المسبقة لدى القائم بالاتصال وثقافته المهنية وكفاءته .

2-المتغيرات الوسيطة **The contingent condition** ؛ وهي التي تعضد أو -على العكس-تعوق تأثير المصدقية . وتتمثل تلك المتغيرات في استخدام وسائل الإعلام وتحيزات الجمهور المسبقة وخبرته المباشرة، وكذلك خبراته مع وسائل الإعلام عبر الزمن فضلاً عن مدى اعتماده على تلك الوسائل بوصفها الرافد الأول لاستيفاء المعلومات عن الأحداث والقضايا المختلفة.

3-مستويات المصدقية **the credibility levels** وهي التي تنطوي على ترتيب تصاعدي من المستوي الأكثر عمومية والمرتبط بالتصديق العام لوسائل الإعلام إلى المستوى المتعمق والأكثر تحديداً ، وهو الذي يرتبط بالقضايا والأحداث ومصادرها وقدر الثقة الكائن لدى الجماهير عن القائمين بالاتصال من محررين ومذيعين ومقدمي برامج وكتاب صحفيين

4-أساليب القياس **The Measurement Techniques** وهي تشتمل على أساليب القياس الكيفي والكمي ، فضلاً عن تكنيكات القياس من الناحية المنهجية ، التي تشتمل بدورها على نمط القياس النسبي للمصدقية مقابل نمط القياس الأكثر دقة وعمقاً ؛ وهو ما يعرف بالتصديق المطلق أو المتعمق.

الجانب الفكري للدراسة :

أولاً- مفهوم المصداقية :

حاول "فوجفogg" وضع تعريف للمصداقية ، وأكد أن المصداقية تعني درجة الثقة ، التي يمنحها الأفراد لأشخاص معينة أو لمعلومات ما ، وأضاف أن هناك عنصرين أساسيين يسهمان في توضيح مفهوم المصداقية:

العنصر الأول- المصداقية هي إدراك النوعية ، فهي لا تكمن في موضوع أو شخصية أو معلومة، ولذلك حين تتم مناقشة مصداقية شيء ما؛ فإنه في الواقع يتم مناقشة مدى إدراك الأفراد لمصداقيتها⁽⁸⁰⁾.

العنصر الثاني- اتفق العلماء على أن إدراك المصداقية ينتج عن تقييم مجموعة من الأبعاد المركبة معاً بشكل متزامن.

اما نيوهاجن وناس Nezhqgen & Nass⁽⁸¹⁾ : ركز كل من "نيوهاجن وناس" في مصداقية وسائل الإعلام على مصداقية التلفزيون ، التي تستمد وفقاً للباحثين من مصداقية الأشخاص الذين يظهرون أمام الكاميرا ، وبذلك يكون التلفزيون دائماً في المقدمة عند الحديث عن مصداقية وسائل الإعلام ، بغض النظر عن زيادة نسبة توزيع الصحف.

بينما يرى الباحثان نادين واتن وجاكلين بروكيل Nadine Wathen & Jacquelyn Burkell⁽⁸²⁾: أنه لا يمكن اعتبار المصدر ذا مصداقية ؛ إلا إذا اتصف بالثقة والخبرة ، كما يتم الحكم عليه من خلال مدى كفاءته وقته وديناميكيته وشعبيته بين أفراد المجتمع.

ومن جهة أخرى يعرف شويجر وولفغانغ "Schweiger Wolfgang"⁽⁸³⁾: المصداقية بأنها متغير يستند أو يرتبط بالعملية الاتصالية ويقوم بتحديد المتلقون ، والذين بإمكانهم تقييم - في المتوسط - إذا ما كانت مصداقية أحد عناصر العملية الاتصالية : المرسل أو المصدر ، القناة أو الوسيلة والرسالة - ذات نسبة أعلى أو أقل ويشير الباحث إلى أنه حتى مع وجود تقييم موضوعي وحقيقي للمصداقية؛ إلا أنه من الصعب إثبات ذلك.

أمّا عربياً فنجد محمود علم الدين⁽⁸⁴⁾ الذي يرى أن "المصداقية واحدة من العوامل المؤثرة في الإعلام والعملية الاتصالية ، وقد اختلفت رؤى الباحثين حول مفهومها فيرى البعض منهم أنها تعني الثقة في الوسيلة أو إمكانية الاعتماد عليها . وهناك آخرون يرون أنها تعني احترام الوسيلة وتقديرها وتفضيلها كمصدر للمعلومات والآراء مقارنة بغيرها من الوسائل، وآخر يعتقد أنها تعني رضا الجمهور عن أداء الوسيلة؛ ولذا فإن المصداقية عند البعض تعني الأداء الصائب للوسيلة .

وفى السياق ذاته يعرف خليل أبو إصبع⁽⁸⁵⁾: المصدقية بأنها المدى الذي يتم فيه رؤية المصدر على أنه يعرف الجواب الصحيح كخبير ، وأنه يتصل مع الآخرين بدون تحيز باعتباره موضع ثقة ، التي تتكون بوجود واحد من ثلاثة عوامل وهي : المصدقية، الجاذبية ، السلطة، التي تجعل المصدر مؤثراً في إقناع الجمهور ؛ حيث تؤدي مصداقية المصدر إلى تفاعلنا الداخلي مع الأفكار الجديدة .

ثانياً - مكونات المصدقية:

تشير مكونات المصدقية إلى الرؤية النظرية والمنهجية لمصدقية وسائل الإعلام بوصفها متغيراً متعدد الأبعاد ، وينطوي هذا المتغير على اثني عشر بُعداً ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالفئات الآتية:

1-سمات التغطية الإخبارية: وتشتمل على ستة أبعاد تتمثل في قدر الثقة في المضمون ، والشمولية في التغطية ، والفصل بين الحقائق والآراء ، والدقة في المعلومات ، والعدالة أو الإنصاف⁽⁸⁶⁾.

2-تصورات الجمهور حول القائم بالاتصال والوسيلة : وتشتمل على ثلاثة أبعاد تتمثل في القائم بالاتصال ومؤهلاته ، وإتباع الوسيلة لتكتيك الغموض وعدم الشفافية في طرح القضايا ، والتركيز على مصلحة الوسيلة دون اعتبار لمصالح الجمهور واهتماماته⁽⁸⁷⁾.

3-الأداء الإعلامي: ويشتمل على ثلاثة أبعاد تتمثل في : احترام خصوصيات الأفراد ، المسؤولية الاجتماعية ، ومراعاة المصالح الشخصية لأفراد الجمهور⁽⁸⁸⁾.

ويوجد تمييز بين ثلاثة مكونات للمصدقية في جميع أنواع مواقع الانترنت وهي : المصدقية المرتبطة بالإدارة ، والمصدقية المرتبطة بالتصميم ، والمصدقية المرتبطة بالمحتوى، وتكمن المصدقية المرتبطة بالإدارة داخل المنظمة التي تمتلك الموقع الالكتروني ، بينما تتألف المصدقية المرتبطة بالمحتوى من العناصر المكتوبة في الموقع ، فضلاً عن كيفية عمل الموقع ، وتستند المصدقية المرتبطة بالتصميم على المظهر أو العلامات التجارية التي يصنعها مصممو الموقع⁽⁸⁹⁾.

ثالثاً - أبعاد المصدقية:

توجد للمصدقية أبعاد مختلفة تتصل بالمصدر والوسيلة والرسالة ، وتؤثر جميعها في ثقة القارئ ويتضح ذلك مما يأتي:

أ-مصدقية المصدر: وهي تعني قابلية المصدر للتصديق أو الثقة فيه⁽⁹⁰⁾. وتتم عملية مصداقية المصدر بالمراحل الآتية⁽⁹¹⁾:

التصديق المبدئي: وهي مرحلة التصديق المسبق قبل أن يبدأ المصدر في تقديم الرسالة ، ويتحدد هذا التصديق بالتجارب السابقة والمظهر الشخصي.

التصديق النابع من الظرف الاتصالي: وهي تتحدد بناء على خصائص المصدر التي ندركها أثناء الحدث الاتصالي ، فالمصدر " ينقل خبرات لفظية وغير لفظية .

ب-مصداقية الوسيلة : وهي تعنى قابلية الوسيلة الاتصالية للتصديق استنادا إلى الثقة بها ،التي تنبع من خصائص الوسيلة والصورة الذهنية لها عند الجمهور

ج- مصداقية الرسالة وتتوقف على عدة عوامل وهي(92):

- 1- أن تقدم المضمون بشكل يلفت انتباه المستقبل الذي توجه إليه.
- 2- أن تستخدم الرسالة علامات ورموز تشير إلى خبرة مشتركة بين المصدر والمستقبل.
- 3- أن تثير الرسالة قضايا مرتبطة باحتياجات المستقبل وهمومه.
- 4- أن تقترح وسائل لتحقيق الاحتياجات الملائمة لظروف الجماعة التي يرتبط بها المستقبل.
- 5- أن تتفق الرسالة مع مستوى المستقبل الثقافي.
- 6- اليسر والسهولة ، في تناول الحقائق.
- 7- نشر الحقائق ، بكل أبعادها السلبية.
- 8- الدقة في تناول الخبر.

رابعاً- أنواع وأشكال المصداقية:

لقد حدد Fogg, Tesng ستة أنواع للمصداقية ؛ وهي(93):

- 1- **المصداقية المفترضة :** وهي تصف مدى المصداقية المدركة لشخص ما أو شيء ما ، بسبب افتراضات عامة في ذهن المدرك .
- 2- **المصداقية الشهيرة أو المعتقد وجودها:** وهي تصف مدى إدراك المتلقي لمصداقية شخص ما بسبب ما أعلنت الأحزاب عنه ، وهي تُبنى على ما يقوم به الآخرون عن الوسيلة .
- 3- **المصداقية السطحية:** وهي مرتبطة بالفحص والمراقبة البسيطة أشبه بتقييم الكتاب من غلافه.
- 4- **المصداقية الخبيرة :** وتشير إلى تحقيق المصداقية طبقاً للخبرة السابقة (94).
- 5- **المصداقية الممنوحة:** قد تمنح المصداقية لبعض المعلومات أو مصدرها؛ مثل: المنظمات والوكالات أو الجمعيات
- 6- **المصداقية المتعلقة بالسمعة الطيبة:** هي شكل من أشكال المصادقة التي تعزز من خلال الفرد والشبكات الاجتماعية
- 7- **المصداقية الطارئة:** ينشأ هذا النوع أيضاً من خلال الجماعات والمشاركات الاجتماعية . وتعنى أن المصداقية يمكن أن تكون في بعض الأحيان ظاهرة وطارئة ، تنشأ من خلال مجموعة من الموارد.

معايير تقييم المصداقية⁽⁹⁵⁾:

أنفق أغلب الباحثين على بعض المعايير، وهي التي يجب توافرها جميعاً ، أو أغلبها في الوسيلة الإعلامية الناقلة للخبر لكي يطلق عليها مسمى المصداقية ، وهي على النحو الآتي:

- 1- التغطية الإخبارية : وهي تعني عرض الأخبار دون تعميم أو تضليل.
 - 2- الدقة في نقل المعلومة كما هي ، بدون أي تحريف أو تزيف .
 - 3- السمعة الجيدة.
 - 4- الحيادية والموضوعية من ناحية عرض جميع ملابسات الموضوع وجوانبه.
 - 5- التغطية الفورية للأحداث ، فنحن في عصر السرعة والجمهور يبحث عن المعلومة وتفاصيلها فور وقوعها.
 - 6- الأهمية الإخبارية .
 - 7- كفاءة القائم بالاتصال تعتبر من المعايير المهمة لتقييم المصداقية.
- فبالنسبة للجمهور كلما شعر بأن وسائل الإعلام تتوافر فيها هذه المعايير ؛ شعر بأن القائم بالاتصال يهتم به ويبحث عما يفيد ، ومن ثمّ يزيد تقييم الجمهور لمصداقية الوسيلة الإعلامية .

كما توجد علاقة بين الجمهور والوسيلة ، فإذا كان تصور الجمهور على الوسيلة الإعلامية إيجابياً؛ فإن ذلك يزيد من مصداقيتها : ومن ثمّ سيلجأ لهذه الوسيلة الإعلامية إيجابياً ؛ لأن ذلك يزيد من مصداقيتها : ومن ثمّ سيلجأ لهذه الوسيلة للحصول على الأخبار منها ، والعكس صحيح . فلو كان تصور الجمهور سلبياً ؛ فإن ذلك يؤدي إلى فقدان الثقة في الوسيلة وبالتالي الابتعاد عنها.

وقد أصبحت مصداقية الانترنت مصدرًا كبيرًا للتساؤل والقلق ؛ منذ أن أصبح البحث عن المعلومات والأخبار أحد المقاصد الرئيسية لاستخدام الإنترنت ، فقد مثل ظهور تكنولوجيا الاتصال الحديثة تحدياً لمعايير وممارسات العمل الصحفي ومصداقيته ، وبصفة خاصة أن المصداقية العالية هي العامل الأساسي لمستهلك الأخبار في اختيار المصدر الإخباري المفضل له ، والاعتماد على وسيلة محددة للحصول على الأخبار.

إشكاليات قياس مصداقية الإعلام⁽⁹⁶⁾:

يمكن تفسير الاختلاف أو الاضطراب حول مفهوم المصداقية عامة ومصداقية وسائل الاتصال الخاصة بوجود عدة جوانب جدلية أو إشكاليات طرحتها البحوث السابقة، أهمها:

الإشكالية الأولى:

لم تتوصل دراسات وبحوث مصداقية وسائل الإعلام (سواء أكانت الدراسات الغربية أو العربية) إلى مفهوم محدد للمصداقية ، أو وضع مقياس موحد لقياس مصداقية

وسائل الإعلام. فقد تمثلت أكثر صعوبات أو إشكاليات دراسة مصداقية وسائل الإعلام في تعدد الأبعاد والعوامل التي وضعها الباحثون لقياس وتحديد مصداقية وسائل الإعلام. وتلك الإجراءات المنهجية هي المسؤولة عن تباين نتائج وأبعاد مصداقية وسائل الإعلام

الإشكالية الثانية:

أن معظم البحوث قد سألت الجمهور عن وسائل الاتصال كمؤسسة، بدلاً من سؤالهم عن خبرتهم بوسائلهم الاتصالية السابقة.

الإشكالية الثالثة:

أن بحوث المصداقية قد ركزت على عنصر واحد من المصداقية كالاتمادية أو القابلية للتصديق أو الدقة؛ ولهذا يجب أن يكون مقياس المصداقية متعدد الأوجه

الإشكالية الرابعة: من الإشكاليات التي تعترض الباحثين في تقييم المصداقية الفشل في إدراك أن مستقبل الرسالة قد يكون له معايير مختلفة في الوقت، الذي يركز فيه معظم الباحثين في دراسة المصداقية على المصدر أو القناة.

معايير تقييم مصداقية المعلومات على شبكة الإنترنت (97):-

تعدّ عملية تقييم مصداقية مصادر المعلومات بوجه عام عملية بالغة الصعوبة، وتحتاج إلى درجة عالية من الدقة والحرص، وتتوافر مجموعة من المهارات من جانب المستخدمين، فهذه المهارات ليست مهارات فطرية، فتكنولوجيا المعلومات الجديدة تتطلب - بلا شك - تطوير مهارات المستخدمين لتقرير (من وماذا) يصدقون على الشبكة. وإذا كان الأمر كذلك في البيئة التقليدية، فإن الأمر يزداد صعوبة في البيئة الرقمية، عند تقييم مصادر المعلومات المتاحة على الإنترنت، ويرجع ذلك إلى عدة أسباب منها: كثرة المواقع على الشبكة، وقابلية محتوياتها للتغير والتبديل أو الحذف والإضافة، وصعوبة التعرف على الغرض الأساسي للمصدر بصفة خاصة في ظل إتاحة النشر لأي شخص يستطيع التعامل مع الإنترنت، وصعوبة تحديد المسؤول عن العمل الفكري على الإنترنت في بعض الأحيان نتيجة ندرة المعلومات، التي يتم إعطاؤها عن مصدر المعلومات، إلى جانب ندرة وجود معايير منهجية لتقييم مصداقية مصادر المعلومات المتاحة على الإنترنت باللغة العربية. هذا فضلاً عن عدم دقة الكثير من المصادر المتاحة على الشبكة؛ نظراً لأن النشر على الإنترنت أصبح دون قيود اقتصادية أو فكرية؛ فمحتوي الشبكة نادراً ما يراجع من قبل هيئة تحرير أو حراس بوابة - كما هو الحال - في وسائل الإعلام التقليدية⁽⁹⁸⁾. ومن ثم فالمعايير التقليدية لتقييم المصداقية في الإعلام التقليدي ربما لا تكون عملية أو ممكن تطبيقها على الشبكة؛ بسبب سرعتها ومكوناتها البنائية والهيكلية المعقدة⁽⁹⁹⁾.

وهناك جهود كثيرة بذلت للتحقق من مصداقية المحتوى على الإنترنت منها :

1- العديد من الدراسات والمحاولات الفردية لمعالجة مسألة مصداقية مصادر الإنترنت، وظهرت العديد من الأدلة الإرشادية لتقييم المعلومات الالكترونية من جامعات

ومؤسسات متعددة حول العالم مثل The American Library Association ، The National Institute for Literacy ، وذلك بهدف مساعدة مستخدمي الشبكة على الوصول إلى أفضل وأجود المعلومات في ظل العديد من الصعوبات التي تواجههم عند تقييمهم لمصداقية الشبكة(100).

وفي هذا الصدد تم تطبيق عدد من معايير التقييم ، التي تتركز في:

- 1- **المعايير المتعلقة بالمسئولية الفكرية:** من خلال توضيح هوية المسئول عن مصدر المعلومات (مؤلف ، ناشر هيئة علمية أو تجارية) .
- 2- **المعايير المتعلقة بالمحتوى :** وتشتمل على عدة عناصر تتضمن جودة المعلومات والثقة بها، وهي وضوح الهدف من الموقع الذي يتيح المحتوى ، تحقق الموضوعية في المعلومات التي يقدمها الموقع ، وملائمة المحتوى للجمهور المستهدف ، ونوع المعلومات التي يقدمها الموقع ، وضوح بيانات المصدر ، وجود عنوان رئيسي للموقع ، تبويب المعلومات بطريقة منظمة ، سهولة استخدام الموقع ، والوصول إلى كل أقسامه بسرعة.
- 3- **المعايير المتعلقة بالدقة :** وتشتمل على أهمية تحكيم المصدر ، وتوفير قائمة المراجع التي تم الاستشهاد بها ، وخلو الرسالة من الأخطاء اللغوية والإملائية والمطبعية.
- 4- **المعايير المتعلقة بالحدثة :** وتشتمل على أهمية وضوح تاريخ إنشاء الموقع، وحدثة المعلومات المتاحة ، وتاريخ آخر تحديث وحادثة الروابط المتوافرة بالموقع.

سد النهضة الإثيوبي (101):

يقع علي النيل الأزرق بولاية بني شنقول - قماز 2 بالقرب من الحدود الأثيوبية – السودانية، ويبعد عنها حوالي من 20-40 كيلومتراً. أعلنت الحكومة الإثيوبية تدشين المشروع، وإسناده إلى شركة "ساليني" الإيطالية بالأمر المباشر، وأطلقت عليه مشروع إكس، وتغير اسمه إلى سد الألفية الكبير، ثم تغيير اسمه للمرة الثالثة ؛ ليصبح "سد النهضة الإثيوبي الكبير". إن فكرة إنشاء السد كانت فكرة قديمة حيث بدأت الدراسات حول سد النهضة عام 1946م، بواسطة مكتب الاستصلاح الأمريكي في دراسة موسعة حددت 26 موقعاً ، لإنشاء السدود أهمها أربعة سدود علي النيل الأزرق. وحمل سد الألفية (النهضة) في تلك الدراسة اسم سد بوردر . ويؤكد الدكتور مغاوري شحاتة أن النيل الأزرق كان محل اهتمام الأمريكيين منذ عام 1964 م ؛ رداً على إنشاء الزعيم جمال عبد الناصر للسد العالي بالتعاون مع الاتحاد السوفيتي ، فقررت أمريكا إنشاء 34 سداً علي النيل الأزرق بحجة تطوير إثيوبيا.

مخاطر بناء سد النهضة الإثيوبي (102):

1- المشكلة في بناء هذا المشروع الضخم، تتمثل في تلك الفترة المطلوبة لملء خزان السد ؛ حيث ستحول كميات كبيرة من مياه النيل الأزرق التي تنتهي إلى السودان

ثم مصر ستتحول إلى الخزان؛ إذ يتوقع أن تنقل حصص البلدين من تدفق النيل بشكل ملحوظ ، خلال فترة ملء الخزان ، ولذلك سعت القاهرة والخرطوم مقابل الموافقة على إنشاء السد إلى تنظيم عملية ملء الخزان على نحو يقلل من حجم الضرر المائي على البلدين. وجعل فترة ملء الخزان لا تقل عن خمسة عشر عاماً ، وبإشراف خبراء من البلدين، إلى جانب التوقف عن الملء في حال تراجع المنسوب إلى أقل من المتوسط العام ، في ظل استخدام إثيوبيا أسلوب "التمويه والخداع الإستراتيجي" في إدارة ملف حوض النيل والمرأوة ، لكسب الوقت واستباقها قرار اللجنة الثلاثية المكلفة بتقييم السد ، وبدأت في فرض مشروعاتها كأمر واقع على المجتمع الدولي ؛ ممّا ضاعف قلق المصريين والسودانيين بخصوص تأثيره في تدفق مياه النيل وحصص مصر والسودان منها.

2- كما أكدت العديد من الدراسات عدم قدرة السد (سد النهضة) على تحمل ضغط المياه الضخمة ، التي سوف تحتجز خلفه، وهي التي تصل إلى نحو 74 مليار متر مكعب من المياه؛ لأنه مشيد من الأسمنت ، ومن ثم فقد ينهار في أي وقت مسبباً كارثة غرق شمال السودان وجنوب مصر وتشريد ملايين الأسر.

3- كما أكد الخبراء أن العمر الافتراضي للسد مابين 25 إلى 50 عاماً ، نتيجة الإطماء الشديد (وهو : وجود كمية كبيرة من الطمي تبلغ 420 ألف متر مكعب سنوياً) ، وما تبعه من مشاكل كبيرة في توربينات الكهرباء وتناقص كفاءة السد وتعرضه للانحيار ؛ وهو الأمر الذي قد يدمر في طريقه العديد من المدن والسدود السودانية والواقعة في جنوب مصر. في حين أنه لن يشكل خطراً على إثيوبيا ؛ لأنه موجود على أطراف حدودها مع السودان¹⁰³.

4- العجز المائي الخطير الذي سيحدث خلال فترة ملء خزان السد . فإذا كانت الفترة قصيرة؛ فإن التأثير في العجز المائي المصري- السوداني سيكون هائلاً ، وربما كان مدمراً، أما إذا كانت الفترة متوسطة ؛ فسيكون العجز المائي، شدته أقل، وأمام تعنت إثيوبيا فإن هذا يعنى أنه سيكون هناك عجز مائي واضح لكل من مصر والسودان وسيهدد بيوار الأراضي الزراعية فيهما بصفة خاصة، وأن مصر تعاني من الفقر المائي وتعتمد على مياه النيل بنسبة 95% ، وأن هذا السد من شأنه أن يقلل حصتنا من المياه الأمر الذي قد يترتب عليه مشكلات اقتصادية وسياسية واجتماعية بالغة الخطورة¹⁰⁴.

5- إحداث توتر سياسي بين مصر والسودان وإثيوبيا ؛ لأن المشروع يشكل تهديداً وخصماً من الحصّة المائية الواردة لمصر والسودان ، ومن ثم فمن المحتمل أن تدخل المنطقة كلها في حروب وصراعات.

6- لم يقبل الإثيوبيون بإعداد دراسة فنية عن السد، إلا عندما أوصى التقرير الذي أعدته جامعة MIT في عام 2014 م ، بإعداد دراسة فنية حول السد، وأوكلت بعد تلك من الإثيوبيين إلى شركة (EDF) الفرنسية، الأقل كفاءة من مثيلاتها في هولندا، ورغم ذلك، رفض الإثيوبيون التقرير الاستهلاكي لهذه اللجنة، الذي تضمن

ملاحظات على التصميم الأولي للسد، وتوصية بعمل دراسة فنية شاملة ومتكاملة ، لاسيما وأن الإثيوبيين قرروا تجاوز سعة السد التي حددها الأمريكيون في ستينيات القرن الماضي، بـ 11 مليار متر مكعب .

ورغم كل المخاطر المحتملة السابق ذكرها ، أقدم الإثيوبيون على بناء السدّ ، دون أن يعقدوا اتفاقية مع أي من شركات التأمين، التي رفضت تحمل هذه المسؤولية؛ نظراً للمخاطر الجمة التي يتضمنها هذا المشروع، بالإضافة إلى رفض البنك الدولي تمويل هذا المشروع، بسبب زيادة سعة السد، وصرح الخبير الدولي وعضو لجنة الخبراء الدوليين، الذين اختارتهم جامعة (MIT) لتقييم مشروع سد النهضة، بأن اللجنة لم تستبعد احتمال وجود فوالق في السد، كما أشار إلى أن السد السروجي أساساته هشة. (السد السروجي : هو السد الذي يُشيدُ على بُعد 5 كيلو مترات ؛ لحجز المياه على امتداد بحيرة السد، حتى لا تتدفق خارج البحيرة قبل أن تصل إلى السد الرئيسي)، وقد أبدت اللجنة ملاحظات عديدة عليها وعلى أساسات السد الرئيسي، دون ورود ردود مقنعة من جانب الشركة المنفذة للمشروع¹⁰⁵.

جهود ومبادرات احتواء أزمة سد النهضة(106):

في الخامس من يناير 2014 م ، عقد وزراء مياه دول حوض النيل (مصر والسودان وإثيوبيا) اجتماعاً حول آليات استكمال الدراسات الفنية والبيئية لسد النهضة، ولم يتوصل الاجتماع لحلول لوجود خلافات عالقة بين مصر وأديس أبابا ، ثم أرسلت مصر وفداً من 64 فرداً من الدبلوماسيين المصريين إلي أديس أبابا ، لتحريك المياه الراكدة في العلاقات المصرية الإثيوبية في أوائل فبراير 2014م، ومع ذلك لم يتغير الموقف الإثيوبي.

وعقدت جلسة مفاوضات بين وزراء الري المصري والإثيوبي؛ لتوضيح موقف مصر من السد بما يحقق مصالح الشعبين المصري والإثيوبي ، ولكنها لم تسفر عن أي نتائج إيجابية.

ثم أجرت مصر مجموعة من التحركات السياسية والدبلوماسية بهدف طلب وساطة المجتمع الدولي، لإنهاء الأزمة تمثلت في (زيارة وزير الري لإيطاليا- دعوة السفير الإيطالي بالقاهرة لإبداء رأيه في القضية ، وبخاصة أن شركة ساليني الإيطالية هي المسؤولة عن بناء السد - اجتماعات المجلس القومي لمياه النيل- زيارة رئيس الوزراء وقتها للمملكة العربية السعودية، وذلك لما لها من نشاطات استثمارية كبرى في إثيوبيا -زيارة وزير الدفاع ووزير الخارجية لروسيا ، لأهداف متعددة منها معالجة هذه المشكلة على اعتبار أن لروسيا تأثيراً كبيراً علي إثيوبيا في مجالات عدة- في إبريل 2014 م ، دعا رئيس الوزراء الإثيوبي لحوار ثلاثي بين إثيوبيا ومصر والسودان ، لتنفيذ توصيات اللجنة الثلاثية لسد النهضة ، ولكن تبين أن إثيوبيا تراوغ لإضاعة الوقت فقط ، وأن كل تصريحات المسؤولين فيها مجرد كلام للدعاية فقط.

ثم أعلنت مصر الدخول في مفاوضات مباشرة بشأن سد النهضة عقب زيارة جون كيري لإثيوبيا في مايو 2014م.

واستمرت المفاوضات إلى أن حصلت حكومة أديس أبابا على موافقة فرنسا على تصنيع المعدات الكهربائية وتوريد التوربينات العملاقة الخاصة بالسد.

وأزمة سد النهضة في الواقع أزمة طابعها سياسي وإستراتيجي أكثر منه طابع فني؛ وذلك إذا ما كان هناك تحرك سياسي فلن تنحل هذه الأزمة .

ثم انعقد مؤتمر قمة الاتحاد الإفريقي الذي انعقد في "مالابو" 107 عاصمة غينيا ، وخرج ببيان موحد أهم بنوده:

- 1- محورية نهر النيل كمورد أساسي لحياة شعب مصر والإدراك المشترك لاحتياجات الشعب الإثيوبي للتنمية والتطور
 - 2- تأكيد الالتزام المتبادل بين مصر وإثيوبيا بمبادئ التعاون والاحترام وحسن الجوار واحترام القانون الدولي، وتحقيق المكاسب المشتركة في العلاقات الثنائية بين البلدين.
 - 3- التزام الحكومة الإثيوبية بتجنب أي ضرر محتمل من سد النهضة على استخدامات مصر من مياه النيل.
 - 4- الاستئناف الفوري لعمل اللجنة الفنية الخاصة بمشروع سد النهضة ، لتنفيذ توصيات لجنة الخبراء الدولية واحترام نتائج الدراسات المزمع إجراؤها خلال مختلف مراحل التنفيذ.
- ثم تم الاتفاق على تشكيل "لجنة الخبراء الوطنية" من 12 عضواً: أربعة من كل دولة لتقوم بمهام رئيسية هي:

- 1- تبادل الدراسات والأبحاث الخاصة بالسد بين الدول الثلاث.
- 2- اختيار مكتب استشاري دولي سيتولى فحص حالة السد من الناحية الفنية.
- 3- تتولى لجنة وطنية مد المكتب الاستشاري بالبيانات والدراسات.

ثم تم التوقيع على اتفاق المبادئ الإطاري 108 في مارس 2015 م ، الذي اشتمل على المبادئ العشرة، التي تفيد بالالتزام بمبادئ القانون الدولي ومنع الضرر، الذي قد يقع على أي دولة من دول حوض النيل الثلاثة والاستخدام المنصف والمعقول للموارد المائية وتنفيذ توصيات لجنة الخبراء الدولية وغيرها.

وما بعد إعلان هذا الاتفاق إلى أن طلبت المكاتب الاستشارية مد مهلة إجراء دراسات حول السد إلى عام 2017 م ، وهو عام الانتهاء من بناء السد ذاته.

وبذلك تكون إثيوبيا ضربت بمبادئ القانون والعرف الدوليين الخاصة بمياه الأنهار الدولية عرض الحائط وحققت ما تريد وأضرت بمصالح الشعوب المصرية والسودانية.

وعلى هذا النحو تمثلت إستراتيجية التحرك المصري لحل أزمة سد النهضة ومياه النيل في المحاور الآتية :

- 1- إقرار الوضع الأمني والقضاء على الأزمات السياسية في مصر.
- 2- تجهيز العمل المؤسسي المصري.
- 3- تنشيط العلاقات الاقتصادية بين مصر وإثيوبيا ودول حوض النيل.
- 4- مصر والسودان تشكل موقفاً واحداً في أية مفاوضات.
- 5- فهم واستيعاب الخريطة الإقليمية والدولية.
- 6- التحرك السياسي والدبلوماسي المصري.
- 7- الوساطة والتحكيم واللجوء للهيئات الدولية.
- 8- ترشيد استخدام المياه في مصر ومشاريع الخروج من الوادي الضيق.

مقاييس الدراسة:

تم الرجوع للتراث العلمي لتحديد مراحل تطور مقياس المصدقية في الدراسات العربية والأجنبية كما يأتي :

أولاً- تطور مقاييس المصدقية في المدرسة العربية :

في المدرسة الإعلامية العربية¹⁰⁹ يعتبر سيد محمد من أوائل الباحثين الذين تطرقوا إلى موضوع المصدقية في وسائل الإعلام ، وقد حدد الدكتور محمد سيد محمد أربعة مقاييس رئيسية لقياس المصدقية في الإعلام العربي وفي الإعلام بصفة عامة ، وهذه المقاييس هي:

المقياس اللغوي : وهو الذي يعتمد على وضوح اللغة في التعبير ، مما يجعلها عاملاً حاسماً في صدق الرسالة الإعلامية.

المقياس الإيديولوجي: وهو حجب النظرة المحايدة والمتعددة الأبعاد عن القضية الإعلامية بسبب النظرة الأحادية التي يلتزم بها الإيديولوجيون.

مقياس عدم المعرفة أو جزئية المعرفة : ويرتبط بجهل القائم بالاتصال وعدم معرفته العامة أو عدم معرفته بالموضوع الذي يكتب عنه.

مقياس التزوير : ويرتبط هذا المقياس بتحريف الرسالة الإعلامية والإعلانات التحريرية ، والرقابة، وإخفاء جوانب من الخبر ، وصرف الانتباه وما إلى ذلك مما يمكن إجماله في الدرجات المتفاوتة من التزوير.

وقد تم عرض جهود الباحثين وإسهاماتهم في تطوير بناء مقياس المصدقية في الدراسات العربية في الدراسات السابقة الخاصة بهذه الدراسة

تطور مقاييس المصدقية في الدراسات الأجنبية:

جاء أغلب التطور في قياس المصداقية من مؤسسة روبر 1979 م ، التي اعتمدت في قياس المصداقية بين مصادر مختلفة على "مدي تفضيل الجمهور لأي وسيلة إعلامية في حال تضارب التقارير الإخبارية"⁽¹¹⁰⁾.

وقد تم تطوير المقياس المتعدد الأبعاد لقياس المصداقية على يد (Gaziano & McGarh 1986) فقد قُدم مقياساً متعدد الأبعاد لقياس مصداقية الإعلام ، يتضمن 12 بُعداً مُهماً (الدقة ، الاكتمال ، الوضوح ، الأمانة ، الإنصاف ، احترام خصوصية الأفراد ، عدم التحيز ، الاهتمام بمصالح الجمهور ، الواقعية ، فصل الرأي عن الحقائق ، الارتباط بالمجتمع ، كفاءة المحررين). وقدم (Meyer , 1988) تطوراً لهذا المقياس مكون من خمسة أبعاد هي: (الإنصاف ، الاكتمال ، عدم التحيز ، الدقة ، الأمانة) وقد أكد Mayor أن كلا المقياسين قاسا بعدين مهمين ، وهما الاهتمام بالمجتمع ومصداقية التقرير ؛ أي القابلية للتصديق والدرجة التي تحافظ بها الصحيفة على علاقة متوازنة مع المجتمع. ومنذ ذلك الوقت طور العديد من الباحثين أبعاداً متنوعة للمصداقية بعيدة عن مقياسي Meyer , Caziano & McGrath⁽¹¹¹⁾. فقد أصبحت المصداقية تقاس كبناء متعدد الأبعاد وتمثل القابلية للتصديق والدقة والتحيز والعمق أو الاكتمال هي المقاييس الأربعة التي ظهرت بثبات في الدراسات العديدة التي بحثت كيفية قياس مصداقية الإعلام.

وقد تعددت المقاييس التي استخدمها الباحثون لدراسة مصداقية الخبر. وبخاصة وأن المصداقية ليست سمة إستاتيكية جامدة وراسخة ، ولكنها متغير ديناميكي يتطور وفقاً لسماات المصدر والرسالة والوسيلة الإعلامية⁽¹¹²⁾.

وهناك مجموعة عوامل تؤثر في بناء مقياس المصداقية وتمثلت في :

- استخدام وسائل الإعلام.
- الاعتماد على وسائل الإعلام.
- المتغيرات الديموجرافية.
- توجه الوسيلة.
- نوع القضية.
- الخبرة.
- الاتصال الشخصي.
- المتغيرات السياسية.

وبناء على ما سبق تم بناء مقاييس الدراسة الحالية كالآتي:

1-مقياس مدى استخدام وسائل الإعلام المتنوعة ودرجة تفضيل المبحوث لأي منها في متابعة قضية سد النهضة.

2-مقياس الاعتماد على المواقع الإخبارية ويشمل (درجة الاعتماد – أسباب ودوافع الاعتماد – أسباب الاهتمام بالقضية – معدل الانتباه لتفاصيل القضية – أهداف الاعتماد)

3-مقاييس المصدقية واشتملت على مقياس مستوى مصداقية المواقع ، ويشتمل على درجة المصدقية كما يراها الجمهور (مرتفع-متوسط-منخفض) ، ومقياس مكونات مصداقية المواقع ويشتمل على العناصر الآتية : (التفاعلية – الشمول – الواقعية – الأهمية – الصدق – الموضوعية – الفورية – الدقة – التوازن) ، وكل عنصر من هذه العناصر تم قياسه من خلال مجموعة من العبارات تم تحكيمها من قبل السادة المحكمين في الدراسة .

4-مقياس التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على المواقع الإخبارية ويشمل (التأثيرات المعرفية – التأثيرات الوجدانية – التأثيرات السلوكية)

نتائج الدراسة:

أولاً- نتائج الدراسة الكيفية:

1- تقييم النخبة لمصدقية المواقع الإلكترونية في معالجة قضية سد النهضة أولاً - النخبة الإعلامية

1- أكدت نسبة كبيرة من النخبة الإعلامية بلغت حوالي 70% ، أن مصداقية المواقع الإلكترونية صعب تحديدها بشكل دقيق ربما لطبيعتها وكونها انسيابية أكثر وبها مساحة حرية أكثر؛ وتخضع كذلك لعملية المد والجزر وعملية التفاعل بين المرسل والمتلقي، وهذا فيما يتعلق بالشأن العام . أما ما يتعلق بقضية سد النهضة ؛ لأنه موضوع سياسي وحساس، فالأصل أن تكون المعلومات المنشورة عنه بعيدة تماماً عن التداول العام والحر بين الأفراد.

2- بينما أكد حوالي 25% من عينة النخبة الإعلامية، أن قضية سدّ النهضة من القضايا السيادية المهمة ، ومن هنا فإن هناك تفاوتاً في مدى تقييمهم لما ينتج عن المواقع الإلكترونية في تلك القضية، التي تمر بمنعطفات وصعود وهبوط في المفاوضات . وبالتالي فإن المعلومات التي تصدر عن المصادر الرسمية تتمتع بمصدقية كبيرة . أما بعد أن تتناقلها المواقع المجهولة أو وسائل التواصل الاجتماعي، يصعب تحديد نسبة مصداقيتها. وترى هذه النسبة من العينة أن المواقع الرسمية للصحف القومية الكبيرة تمتعت بالكثير من المصدقية فيما قدمته من أخبار ومعلومات وتحليلات بشأن قضية سد النهضة، ولكن المواقع الأخرى - وهي كثيرة- تلك التي تلهث وراء السبق ، مهما كان مزيفاً ووراء الأخبار الشاذة التي من شأنها جذب أعداد كبيرة من المتابعين، وهذه المواقع لا تتسم بأي قدر من المصدقية وعليها مراجعة نفسها ؛ وبخاصة في القضايا التي تتعلق بالأمن القومي، فمثل تلك القضايا لا تعالج بتلك الخفة وتلك الاعتبارات القائمة على شهوة إثبات التواجد ولو على حساب اعتبارات المهنة والمسئولية الوطنية .

3- في حين أكدت نسبة 5% من العينة أن قضية سد النهضة ، لا يصح إطلاقاً معالجتها أو تحليلها عن طريق المواقع الإلكترونية بصفة خاصة ، إذا تمت هذه

المعالجة من خلال غير المتخصصين ؛ وبخاصة تلك التي لا تدرك مهام
المفاوض المصري الذي لديه كل المعلومات وبعضها لا يمكن إظهارها للجميع.

وترى النخبة الإعلامية أن هناك كثيرًا من المواقع عالجت قضية سد النهضة
بأسلوب يجافي الموضوعية والتوازن على الرغم من حساسية وأهمية القضية، ونقلت
عن أشخاص صعّدت مواقف وتعقد الموقف الرسمي المصري وفي نفس الموقف
تسيء إلى دول وتفاقم وتعقد معالجة هذه الأزمة فهو أمر ألقى بظلاله بطريقة سلبية
على معالجة الأزمة وتناولها.

ثانيًا - آراء النخبة السياسية وخبراء المياه والسدود والقانون الدولي :

ذكرت النخبة المتخصصة - سواء أكانت نخبة خبراء المياه والسدود ، أو النخبة
السياسية والقانونية - آراءها في ضوء مقارنة ما كان يحدث فعلاً في سد النهضة في
إثيوبيا وما ينتشر على المواقع :

1- فأكدت نسبة 60% أن الإعلام المصري معظمه أو أغلبيته ، فشل في أن يتحدث
بمصادقية سواء أكان في الوسائل التقليدية أو المواقع الإخبارية . فمثلاً في فترة
معينة نشرت كثير من المواقع حدوث شروخ في جسد السد أو انهياره أو عطل في
التوربينات الكهربائية أو انسحاب الشركة الإيطالية المنفذة له ، ولكن في الحقيقة لم
يحدث كل هذا ، ووقتها بدأت إثيوبيا في ملء السد للمرة الأولى، ففي الحقيقة لا
يستطيع الإعلام المصري التقليدي والحديث أن يحصل على معلومات صحيحة
أو يتأكد من صدق معلوماته. ولذلك أكدت هذه النسبة من العينة أنها لا تتعامل مع
أي معلومات أو أخبار تتعلق بملف سد النهضة ؛ إلا بعد القيام بعمل
verification أو التحقق من صحة المعلومات المنشورة. مثلاً لو تناقلت صحيفة
أو موقع إخباري خبرًا مترجمًا عن مصدر إثيوبي مثلاً ، يجب البحث عن
التصريحات باللغة التي أدلى بها المسئول، ولدينا نموذج فيما تناقلته الجزيرة على
لسان المتحدث الرسمي للخارجية الإثيوبية ، واستدعى بياناً من الخارجية
المصرية ، ثم نفى المتحدث تصريحاته بالقول : إن فضائية الجزيرة قامت
بتحريف ترجمة ما قاله بالأهمية. وبالتبعية ، يتم تحديد مستوى مصداقية المنفذ
الإعلامي الناشر له.

2- وأكد 20% من عينة الخبراء أن أيولوجية المواقع تؤثر في توجهاتها واتجاهاتها
ومبولها لكن الأهم أن نتابع ونعتمد فقط على المواقع القوية ذات المصادقية والثقل
الإعلامي والمعروفة ولها وجود رسمي حتى لو اختلفنا معها وأن نبتعد عن مواقع
الهواة ومواقع التسخين ومواقع التحيز المطلق.

3- في حين التمس حوالي 20% من عينة الخبراء العذر للمواقع الإخبارية في النقص
التام لمصادقية تغطية قضية سد النهضة ؛ وذلك لغياب تدفق المعلومات من
المصدر الأساسي والرسمي وهو الحكومة المصرية في مقابل وجود مثل هذا

التدفق على الجانب الآخر في إثيوبيا التي تزعم أن كل ما تفعله قانوني استنادًا على إعلان المبادئ الذي تم توقيعه في مارس 2015 م وحتى الآن ، لم توضح الحكومة المصرية لماذا وقعت هذا الاتفاق رغم أن اتفاقية 1902 م تمنع إثيوبيا من عمل أي شيء في هذا المكان إلا بموافقة صريحة من مصر والسودان.

وبتحليل آراء المبحوثين عينة الدراسة الكيفية في المجموعات البحثية السابقة (النخبة الإعلامية ، النخبة المتخصصة) والذين أكدوا أن مصداقية معالجة (قضية سد النهضة الأثيوبي) على المواقع الإخبارية ، تحتاج إلى إعادة نظر من قبل المسؤولين؛ وذلك لقلة المعلومات المتاحة بالنسبة لهم نتيجة رغبة قنوات الإعلام الرسمية بطرح هذه المعلومات طبقاً لما يتسق مع رؤى الحكومة المصرية فقط ، في حين أن المعلومات متدفقة من كل وسائل الإعلام العالمية تقريباً ؛ سواء أكانت التي تخدم المصالح المصرية أو التي تهدم هذه المصالح . وهذا ما يحدث ربكة لدي الجمهور في مدى المصداقية التي تتمتع بها المواقع في معالجة أخبار هذه القضية ، وكما ذكر المبحوثون أن معالجة هذه القضية المهمة على المواقع الإخبارية افتقد الكثير من أبعاد المهنية ومكونات المصداقية، التي يصعب تحديدها على الرغم من حساسية هذه القضية وتأثيرها في الشأن المائي المصري.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة حسن التوام ، التي أكدت دراسته أن مصداقية المواقع الإخبارية من وجهة نظر النخبة عينة دراسته متوسطة بنسبة 63.6% ، وتتفق كذلك مع ما توصلت إليه سماح الشاهوي 2015 م في دراستها

المعايير التي تستند إليها النخبة المتنوعة لقياس مستويات المصداقية في معالجة قضية سد النهضة

أولاً- النخبة الإعلامية :-

أجمعت النخبة الإعلامية على أن معايير تقييم مصداقية المواقع الإخبارية تتمثل في:

- 1- ثقل المصدر المنقول عنه الخبر ، ومدى صلته بالمفاوضات ، وإعلان اسمه وعدم الانتباه للأخبار التي يتصدرها "أوضح مصدر مسئول" دون ذكر اسمه .
 - 2- تطابق العنوان مع المضمون.
 - 3- عدم المزايدة والفرقة الإعلامية في السياسة التحريرية على حساب المهنية.
 - 4- تعدد محاور الموضوع ومصادر الخبر.
 - 5- تضمين صور حديثة تدعم الموضوع.
 - 6- الاستناد إلى إحصائيات سابقة أو مقالات أخرى في صحف أجنبية، لتوسيع مدارك القارئ مع التوازن في تناولها. بالإضافة إلى الحيادية والموضوعية .
- من الأمثلة التي ذكرها النخبة أثناء المناقشات المتعمقة :
- 1- إذا كان لإثيوبيا الحق في بناء سدّ للتنمية وتوليد الكهرباء والزراعة والصناعة؛

فمصر أيضا من حقها الحصول على نسبتها من مياه نهر النيل، فهذه مسألة حياة أو موت، وهذا حق مكتسب للطرفين.

2- قضية سدّ النهضة واحدة من أهم القضايا الحساسة والمزدحمة بالتفاصيل، وبخاصة ما يتعلق بما يجري في المفاوضات، وهو أمر يتطلب المزيد من التدقيق في المعلومات بل، والألفاظ أو المصطلحات المستخدمة، والمصادقية عامة تتطلب تغطيات كثيرة، يكون قد ثبت صدقها لتتأسس عليها المصادقية، ولا يمكن لتلك المصادقية أن تنشأ دون استناد التغطية إلى معلومات موثقة ومدققة تماماً، وعرض كل وجهات النظر الجادة والحقيقية؛ بهدف إتاحة البدائل أمام القراء وتحفيزهم على تكوين رأي أو توجه متماسك، بعيداً عن الاعتبارات السياسية والأيدولوجية، في إطار الحفاظ على المصلحة الوطنية، فقضية سدّ النهضة واحدة من أهم قضايا الأمن القومي المصري، بل إنها - كما أكدت القيادة السياسية - مسألة حياة أو موت، ومن ثم فإن التغطية يجب أن ترتقي في جودتها ومصادقيتها لتلك الأهمية.

ثانياً - آراء النخبة السياسية وخبراء المياه والسدود والقانون الدولي :

اختلف تقييم النخبة المتخصصة في معايير مصادقية الأخبار المنشورة عن سدّ النهضة؛ حيث أجمعت هذه النخبة على أن معايير تقييم المصادقية هي :

- 1- التخصصية في المعالجة، فلا يجب أن يتقن غير المتخصصين بمجال الجغرافيا والمياه وبناء السدود فيما لا يعرفون.
- 2- الدراسة العميقة والتحليل الوافي للمتخصصين في شئون السدود وتأثيراتها إيجاباً وسلباً، الحيادية من خلال الاطلاع على وجهات نظر ورؤى الطرفين.
- 3- تنشر كثير من المواد الإعلامية بكل أشكالها عن سدّ النهضة، وأغلبها يدخل في نطاق المواد غير الموثوقة؛ سواء أكانت دعائية أو كتائب إلكترونية، تتبع لأحد أطراف الصراع أو مواطنين متحمسين بشكل عاطفي من هذا البلد أو ذاك. ولفلترة هذه المواد:

- لا بد أن تكون المادة منشورة في صحيفة أو موقع معروف، وله الحد الأدنى من المصادقية.
- النظر فيما هو الكاتب هل هو متخصص في المجال من النواحي الفنية ذات العلاقة؟ أو من النواحي السياسية أو العسكرية.
- تقييم أولي من خلال النظر في المعطيات الأساسية، التي ينطلق منها الكاتب، فإذا كانت صحيحة؛ يمكن إكمال القراءة، وإذا كانت هناك أي معلومة أساسية خاطئة أو غائبة، فسيتم إهمال المقال أو التحليل.

4- ضرورة الإلمام بكل جوانب القضية وبخاصة الجانب التاريخي والاتفاقيات الدولية التي غابت عن كثير من المواقع ؛ فلدينا العديد من الاتفاقيات التي تحفظ حقوقنا مثل اتفاقية 1902 م . ومن المعايير المهمة أيضاً القدرة على توفير المعلومات الصحيحة عن كل أطراف القضية وهذا المعيار لم يتوافر بالشكل المطلوب.

ولتفسير آراء المبحوثين عينة الدراسة الكيفية: أشار المبحوثون في المجموعات السابقة (النخبة الإعلامية ، النخبة المتخصصة إلى مكونات مهمة جداً لمصادقية معالجة هذه القضية الحساسة على المواقع الإخبارية ، التي أكدوا صعوبة قياس مصداقيتها وتمثلت هذه المكونات في :

1- ثقل المصدر الذي ينقل المعلومة – تطابق عنوان الخبر مع مضمونه – التوازن وعدم المزايدة تعدد محاور الموضوع – تضمين صور حديثة لموقع سد النهضة – الاستناد إلى إحصائيات حديثة بالإضافة إلى المكونات الأخرى التي اختبرتها الدراسة والمذكورة في الدراسة الكمية ؛ حيث إن إضافتهم ، تأتي من تجاربهم في محاولة التحقق. **Verification** من صحة الأخبار المتداولة على المواقع المتنوعة، بالإضافة إلى نوعية الخبراء المتحدثين في القضية ؛ فترى النخبة المتخصصة ضرورة أن يكون الخبير المتخصص ويقوم بالدراسات العميقة في الموضوع لتحليله من مختلف الجوانب ، ولديه رؤية في تحليل جوانب القضية خاصة التاريخية والقانونية والفنية.

وهذه المعايير التي أضافها المبحوثون في المجموعتين مرتبطة بالعلاقة التبادلية للمعايير التي يوظفها هؤلاء (النخبة الإعلامية والمتخصصة في تقييمهم لمصادقية المواقع الإخبارية الالكترونية). وهذه العلاقة بين النخبة والمواقع يطرحها النموذج البنائي للمصادقية وإحداث لتطور مفهوم المصادقية طبقاً لتطور إمكانات الوسيلة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصل إليه حسن التوام (113) الذي توصل إلى أن 81% من النخبة عينة دراسته ، ترى أن الموضوعية والحيادية أمور نسبية ؛ بينما قوة المصدر وتخصصه هي أمور لا جدال عليها في تحقيق المصادقية. وأضاف كذلك أن التوجه الأيدلوجي للموقع الإخباري يؤثر جداً في صحة ومصادقية الأخبار التي ينشرها ، كما ذكرت النتيجة عينة دراسته.

بينما تختلف مع وليد النجار (114) الذي توصلت دراسته إلى أن شهرة الموقع الصحفي تليها الموضوعية والحيادية ، هي أهم عناصر ومعايير تقييم مصادقية المواقع الإخبارية الالكترونية ، كما تراها النخبة عينة دراسته.

رأى النخبة في مدى تأثير التفاعلية التي تتيحها المواقع الإخبارية في اتجاه معالجة القضية.

أولاً النخبة الإعلامية :

1- اتفقت نسبة كبيرة من النخبة الإعلامية بلغت 60% على أهمية التفاعلية على المواقع الإخبارية بشكل عام ، ولكن مع خصوصية هذه القضية ، كان لهم بعض التفاصيل التي وردت في أرائهم وأمثلة من الواقع كما يأتي :

- التفاعلية تعني وجود تواصل واتصال وتفاعل ، وتعني تصحيحاً لرجع الصدى وتصحيح رسائل القائم بالاتصال ، ومن ثم رجع الصدى للمتلقى. وهذه النقطة مهمة جداً، وتؤثر - بلا شك- بالسلب في قضية سد النهضة . والحقيقة أن التفاعلية أسفرت على اتجاهين : الأول هو المزيد من الشعارات والمناداة بخوض الحروب وهدم سد النهضة . والاتجاه الثاني ضد مصلحة مصر من مواقع معادية أو مأجورة. وللأسف هذه التفاعلية كانت - وما زالت- سبباً في فشل المحادثات التي حدثت بين مصر والسودان وإثيوبيا، في معالجة هذه القضية ؛ لأنها تُعقد الموقف ، وتؤثر في المعالجة الموضوعية للقضية؛ حيث إنها قضية حساسة بالنسبة للمصريين ، ويعتبرونها مسألة حياة أو موت وتعطيش المصريين.

ولذلك فمن المفترض، قبول التفاعلية مع الأشخاص المدركين والفاهمين. أما غير ذلك فلا يجب السماح بالتفاعل معهم من الأساس؛ لأنهم يتحدثون بدون فهم أو إدراك أو وعي ، ممّا يخلق مشاكل كبيرة ؛ نتيجة لأحكامهم السريعة غير القائمة على أسباب منطقية، ولكن على العكس مع الأشخاص الفاهمين فهم قادرون على إعطاء حلول منطقية ، من الممكن تطبيقها على أرض الواقع.

- التفاعل مع المواقع ما دام محترفاً وموضوعياً يجعل المتابع هو الرابح الأكبر، أما بخلاف ذلك فلن نجد إلا مزيداً من الإشاعات ، وهي بطبيعتها توفر بيئة خصبة لتيارات إرهابية، وهذا يعد تأثيراً سلبياً في اتجاه المعالجة .

2- بينما يرى 20% أن التفاعلية تؤثر في أحاديث الجمهور ، ولكن لا تؤثر في اتجاه المعالجة إطلاقاً؛ لأن المفاوضات المصري لا يتحرك باتجاه المواقع ؛ لأنه لا يستقي معلوماته من تلك المواقع. وهي غير مجدية في أمور الأمن القومي.

3- ويرى 10% من النخبة أن لها تأثيراً إيجابياً وموالياً للعصر ، فالتفاعلية مؤشر نجاح المواقع وأحد أعمدة الإعلام الجديد ، الذي يتطلب من المؤسسة مهارات في التعامل وسرعة في الأداء.

خصوصاً وأن هناك أطراف قد تبني مواقف رسمية بناءً على مجرد طرح إعلامي. ويرى بعض منهم 10% أن التفاعلية يمكن النظر إلى تأثيرها من زاويتين مختلفتين ؛ فقد يكون تأثيرها إيجابياً باعتبار أنها تحمل رد فعل فوري على المادة المنشورة . وبالتالي فإن ذلك التفاعل من قبل القراء يمكن أن يكون دافعاً للتجويد، ويجعل الموقع أكثر حرصاً على الدقة، فالحساب فوري وعلى نطاق واسع ، بما قد يضر جداً بمصداقية المواقع. ومن ناحية ثانية فقد يكون تأثير التفاعلية سلبياً ؛ لأنها قد تكون دافعاً للانجرار خلف رغبات القراء والمتابعين وتقديم ما يرضيهم،

وما يحفزهم على رد الفعل الإيجابي بكل ما يعنيه ذلك من زيادة حجم الزيارات على الموقع والتسويق له. والأمر هنا يتوقف على توجه الموقع وأهدافه التي يسعى لتحقيقها.

ثانياً - آراء النخبة السياسية وخبراء المياه والسدود والقانون الدولي :

يرى نسبة 70% من النخبة المتخصصة أن التفاعلية تؤثر بالسلب ؛ لأن المتلقي لا يعبر عن رأيه في المنشور فحسب ، بل يمتد ذلك لخلط تعليقاته بمعلومات لا تستند على حقائق ، بل في الغالب معلومات مضللة يمكن أن يكون قد استقاها من مصادر غير رسمية ؛ كصفحات غير رسمية على مواقع التواصل الاجتماعي. ومن هنا فلن توفر هذه التفاعلية أرضية للحل.

2- تساعد على إشعال وبث الفتنة بين شعبي مصر والسودان مثلاً، وظهور موجه من الكراهية الشعبية والتوجيه وانعدام الثقة بين قطاعات شعبية واسعة كانت بعيدة عن هذه التأثيرات من قبل.

ويرى نسبة 30% من النخبة المتخصصة أنه لا يصح أن تكون التفاعلية مؤثرة في اتجاه المعالجة ، وأكدوا ذلك من خلال التفاصيل الآتية :

1- ليس بالضرورة أن تؤثر في قرار المسؤولين أو اتجاه المعالجة بصفة خاصة في قضية سد النهضة ، التي يغلب عليها الشق الفني ، الذي لا يتوافر بالدرجة المطلوبة حتى عند بعض المتخصصين.

2- تفاعل المتواصلين مع أي موقع ؛ سواء أكان كثيراً أو قليلاً ؛ فالمفترض ألا يؤثر في اتجاه المعالجة ، فأى موقع محترم يستند على الشفافية وتدقيق المعلومات والمصادقية ، بغض النظر عن عدد وتوجهات متابعيه لأنه لا يعمل بطريقة ما يطلبه المستمعون.

3- التفاعلية تقدم اتجاه للرأي عام والمفترض أن يكون تأثيرها داخلياً على نمط المعالجة الإعلامية وليس خارجياً على صناعات القرار في هذه القضية ، لكن أعتقد أن لها جزءاً من التأثير في اتخاذ القرار حيث تمثل ضغطاً جماهيرياً من نوع ما على متخذ القرار.

كما سبق في عرض آراء المبحوثين (مجموعة النخبة) في تأثير التفاعلية ؛ حيث أكدت النسبة الأكبر أن التفاعلية مهمة على المواقع الإخبارية . وتعد من المميزات الخاصة بها ، ولكن مع هذه القضية فإن التفاعلية قد تكون مؤثرة بالسلب في اتجاه المعالجة بصفة خاصة ، تلك التي ترفع شعارات الحرب وهدم السد وخوض معارك ؛ ممّا يعقد الموقف المصري ، ويؤثر سلباً على اتجاه المفاوضات . وبالتالي فهي سلاح ذو حدين. وهذه الآراء المستمدة من التفاعلية تمثل ضغوطاً على القائم بالاتصال ، بصفة خاصة وأن الوسيلة لها تأثير مباشر على تقديم الرسالة الإعلامية ، كما أن جماعات الضغط التي تمارس التفاعل على المواقع يمكن تحديدها بالمحددات الآتية:

الأخلاقيات العامة-السلوكيات التي يفرضها الموقع في التعليقات-ضوابط ومواثيق شرف المهنة التي تفرض على الجمهور المتفاعل عدم إثارة البلبلة والقلق.

مناقشة النخبة المتنوعة لظاهرة المواطن الصحفي ومدى تأثيرها في معالجة قضية سد النهضة.

أولاً - النخبة الإعلامية

أجمعت النخبة الإعلامية على أن حساسية هذه القضية ، يفترض أن تمنع المواطن للقيام بدور الصحفي أو كتابة أخبار أو تحليل معلومات مستندة في ذلك على التفاصيل الآتية :

- 1- يفترض أن هذه المواقع الإخبارية تأخذ أخبارها ؛ وفقا لشروط معينة. فمن يعمل في تلك المواقع له خبره أكثر من المواطن الصحفي ، الذي لديه الأمور مباحة ومنفلتة أحيانا ، وتختلط الحرية بالانفلات والمركزية بالعائمة.
- 2- المواطن الصحفي هو نتاج غير شرعي لمحطة إخبارية اسمها الجزيرة ؛ حينما منعت من العمل في مصر ، فاقترحت هذا التعبير وكان سبباً لانتشار الشائعات بشكل كبير ، ولذلك فلا مجال له في معالجة هذه القضية ، التي لا يصح معالجتها عن طريق سرعة النشر والاجتهاد في التحليل والفحص ، وترك تلك القضية للمتخصصين ؛ وذلك لأجل الصالح العام والحفاظ علي قطرة المياه .
- 3- ظاهرة المواطن الصحفي بالنسبة لقضية سدّ النهضة بالذات ، لها تأثير سلبي للغاية ، وكذلك مع كلّ الموضوعات التي تتعلق بالأمن القومي المصري ؛ لأنه – للأسف- تناول وسائل التواصل الاجتماعي لها من خلال المواطنين بشكل يثير انتقادات الدول الأخرى، ويتم ترجمة هذه المواد بشكل يسيء لمصر ويتم التفاعل معها بنفس الشكل؛ وذلك لأن المواطنين المصريين تناولوا هذه القضية بقلة فهم وحساسية كبيرة ودعوات عدائية ضد السودان وإثيوبيا ودعوات لضرب سد النهضة، مما كان له أثر كبير في تصعيد هذه القضية وتصعيد تناولها والتعامل معها بين مصر وهذه الدول.

آراء النخبة السياسية وخبراء المياه والسدود والقانون الدولي :

- 1- اتفقت النخبة المتخصصة مع النخبة الإعلامية - بنسبة كبيرة - على أن فكرة المواطن الصحفي تصلح في تغطية شئون محلية تخص المحافظات وأوضاعها ؛ أخذاً في الاعتبار أيضاً مدى إلمام من يقوم بالأمر بشئون محافظته أو مدينته، لكن أن ينسحب ذلك على ملف حيوي ؛ هو في صميم الأمن القومي المصري ، فهذا عبث يستحق وقفة لضبط المشهد - بصفة خاصة- مع عدم دراية مثل من يتصدى للمسألة إعلامياً أو صحفياً بأساسيات الخطاب الإعلامي أو الصحفي أو إلمامه بعلم الإعلام والميديا بشكل عام.
- 2- أزمة السد الإثيوبي أصبحت قضية رأى عام واسعة النطاق ، يتم تداولها عبر ثلاث دول إجمالي عدد سكانها ٢٤٠ مليون نسمة ؛ ولذلك فهناك مئات الصفحات على الفيس بوك وآلاف الفيديوها ، وكلها تدخل في إطار الحرب النفسية والدعائية ، وكل طرف يدافع عن موقفه. فضلاً عن ذلك فهناك تداول واضح

ومؤثر من أطراف خارجية ؛ مثل: قطر وتركيا ، عبر تمويل وإدارة الكثير من الصفحات لأغراض سياسية للوقية أو التشكيك أو إضعاف موقف طرف معين غالباً هو مصر؛ ولذلك تأثير ظاهرة السوشيال ميديا والمواطن الصحفي في هذه الأزمة بارز وواضح جداً وسلبى أيضاً.

3- ظاهرة المواطن الصحفي تعتبر كارثة من كوارث الزمن ؛ نتيجة وسائل التواصل الاجتماعي، فالجمهور يعتبر أي معلومة يأخذها من مواقع التواصل الاجتماعي أو من أحد معارفه ، معلومة صحيحة وموثوق فيها ، وهذا خطأ كبير فمن المفترض الاعتماد على المواقع الإخبارية المعروفة للحصول على المعلومة مثل اليوم السابع ومصرأوي وغيرها . والابتعاد عن المواقع الغربية غير الموثوق فيها ، وهي التي تؤثر في الأمن القومي المصري والعلاقات الإفريقية. مثل مشاركة إشاعة قتل رئيس الوزراء الإثيوبي ووزير الخارجية الإثيوبي من موقع غير معروف. فهذه القضية تحتاج إلى المنطق والعقل في تناولها لأن الخوف أصاب المواطنين من أشياء ليس لها أساس من الصحة.

وذلك على الرغم من أن كثيراً من التعليقات ، التي كتبها المؤرخون والخبراء على صفحاتهم الخاصة ، تفوقت على التغطيات التي قدمتها المواقع الإخبارية المتخصصة، والغالبية العظمى من هؤلاء المتخصصين الذين كتبوا وشاركوا بوزع وطني وإدراك حقيقي لأهمية الموضوع ، بالنسبة للأمن القومي المصري . وبالطبع كان هناك الكثير من مشاركات المواطن الصحفي ، تعتمد على معارضة النظام والطعن في توجهاته في مقابل توجهات أخرى تدافع عن النظام وتوجهاته. **وبالنظر لأراء المبحوثين** في مدى تأثير ظاهرة المواطن الصحفي على معالجة قضية سد النهضة، التي أكدت نسبة كبيرة منهم ، أنه يجب أن لا يكون هناك وجود للمواطن الصحفي في معالجة هذه القضية الحساسة بصفة خاصة ، وأن أزمة المصادقية لها ثلاثة عناصر:

وسائل الإعلام -الجمهور -مؤسسة المجتمع والحكم. وأي خلل في أحد أضلاع هذا المثلث يحدث أزمة، بل فجوة كبيرة في مصادقية المواقع الإخبارية بصفة خاصة ، مع زيادة عدد المواد الإعلامية المثيرة والضارة لمجريات المفاوضات ، التي يطلقها المواطنون من أجل جذب الانتباه بصفة خاصة ، وأن هؤلاء المواطنين الصحفيين يرفعون الشعارات المزيفة والمزائبات الرخيصة ، التي تشحن الرأي العام وتضع الجمهور في متاهة ناتجة عن تزييف الوعي السياسي والتجهيل المتعمد الذي يؤدي حتماً إلى فقدان المصادقية.

تصورات النخبة المتنوعة للمعايير المهنية اللازمة لضبط الأداء الإعلامي على المواقع الإخبارية بشكل عام، وفي هذه القضية الحساسة بالتحديد.

أولا - النخبة الإعلامية :

- 1- أن تكون هناك ضوابط على المواقع الإخبارية ، وهذه الضوابط لا تعني تقييداً للحرية الفكرية ، ولكنها تعني الحفاظ على ثوابت المجتمع والقوانين المرئية والأمن الكبير للبلد والكرامة والتاريخ ، فيما عدا ذلك لا يخضع للضبط ويعتبر ضمن حرية الرأي.
- 2- فرض سياسة الانضباط الإعلامي والمهنية ؛ لأن العمل بالمجال الإعلامي أمانة ورسالة، قبل أن تكون وظيفة بدءاً من اختيار الموضوع والضيوف المتخصصين إلى الطرح الموضوعي بلا إفراط أو تفريط.
- 3- فصل الملكية عن السياسة التحريرية، وذلك يحتاج ضميراً يقظاً ، ويحتاج مهنية عالية.
- 4- أن تكون هناك منصات رسمية للتفاعل لعرض المعلومات السليمة.
- 5- تفعيل ميثاق الشرف الإعلامي مع ضرورة محاسبة المخالفين وتوجيه إنذار ولوم، وتطبيق القانون في تلك القضايا وغيرها، مع وجود دورات تدريبية للقائمين بالاتصال من أجل التوعية بالقوانين والتشريعات، مع ضرورة استضافة الضيوف المتخصصين لإثراء القضية المطروحة وتقديم مقترحات على أرض الواقع مع عدم استضافة الضيوف الذين يقومون بتوجيه سباب للآخرين.
- 6- تحري الدقة في نقل المعلومات، وعدم نشر معلومات من شأنها الإضرار بأمن الدولة، وتفعيل القانون بكل قوة وحزم على كل إعلامي يخالف الميثاق الإعلامي.
- 7- عدم نشر أي خبر بدون مصدر، وأن يكون المصدر له صلة وثيقة بالموضوع ولديه معلومات حقيقية وليست استنتاجات، ووقف توقعات ما يسمى بالخبراء للمستقبل والاقتصر على تحليل المعلومات المؤكدة فقط ، والالتزام بما يصدر عن المؤسسات الرسمية في هذا الشأن.
- 8- لا بد من إصدار قوانين تنفذ فوراً لمعاقبة كل من تسول له نفسه الإضرار بأي قضية تمس أمن مصر القومي بادعاء المطالبة بالديمقراطية وحرية الرأي.
- 9- ضبط الأداء الإعلامي يحتاج رقابة ويحتاج إلى أن يكون هناك توازن ومصادقية وموضوعية ، فهناك للأسف مواقع إخبارية تعتمد على الإثارة والتعجل ونشر عناوين مثيرة في الخبر ليس لها أساس أو نشر أخبار تعكس أمن واستقرار المجتمع أو تؤثر في فهم أو تناول موضوعات غاية في الحساسية
- 10- أن تكون هناك لقاءات وحوارات مع مختلف أطراف المفاوضات، وأن نتعرف على رأينا ورأي المفاوضات الأخر، وأن هناك مندوبين يبحثون في خفايا المباحثات وما يضمرة كل طرف للآخر ، والفرق بين المعلن والحقيقة وأن يصاحب ذلك مع استطلاع رأي للخبراء في البلدان الثلاثة ورأيهم في كيفية الوصول إلى حلول.

المعايير المهنية اللازمة للتعامل الإعلامي مع قضية سد النهضة طبقاً لأراء النخبة السياسية وخبراء المياه والسدود والقانون الدولي :

1- لا بد من تحديد الاختصاص وتعريف الصحفي الملم بالملف الذي يتصدى له بما يأتي :

أولاً بثوابت الموقف المصري إزاء هذا الملف، وثانياً بما يجب الخوض فيه علناً وما لا يجب (بعضهم من فترة قال إن مصر قامت بشراء حاملات الطائرات الفرنسية المسترال وطائرات الرفال الفرنسية لقصف سد النهضة) بالرغم من أن صانع القرار في مصر لم يتحدث أبداً في هذا الشأن.

فمن شأن مثل هذه الأخبار غير القائمة على حقائق ، الإساءة البالغة لصورة مصر الذهنية في أذهان المتلقي الإثيوبي بشكل خاص والمتلقي الأفريقي بشكل عام ؛ وبخاصة مع نجاح الخطاب الإثيوبي في إقناع كثير من الأفارقة، خاصة من ذوي البشرة السمراء، في عدالة قضيتها.

2- ولا بد أيضاً من تنفيذ دورات تدريبية على فترات متقاربة للإعلاميين أو الصحفيين، الذين يقومون بالتغطية الإعلامية لملف سد النهضة تحديداً ؛ لإطلاعهم على الحقائق أولاً بأول منعاً لأي لبس أو تراكم معلومات خاطئة

3- ضبط الأداء الإعلامي يتطلب المصداقية وحرية التعبير، وتغطية كل الآراء حول القضية المطروحة للمناقشة ؛ مع إعطاء خلفية تاريخية عن تاريخ الصراع وأسبابه ووجهة نظر كل طرف.

4- المواقع الإخبارية الرسمية وغير الرسمية عليهم التحرر من التعليمات ، مع الالتزام بمبادئ المهنة في نقل الخبر وتحليله، وإمداد الجهات المسئولة بالأخبار والمعلومات في موعدها.

5- التحرر من قيد وقت التغطية على حساب التدقيق ؛ فكل موقع يلهث ليكون أول من نشر الخبر ؛ ممّا يؤدي إلى تراجع التدقيق ومراجعة المعلومات . والمشكلة الأكبر أن بعض المواقع لا تصحح ما تقع فيه من أخطاء.

6- يجب على الهيئة المنظمة للإعلام أن تباشر واجباتها ، وتقوم بها نحو أي وسيلة إعلامية وليس فقط المواقع، ولا يسمح لأي موقع إخباري أو وسيلة إعلامية للعمل بمعزل عن تلك الضوابط.

7- يحمل الإعلام مهمة ضخمة وهي عمل توازن في جميع الأمور حتى تحدث التنمية والآراء المتوازنة في الحقيقة قبل أي شيء.

في ضوء آراء المبحوثين عينة الدراسة الكيفية ، الذين قدموا توصيفاً جديداً لمكونات مصداقية المواقع الإخبارية كأحد المعايير المهنية اللازمة لضبط الأداء الإعلامي على المواقع الإخبارية فيما يتعلق بالقضايا المصيرية وتمثلت هذه المكونات في: مدي وجود رقابة على المواقع الإخبارية.

ضرورة التدقيق في المعلومات من خلال تطبيق برامج. Fact checking

مقارنة المعلومات المنشورة على موقع واحد بالمعلومات الموجودة على باقي المواقع الرسمية. إتاحة المعلومات من كل المصادر المؤيدة والمعارضة .

ضرورة تحري الدقة في البيانات والأرقام.

ضرورة تحري الدقة في تخصص الخبراء المتحدثين.

عدم الجري وراء السبق الصحفي أو النشر السريع دون تدقيق في المعلومات الواردة. تفعيل دور الجهات المنظمة للإعلام من خلال إعادة صياغة قوانين ضبط الأداء الإعلامي ، ولن يصرح للمواقع الإخبارية بالعمل بمعزل عن تلك الضوابط.

ثانياً- نتائج الدراسة الكمية:
أولاً- نتائج التساؤلات:

جدول رقم (1)

مدى متابعة الجمهور قضية سد النهضة الأثيوبي في وسائل الإعلام المختلفة

الترار والنسبة درجة المتابعة	ك	%
احرص بشدة	122	29.8
احرص بدرجة متوسطة	288	70.2
الإجمالي	410	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن هناك حرصاً من الجمهور المصري على متابعة هذه القضية حتى وإن تنوعت درجة الحرص ؛ حيث وصلت إلى 30% يحرص بشدة و 70% يحرص بدرجة متوسطة وهذا ما أشارت إليه نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام) أحد المداخل العلمية النظرية لهذه الدراسة (حيث تعتبر قضية سد النهضة من القضايا الشائكة والمهمة التي تدفع الجمهور للاعتماد على الوسائل الإعلامية المتنوعة ؛ للحصول على معلومات للمساهمة في فهم تطورات هذه الأزمة وتفسيرها بشكل سليم. ويمكن تفسير تلك النتيجة أيضاً في ضوء متغير "حساسية القضية أو أسباب اهتمام الجمهور بهذه القضية " حيث إن قضية سد النهضة الأثيوبي تعد أهم قضية خارجية تخص الشأن المصري وبها تطورات متلاحقة ولها أضرار على المستقبل المائي للدولة المصرية وكذلك التنمية الاقتصادية وتوجهات الدولة.

جدول رقم (2)

المصادر المفضلة للجمهور في الحصول على معلومات عن القضية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
84.4	0.62	2.53	6.6	27	33.7	138	59.7	245	المواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية
82.7	0.62	2.48	6.8	28	38.3	157	54.9	225	القنوات المصرية الخاصة
81.5	0.68	2.44	10.5	43	34.6	142	54.9	225	التلفزيون المصري الحكومي
76.5	0.72	2.30	15.6	64	39.3	161	45.1	185	الإذاعات المصرية
74.9	0.67	2.25	13.4	55	48.6	199	38	156	القنوات الفضائية العربية
74.7	0.76	2.24	19.8	81	36.3	149	43.9	180	الصحف المصرية
71.0	0.73	2.13	21	86	45.1	185	33.9	139	الصحف الخاصة المصرية
410									جملة من أجابوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع نسبة تفضيل المواقع الإخبارية الإلكترونية في الحصول على معلومات عن قضية سد النهضة بوزن نسبي %84.4 يليها القنوات المصرية حصة بوزن نسبي %82.7 ثم التلفزيون المصري الحكومي بوزن نسبي %81.5 .

اتفقت هذه النتيجة مع ما توصل له محمد بكير⁽¹¹⁵⁾ في دراسته حيث جاءت المواقع الإلكترونية المركز الأول للوسائل الإعلامية، التي يعتمد عليها الجمهور السعودي بمتوسط 1.810 يليه القنوات الفضائية بمتوسط 1.61 ، وذلك فيما يخص الحصول على المضامين الإخبارية . وتختلف مع عزة عبد العظيم ، 2016⁽¹¹⁶⁾ ، التي أكدت دراستها تفوق وسائل الإعلام التقليدية أكثر من الجديدة في الحصول على المعلومات عن المضامين الإخبارية . وتختلف كذلك مع محمد زين 2015⁽¹¹⁷⁾ ، الذي أكد في دراسته أن %55.33 من إجمالي حجم العينة لا يتعرضون للمواقع الإخبارية الإلكترونية وأن %27 متوسطي التعرض وأن %18.05 فقط هم اللذين يفضلون المواقع الإخبارية الإلكترونية وذلك في الحصول على معلومات عن قناة السويس الجديدة ، وقد أكد George DH 2018⁽¹¹⁸⁾ أن تفضيل وسيلة إعلامي على غيرها يرجع بالأساس إلى التعرض الانتقائي الذي ربطته دراسته بارتفاع مستوى المصداقية . وهذا ما أكدته كذلك دراسة Thomas J. Johnson 2016⁽¹¹⁹⁾ . حيث أكدت ازدياد التعرض والاعتماد على وسيلة إعلامية ، يعني أن الجمهور يراها أكثر مصداقية وحرية. وتختلف هذه النتيجة مع Mehrabi, 2009 الذي أكد تفوق التلفزيون في نقل الأنباء أكثر من المواقع الإخبارية وركز في تحليل نتائجه على أهمية الصورة التلفزيونية في رفع مصداقية الخبر.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء النموذج البنائي للمصداقية ، الذي يعتمد على ثلاثة مداخل توضح وتفسر تفضيل الجمهور للمواقع الإخبارية على باقي الوسائل الإعلامية ، باعتبارها أكثر مصداقية ؛ ففي ضوء المدخل المؤسسي: نجد أن الصورة الذهنية لوسائل الإعلام التقليدية ، وبخاصة الحكومية منها، أنها تعطي للجمهور أنصاف المعلومات وتتحاز للمواقف الحكومية بصفة خاصة⁽¹²⁰⁾ في معالجة القضايا الشائكة مثل قضية سد النهضة ، ومن حيث المدخل التأثري الذي يؤكد أن تركيز الجمهور في الاعتماد على المواقع الإخبارية ، يرجع إلى سهولة الوصول إليها وأنها أكثر انقراية وألفة للجمهور في عصر التحول الرقمي ؛ وذلك من حيث الشكل والمضمون ومن حيث المدخل الفردي المحدد نجد أن تأثير هذه القضية على حياة الجمهور بشكل مباشر أثر كذلك في اهتماماته في متابعة وسائل الإعلام . كما أن تفضيل الجمهور للمواقع الإخبارية يعد مؤشراً على تصاعد مصداقية هذه المواقع لدي المبحوثين فيما يتعلق بالقضايا الخارجية الخاصة بالشأن المصري.

جدول رقم (3)
درجة اعتماد الجمهور على المواقع الإخبارية الإلكترونية للحصول على معلومات
عن قضية سد النهضة الإثيوبي

التكرار والنسبة	ك	%
أعتمد دائماً	158	38.5
أعتمد بدرجة متوسطة	234	57.1
لا أعتمد (نادراً)	18	4.4
الإجمالي	410	100

يتضح من بيانات الجدول السابق أن نسبة اعتماد الجمهور على المواقع الإخبارية تتراوح بين الاعتماد دائماً بنسبة %38.5 والاعتماد بدرجة متوسطة بنسبة %57.1. وتتفق هذه النتيجة ، مع ما توصل له محمد بكير 2016 ، الذي أكد في دراسته مدى حرص الجمهور على المتابعة المنتظمة والاعتماد على المواقع الإخبارية، في الحصول على معلومات عن المضامين الإخبارية . وتتفق هذه الدراسة مع دراسة وفاء ثروت 2016⁽¹²¹⁾ التي توصلت إلى اعتماد %31.8 من عينة دراستها على المواقع الإخبارية بشكل دائم و %68.2 ، يعتمدون بشكل متوسط عليها في متابعة التغطية الإعلامية لمعرفة تطورات العمليات الإرهابية لتنظيم داعش). وتتفق هذه النتيجة كذلك مع محمد أيمن جربوع 2017⁽¹²²⁾ ، الذي أكد أن %94.7 من عينة دراسته يعتمدون على المواقع الإخبارية بينما %5.3 فقط هم الذين لا يعتمدون عليها . وأكدت دراسة Thomas J. Johnson 2016⁽¹²³⁾ أن ارتفاع الاعتماد على المواقع يعني أن الجمهور يراها أكثر مصداقية من الوسائل الإعلامية الأخرى. ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء فروض نظرية الاعتماد على وسائل على وسائل الإعلام ، التي تؤكد ارتفاع اعتماد الأفراد على الوسائل التي تعد بالنسبة لهم مصدر للمعلومات في أوقات الصراع والتغيرات الاجتماعية والسياسية وذلك لاعتبارها مصدر من مصادر تحقيق أهداف فهم تطورات أزمة سد النهضة الإثيوبي.

جدول رقم (4)
أكثر المواقع تفضيلاً لدى الجمهور في متابعة القضية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
90.2	0.59	2.71	6.8	28	15.6	64	77.6	318	اليوم السابع
81.0	0.71	2.43	12.9	53	31.2	128	55.9	229	BBC
77.2	0.72	2.32	14.9	61	38.5	158	46.6	191	صدى البلد
76.8	0.73	2.30	16.1	66	37.3	153	46.6	191	الوطن
73.7	0.70	2.21	16.3	67	46.3	190	37.4	153	موقع الأخبار
73.2	0.72	2.20	18.3	75	43.9	180	37.8	155	العربية
65.0	0.69	1.95	26.6	109	52	213	21.4	88	الجمهورية
64.5	0.67	1.93	26.1	107	54.4	223	19.5	80	مصر اوي
59.8	0.68	1.80	35.4	145	49.8	204	14.8	61	فيتو
48.4	0.66	1.45	64.4	264	26.1	107	9.5	39	الجزيرة
410									جملة من أجابوا

يتضح من بيانات الجدول السابق أن موقع اليوم السابع حصل على أعلى نسبة تفضيل من الجمهور عينة الدراسة بوزن نسبي 90.2% يليه موقع BBC عربي بوزن نسبي 81. ثم موقع صدي البلد بنسبة 77.20% واتفقت هذه النتيجة مع ما توصل إليه إبراهيم حسن التوام⁽¹²⁴⁾، الذي أثبت أن موقع اليوم السابع حصل على المركز الأول في درجة تفضيل النخبة له؛ من حيث درجة المصداقية بوزن نسبي 60.1. تلاه المصري اليوم ثم البوابات الرسمية ثم BBC عربي. وهذا الترتيب للمواقع الإخبارية، الذي يراه الجمهور عينة الدراسة يعني أن هذه المواقع التي حصلت على المراكز الثلاثة الأولى (اليوم السابع، BBC، صدي البلد) تساعدهم في تحقيق أهدافهم الشخصية من فهم وتوجيه لأرائهم نحو قضية سد النهضة الإثيوبي؛ وفقاً لما أكدته فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. وعند تفسير هذه النتيجة في ضوء النموذج البنائي بالمصداقية الذي يطرح عدة مكونات رئيسية لمصداقية وسائل الإعلام ومنها:

- 1- المتغيرات السابقة حيث يرى الجمهور أن المواقع الإخبارية التي فضلها (اليوم السابع، BBC عربي، صدي البلد) ذات سياسة تحريرية، تختلف عن المواقع التابعة للجراند الرسمية (موقع جريدة الأخبار)؛ ولذلك يرى أنها بعيدة عن ضغط الجهات الرسمية على مضمونها الإعلامي.
- 2- المتغيرات الوسيطة والمتمثلة في كثرة استخدام الجمهور للمواقع الإلكترونية، دون باقي الوسائل الإعلامية بل وكثرة استخدام "موقع اليوم السابع" تحديداً؛ وذلك لنشاط تغطيته ووجود مادة مصورة مباشرة وتحليل الأحداث وتفاعله مع الجمهور كما سيرد في جدول (5).
- 3- مستويات المصداقية The Credibility Levels، التي تنطوي على المستوى التصاعدي (كما يتضح من الأوزان النسبية التي حصل عليها كل موقع عند قياس مستوي مصداقيته) حيث حصل موقع اليوم السابع على وزن نسبي 90.2% من وسط باقي المواقع الإخبارية.

جدول رقم (5)

أسباب تفضيل بعض المواقع الإخبارية من قبل الجمهور عينة الدراسة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة العيارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
94.8	0.39	2.84	1	4	13.7	56	85.3	350	السرعة في نقل الأحداث
88.9	0.50	2.67	1.5	6	30.2	124	68.3	280	تفسير وتحليل الأحداث
88.8	0.54	2.66	3.2	13	27.3	112	69.5	285	أكثر اهتماماً بالقضايا المصرية
87.8	0.54	2.63	2.7	11	31.2	128	66.1	271	تجمع بين المادة المصورة والمقروءة
87.2	0.61	2.61	6.6	27	25.4	104	68	279	أكثر فاعلية مع الجمهور
84.5	0.59	2.53	4.6	19	37.4	153	58	238	الدقة في عرض البيانات
82.6	0.61	2.48	5.9	24	40.5	166	53.6	220	تنقل من موقع الحدث
78.0	0.63	2.34	8.5	35	48.8	200	42.7	175	تقديم الحقائق كاملة دون تحريف
76.0	0.66	2.28	12	49	48	197	40	164	تنفرد بتقديم أحداث معينة
410									جملة من أجابوا

يتضح من بيانات الجدول السابق أن درجة تفضيل بعض المواقع الإخبارية ترجع إلى توافر بعض مكونات المصادقية مثل :

السرعة في نقل الأحداث التي تصدرت أسباب التفضيل بوزن نسبي %94.8 ثم **تفسير وتحليل الأحداث** التي جاءت في المركز الثاني بنسبة %88.9 ثم **اهتمام المواقع بالقضايا المصرية** والتي جاءت في المركز الثالث بنسبة %88.8 وتختلف هذه النتيجة مع ما توصل إليه محمد بكير 2016⁽¹²⁵⁾ ، الذي أكد أن التفاعلية تتفوق على السرعة كأحد أسباب تفضيل المواقع الإخبارية في الحصول على معلومات عن القضايا السياسية.

وتتفق كذلك مع وفاء ثروت 2016⁽¹²⁶⁾، التي توصلت إلى أن أكثر أسباب تفضيل المواقع الإخبارية لدى عينة دراستها هي السرعة في نقل الأحداث بنسبة %57.8 ، يليها تفسير وتحليل الأحداث بنسبة %51.5.

وتتفق كذلك مع محمد أيمن جربوع 2017⁽¹²⁷⁾، الذي توصل إلى أن المتابعة الفورية والسرعة في نقل الحدث هي أهم أنفضيل الجمهور الفلسطيني لموقع إخباري دون غيره ، وذلك بنسبة %95.8 يليه المتابعة المستمرة بنسبة %93. وتتفق كذلك مع رأي النخبة عينة دراسة إبراهيم حسن التوام (128)، التي أكدت أن الفورية والسرعة في نقل الحدث ثم التعليق والتفسير ثم إمكانية مشاركة الأخبار ، هي أهم أسباب تفضيل موقع اليوم السابع على المواقع الإخبارية الأخرى.

جدول رقم (6)

طبيعة متابعة الجمهور للأخبار الخاصة بالقضية على المواقع الإخبارية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
85.9	0.60	2.58	5.9	24	30.5	125	63.6	261	قراءة العناوين وتصفح الصور والفيديوهات
82.2	0.64	2.47	8.3	34	36.8	151	54.9	225	أتابع الأخبار الأكثر قراءة
80.8	0.66	2.42	9.3	38	39	160	51.7	212	قراءة العناوين والمقدمات
75.7	0.68	2.27	12.9	53	47.1	193	40	164	قراءة الموضوع كاملاً
75.4	0.73	2.26	16.6	68	40.7	167	42.7	175	قراءة الموضوع والتعليقات
68.2	0.81	2.05	30.5	125	34.4	141	35.1	144	قراءة الموضوعات المتصلة
410									جملة من أجابوا

تبين من بيانات الجدول السابق أن المتابعة السطحية التي تمثلت في قراءة العناوين وتصفح الصور والفيديوهات هي أكثر طرق متابعة أخبار قضية سد النهضة على المواقع الإخبارية وحصلت على وزن نسبي %85.9 ، ثم جاءت متابعة الأخبار الأكثر قراءة في المركز الثاني بنسبة %82.2 ويليهما قراءة العناوين والمقدمات ، التي تعد أيضاً من أساليب المتابعة السطحية ، التي حصلت على وزن نسبي %80.8 ، بينما تراجعت أنماط المتابعة العميقة حيث حصلت قراءة الموضوع كاملاً على وزن نسبي %75.7 . وحصلت قراءة الموضوعات والتعليقات على وزن نسبي %75.4 وقراءة الموضوعات المتصلة بالخبر ، التي جاءت في المركز الأخير وحصلت على %68.2.

جدول رقم (7)
أسباب اهتمام الجمهور عينة الدراسة بمتابعة القضية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
96.8	0.33	2.90	1.2	5	7.1	29	91.7	376	لتأثيرها على مستقبل مصر المائي
91.1	0.52	2.73	3.9	16	18.8	77	77.3	317	لتأثيرها على الاستقرار السياسي والأمني في السنوات القادمة
91.0	0.49	2.73	2	8	23.2	95	74.8	307	لتأثيرها على الاقتصاد المصري
89.5	0.53	2.69	3.2	13	25.1	103	71.7	294	لتأثيرها على وضع مصر في أفريقيا والعالم
87.9	0.55	2.64	3.7	15	29	119	67.3	276	لتأثيرها على عجلة التنمية في مختلف المجالات
410									جملة من أجابوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن هناك أسباباً ، دفعت الجمهور للاهتمام بهذه القضية ، تمثلت في تأثيرها في مستقبل مصر المائي ، التي جاءت في المركز الأول النسبي %96.8 ثم تأثيرها على الاستقرار السياسي والأمني في السنوات القادمة بوزن نسبي %91.1، وكذلك تأثيرها في الاقتصاد المصري بنسبة . %91 وذهبت دراسة Kang Hyunjin, 2011⁽¹²⁹⁾ في تفسير مدي اهتمام الجمهور بقضية ما وتأثير ذلك في استهلاكه للوسائل الإعلامية وحدد Kang أن الجمهور المهتم فقط هو الذي يبحث عن الخبر في أكثر من مصدر مقابل الجمهور الأقل اهتماماً الذي يكتفي بمصدر واحد فقط.

جدول رقم (8)
مستوى مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية في معالجة القضية كما يراها الجمهور عينة الدراسة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مستوى مصداقية منخفض		مستوى مصداقية متوسط		مستوى مصداقية مرتفع		درجة الموافقة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
84.3	0.66	2.53	9.3	38	28.5	117.0	62.2	255	اليوم السابع
83.0	0.66	2.49	9.1	37	32.9	135.0	58	238	موقع الـ BBC
77.5	0.61	2.32	7.8	32	52	213.0	40.2	165	صدى البلد
76.7	0.66	2.30	11	45	48	197.0	41	168	موقع الوطن
76.3	0.66	2.29	11.7	48	47.8	196.0	40.5	166	موقع جريدة الأخبار
75.4	0.66	2.26	12.2	50	49.5	203.0	38.3	157	موقع العربية
71.5	0.63	2.14	13.9	57	57.8	237.0	28.3	116	موقع البوابة نيوز
68.0	0.54	2.04	12.4	51	71.2	292.0	16.4	67	مصرأوى
64.3	0.64	1.93	24.1	99	58.8	241.0	17.1	70	موقع فيتو
49.0	0.69	1.47	64.1	263	24.6	101.0	11.3	46	موقع الجزيرة
410									جملة من أجابوا

يتضح من بيانات الجدول السابق ارتفاع مستوى مصداقية موقع اليوم السابع ؛ حيث رأي %62.2 من الجمهور عينة الدراسة أن هذا الموقع، يتمتع بمصداقية عالية . وبلغ الوزن النسبي لمصداقيتهم 84.3 يليه موقع الـ BBC العربي حيث رأي %85

أن هذا الموقع، يتمتع بمصداقية عالية بوزن نسبي 83 ، ويليه موقع صد البلد حيث رأى الجمهور أن 40.2% أن هذا الموقع، يتمتع بمصداقية عالية بوزن نسبي 77.5% . ولوحظ أن ترتيب الجمهور لمستوى مصداقية المواقع يتناسب مع ترتيب الجمهور لدرجة التفضيل . وهذا يؤكد أن التفضيل يأتي طبقاً لمستوى المصداقية التي يحققها الموقع الإخباري لدى الجمهور

ولوحظ أيضاً تراجع مصداقية الموقع الرسمي لجريدة الأخبار الرسمية القومية .

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصل إليه William Cassidy, 2007⁽¹³⁰⁾ ، الذي أكد أن المواقع الإخبارية الرسمية التي تنتمي إلى مؤسسات قومية ، تحظى بمصداقية أعلى من المواقع الأخرى. وكما سبق أن أوضحت في تفسير نتائج جدول (4) ، أنه يمكن توضيح هذه النتيجة في ضوء النموذج البنائي للمصداقية ، الذي حدد مكونات رئيسية لتفسير لماذا يتقدم أحد المواقع الإخبارية على الآخر في مستوى المصداقية . وأرجع ذلك إلى (المتغيرات السابقة ، المتغيرات الوسيطة ، تحليل المستوي التصاعدي لمصداقية موقع اليوم السابع ؛ حيث حصل على تفصيل الجمهور عينة الدراسة بوزن نسبي 90.2% ، وحصل على مستوى أعلى في المصداقية بوزن نسبي 84.3% .

جدول رقم (9)

مكونات مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية في معالجة قضية سد النهضة من وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	متوفر بدرجة منخفضة		متوفرة بدرجة متوسطة		متوفرة بدرجة مرتفعة		درجة الموافقة الصبارة	
			%	ك	%	ك	%	ك		
84.1	0.57	2.52	3.9	16	40	164	56.1	230	التعليق أو الرد التواصل مع الصحفي أو الموقع المشاركة عبر وسائل التواصل الإلكتروني وجود أكثر من رابط للخبر وجود أرشيف	التفاعلية
72.4	0.69	2.17	16.3	67	50.2	206	33.5	137		
86.5	0.58	2.60	4.6	19	31.2	128	64.2	263		
81.1	0.61	2.43	6.6	27	43.7	179	49.7	204		
80.5	0.60	2.41	5.6	23	47.3	194	47.1	193		
81.2	0.66	2.44	9.3	38	37.8	155	52.9	217	إرسال مقاطع صوت أو فيديو	الشمول
84.9	0.57	2.55	3.7	15	38	156	58.3	239	ذكر تفاصيل الخبر عرض كافة وجهات النظر حول الأحداث	
77.8	0.66	2.33	10.5	43	45.6	187	43.9	180	نقل الأحداث كما هي في الواقع	الواقعية
84.2	0.56	2.53	3.4	14	40.5	166	56.1	230	تقديم الخبر كما هو دون زيادة أو نقصان	
85.3	0.55	2.56	2.7	11	38.8	159	58.5	240	أهمية القضايا والأحداث التي يهتم بها الاهتمام بقضايا ومصالح واهتمامات الجمهور	الأهمية
84.1	0.59	2.52	5.1	21	37.6	154	57.3	235	الاستناد للوثائق ومقاطع الفيديو	
81.8	0.60	2.45	5.9	24	42.9	176	51.2	210	صحة ومنطقية الآراء النقد عن الإثارة	الصدق
81.0	0.56	2.43	3.2	13	50.7	208	46.1	189	فصل الخبر عن الرأي عرض وجهات النظر المختلفة	
73.9	0.71	2.22	16.8	69	44.6	183	38.6	158	الدقة في عرض الأرقام والإحصائيات عدم الاستخفاف بعقول القراء	الموضوعية
81.1	0.61	2.43	6.1	25	44.4	182	49.5	203	الفورية في نقل الخبر	
81.2	0.61	2.44	6.3	26	43.7	179	50	205	ذكر المصادر الاستعانة بمصادر تتمتع بالنزاهة والشفافية وضوح المضمون وسلامة الأسلوب	الدقة
80.0	0.58	2.40	4.6	19	50.7	208	44.7	183	التوازن في عرض أبعاد وعناصر الموضوع التوازن في عرض وجهات النظر	
79.3	0.63	2.38	8.3	34	45.6	187	46.1	189	جملة من أجابوا	التوازن
85.7	0.56	2.57	3.7	15	35.6	146	60.7	249		
82.6	0.61	2.48	6.3	26	39.5	162	54.2	222		
80.2	0.62	2.41	7.1	29	45.1	185	47.8	196		
83.1	0.58	2.49	4.1	17	42.4	174	53.4	219		
82.9	0.57	2.49	3.7	15	43.9	180	52.4	215		
78.4	0.65	2.35	9.8	40	45.4	186	44.8	184		
410										

تشير بيانات الجدول السابق إلى مكونات مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية، التي وضعت بعد دراسة تطور مقاييس المصداقية في الدراسات العربية والأجنبية، وكذلك مراجعة مفهوم المصداقية ومكوناتها، التي اشتملت على (سمات التغطية الإعلامية-تصورات الجمهور حول القائم بالاتصال والوسيلة-الأداء الإعلامي) وكذلك أبعاد المصداقية، التي تشمل مصداقية المصدر ومصداقية الوسيلة ومصداقية الرسالة.

وفى ضوء ما سبق ومراجعة الدراسات السابقة والاستفادة من المقاييس، التي استخدمت في دراسة مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية، تم تحديد العناصر الآتية؛ كمكونات لمقياس مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية:التفاعلية-الشمول-الواقعية-الأهمية-الصدق-الموضوعية-الفورية-الدقة-التوازن

جدول رقم (10)

جدول تجميعي لمتوسطات مكونات المصداقية وأوزانها النسبية

*تم حساب النسبة على إجمالي كل عبارة من العبارات التسعة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة مكونات المصداقية في المواقع الإخبارية
			%	ك	%	ك	%	ك	
85.7	0.56	2.57	3.7	15	35.6	146	60.7	249	الفورية
84.7	0.57	2.54	3.9	32	38.2	313	57.9	475	الأهمية
82.0	0.60	2.46	5.9	72	42.4	521	51.7	637	الدقة
81.5	0.60	2.45	5.7	47	44	361	50.3	412	الواقعية
81.3	0.62	2.44	7.1	58	41.8	343	51.1	419	الشمول
81.0	0.63	2.43	7.7	190	41.7	1026	50.6	1244	التفاعلية
80.7	0.61	2.42	6.7	55	44.6	366	48.7	399	التوازن
80.4	0.61	2.41	6.3	104	46.1	756	47.6	780	الموضوعية
78.9	0.64	2.37	8.6	106	46.1	567	45.3	557	الصدق

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر مكونات المصداقية، التي يري الجمهور أنها متاحة في المواقع الإخبارية الإلكترونية هي التفاعلية؛ (وهي مرتبطة بخصائص الوسيلة)، حيث جاءت في المركز الأول بوزن نسبي 81، يليها الفورية(خصائص الوسيلة) بوزن نسبي 84.7، يليها الدقة (خصائص المعالجة) بوزن نسبي 82.

اتفقت مكونات المصداقية التي يفضلها عينة الدراسة مع النتيجة التي توصل لها محمد بكير⁽¹³¹⁾؛ حيث أكد أن التفاعلية هي أكثر الخصائص، التي تميز المواقع الإخبارية الإلكترونية، حيث حصلت التفاعلية على متوسط حسابي 2.64، وجاءت أعلى من باقي مكونات مقياس مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية. وتتفق كذلك مع وفاء ثروت⁽¹³²⁾ 2016، التي توصلت إلى أن أهم سمات التغطية الإخبارية، التي تحقق درجة عالية من المصداقية لدى الجمهور هي: التفاعلية حيث حصلت على 2.71 متوسط حسابي وسط باقي السمات، تلاها الثقة في المصدر. وتختلف مع محمد أيمن

جربوع 2017⁽¹³³⁾ ، الذي أوضح أن 85.2% من الجمهور الفلسطيني عينة دراسته ، يفضل عنصر الثقة والصدق كأهم مكون من مكونات المصداقية يليه الحرية بنسبة 79.6% وتختلف كذلك مع نتائج دراسة إبراهيم حسن التوام⁽¹³⁴⁾، الذي أكد أن مكونات المصداقية كما تراها عينة من النخبة الأكاديمية هي الفورية ثم الأهمية ثم الدقة ثم الشمولية هي مكونات للمصداقية حصلت على أوزان نسبية مرتفع أما التفاعلية ، الموضوعية ، والتوازن، والصدق ، والواقعية حصلت على أوزان نسبية اقل .

في حين أكدت دراسة Masahiro 2018⁽¹³⁵⁾ أن المكونات الأساسية المصداقية ، هي الدقة ، قلة التحيز ، التوازن والإنصاف ، الثقة ، عمق المعلومات. وأكد David Tuksbwy 2011⁽¹³⁶⁾ ، أن مصداقية المصدر تؤثر بشكل مباشر في مصداقية الخبر أو القصة الخبرية من وجهة نظر الجمهور عينة دراسته. وكذلك Koestsentruizate 2011⁽¹³⁷⁾ الذي أكدت عينة دراسته أن الدقة في البيانات الرقمية هي المؤثر الرئيسي في مصداقية الخبر.

ويري Domingo, D, 2008⁽¹³⁸⁾ أنه بالرغم من أن الصحفيين والجمهور ، يرون أن التفاعلية تعد ميزة أساسية في المواقع الإخبارية ؛ إلا أن ممارسة الصحفيين وتجاهلهم التعليقات تكشف عن إعادتهم لإنتاج نفس النماذج المتبعة في وسائل الإعلام التقليدية ، التي يعتبر فيها المستخدم جمهوراً سلبياً ومستهلكاً للقصص الخبرية فقط، ولا يؤثر تفاعله مع القصة الخبرية في أي إضافة أو حذف لاحقاً. ويري Nazato, 2002⁽¹³⁹⁾ أن مصداقية المواقع الالكترونية على الانترنت لا بد أن يتوافر فيها (الخبرة، الشهرة، الحالية، التكامل، العدالة، الدقة ، الثقة بالمصدر، العمق ، الموضوعية ، عدم التحيز ، التفاعلية) ويرى أن الخبرة التراكمية تؤثر في مصداقية الموقع أكثر من التفاعلية التي يتم تجاهلها في أغلب الأحيان.

وطبقاً لما ورد من مكونات مصداقية في الدراسات، التي تم عرضها سواء أكانت العربية أو الأجنبية ؛ فإن مستوى مصداقية المواقع الإخبارية في مجمل الأمر خضعت في هذه الدراسة إلى **المستوي الثاني** لقياس مصداقية وسائل الإعلام الذي وضعه منظرو **النموذج البنائي للمصداقية**، الذي يتمثل في قياس مصداقية وسائل الإعلام في ضوء مكونات المصداقية المرتبطة بعناصر العملية الاتصالية بينما وضع هؤلاء المنظورون ثلاثة مستويات أخرى تمثلت في:

المستوي الأول: ويتمثل في مصداقية وسائل الإعلام المختلفة.

المستوي الثالث: وينصب حول التميز والمفاضلة بين وسائل الإعلام المختلفة.

المستوي الرابع: ويمتد هذا المستوى إلى قياس ادراك الجمهور لمصداقية وسائل الإعلام في تناولها للأخبار للأحداث والقضايا البارزة⁽¹⁴⁰⁾ وهذا المستوى الذي تم قياسه في الدراسة الكيفية ، التي تم عرضها سابقاً.

جدول رقم (11)
دوافع الاعتماد على المواقع الإخبارية الإلكترونية في الحصول على معلومات عن
قضية سد النهضة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
94.1	0.41	2.82	1	4	15.9	65	83.1	341	فهم ما يدور من أحداث
92.4	0.44	2.77	0.7	3	21.5	88	77.8	319	الحصول على معلومات منها
88.0	0.51	2.64	1.7	7	32.4	133	65.9	270	فهم النتائج المترتبة على المستجدات
78.5	0.67	2.36	11.2	46	42	172	46.8	192	النقاش مع الزملاء والأصدقاء
76.7	0.65	2.30	10.5	43	48.8	200	40.7	167	توجيهي إلى الأنماط السلوك نحو أنماط مناسبة في استهلاك المياه
68.4	0.78	2.05	28.3	116	38.3	157	33.4	137	التخلص من الملل وتمضية وقت الفراغ
410									جملة من أجابوا

يتضح من بيانات الجدول السابق تقدم الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية ، كدوافع لاعتماد الجمهور المصري عينة الدراسة على المواقع الإخبارية الإلكترونية في متابعة قضية سد النهضة . وتمثلت الدوافع النفعية في فهم ما يدور من أحداث الذي حصل على وزن نسبي 94.1 . يليها الحصول على معلومات منها ، وحصل على وزن نسبي 92.4 ، وتحليل وتوقع النتائج المترتبة على المستجدات وحصل على وزن نسبي 88.0. وتمثلت الدوافع الطقوسية في النقاش مع الزملاء والأصدقاء وحصلت على وزن نسبي 78.5. وتوجيه السلوكيات نحو أنماط مناسبة لاستهلاك المياه 76.75. وقضاء وقت الفراغ 68.4. وفقاً لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ؛ فإن الأفراد يعتمدون على هذه الوسائل لتحقيق ثلاثة أهداف مهمة هي أهداف الفهم والتوجيه والتسلية ، ووفقاً لبيانات الجدول (11) والوزن النسبي لكل هدف نري أن أهداف الفهم تصدرت قائمة الأهداف الأخرى (حيث جاءت عبارة فهم ما يدور من أحداث بوزن نسبي 94.1. يليها الحصول على معلومات "بوزن نسبي 92.4. (تلاها أهداف التوجيه ثم أهداف التسلية وتتفق هذه النتيجة مع فروض نظرية الاعتماد ، حيث يزداد الاعتماد بهدف الفهم الذاتي والاجتماعي أثناء الأزمات والقضايا الشائكة . وتتفق هذه النتائج مع نتائج عدد من الدراسات السابقة كدراسة حنان سليم 2008⁽¹⁴¹⁾، وفاء ثروت 2006⁽¹⁴²⁾، سها فاضل 2003⁽¹⁴³⁾، السيد بهنسي 2000⁽¹⁴⁴⁾ ،الذين توصلوا جميعاً إلى أن أهداف الفهم تأتي في مقدمة أهداف المبحوثين من الاعتماد على الوسائل الإعلامية المختلفة وقت الأزمات والقضايا الشائكة . وتتفق كذلك مع دراسة Eun go, KungHauy⁽¹⁴⁵⁾ ، وهو الذي أكدت دراسته أن دافع البحث عن المعلومات والمعرفة يرفع من استخدام المواقع الإخبارية بينما الدوافع الأخرى، ترفع من نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأن استخدام المواقع الإخبارية زاد من مستوى الثقة لدى المستخدمين.

جدول رقم (12)

التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على الاعتماد على المواقع الإخبارية الإلكترونية للحصول على معلومات عن قضية سد النهضة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة	العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
93.3	0.45	2.80	2.2	9	15.6	64	82.2	337	التأثيرات المعرفية	المعرفة بمراحل بناء السد
89.4	0.51	2.68	2.2	9	27.3	112	5.70	289		المعرفة بالاتفاقيات الولية
89.7	0.54	2.69	3.7	15	23.7	97	72.6	298		المعرفة بنتائج المفاوضات
88.4	0.54	2.65	3.2	13	28.5	117	68.3	280		المعرفة بالدول التي تشاركنا نفس القضية
91.3	0.52	2.74	3.7	15	18.8	77	77.5	318		المعرفة بموقف مصر المائي والنتائج المترتبة على عمل سد النهضة
88.6	0.51	2.66	1.7	7	30.7	126	67.6	277	التأثيرات الوجدانية	القلق على مستقبل مصر المائي
87.2	0.56	2.62	3.7	15	31	127	65.3	268		الخوف على مسار التنمية
88.2	0.56	2.65	4.1	17	27.1	111	68.8	282		القلق على المسار الاقتصادي
85.0	0.65	2.55	8.5	35	27.8	114	63.7	261		الخوف من اندلاع الحروب
85.9	0.53	2.58	2	8	38.5	158	59.5	244	التأثيرات السلوكية	المشاركة في الرأي حول القضية
84.3	0.61	2.53	5.9	24	35.4	145	58.7	241		المشاركة في مبادرات للحفاظ على المياه
88.5	0.57	2.65	4.9	20	24.9	102	70.2	288		نشر الأخبار التوعوية بمخاطر نقص المياه والخوف من حدوث "فقر مائي"
410									جملة من اجابوا	

جدول رقم (13)

جدول تجميعي لمتوسطات التأثيرات المتنوعة وأوزانها النسبية *تم حساب النسبة على إجمالي كل عبارة من العبارات الثلاثة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة
			%	ك	%	ك	%	ك	
90.4	0.51	2.71	3	61	22.8	467	74.2	1522	التأثيرات المعرفية
87.3	0.57	2.62	4.5	74	29.1	478	66.4	1088	التأثيرات الوجدانية
86.2	0.57	2.59	4.3	52	32.9	405	62.8	773	التأثيرات السلوكية

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن التأثيرات المعرفية للاعتماد على المواقع الإخبارية الإلكترونية تفوقت على التأثيرات الوجدانية والسلوكية ؛ حيث حصلت على وزن نسبي 90.4. يليها التأثيرات الوجدانية والتي حصلت على وزن نسبي 87.2. ثم التأثيرات السلوكية ، التي حصلت على وزن نسبي 86.3. وارتبطت التأثيرات المعرفية كما في الجدول السابق (12) ، بأنها متعلقة بمعارف ومعلومات الأفراد لتجاوز الغموض الناتج عن نقص المعلومات . وتأثيرات وجدانية ذات صلة بمشاعر الجمهور كمشاعر القلق على مستقبل مصر المائي ، الخوف من اندلاع الحروب ، الخوف على مسار التنمية .

وتتفق هذه النتائج مع صفا فوزي 2008⁽¹⁴⁶⁾ التي أشارت إلى قوة التأثيرات المعرفية للاعتماد وتفوقها على التأثيرات الوجدانية والسلوكية .

وتختلف مع دراسة وفاء ثروت 2016⁽¹⁴⁷⁾، هبة شاهين 2012⁽¹⁴⁸⁾، وحنان يوسف 2005⁽¹⁴⁹⁾، اللذين توصلت دراساتهم إلى تفوق التأثيرات الوجدانية والسلوكية على التأثيرات المعرفية. ويمكن تفسير تفوق التأثيرات المعرفية على الوجدانية والسلوكية في ضوء نظرية الاعتماد عل وسائل الإعلام حيث أن البحث عن المعرفة والفهم هو الهدف الرئيسي للاعتماد للحصول على معلومات لإزالة الغموض نحو القضية وتطوراتها خاصة مع تعدد التوجهات المختلفة للمنصات الإعلامية والتي تساهم في تشتيت الجمهور نحو هذه القضية الحساسة والمرتبطة بالأمن المائي للدولة المصرية.

ثانياً - نتائج اختبارات الفروض:

الفرض الأول:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسباب اهتمام الجمهور بقضية سد النهضة ، ودرجة الاعتماد على المواقع الإخبارية.

جدول رقم (14)

الارتباط الخطى بين أسباب اهتمام الجمهور بقضية سد النهضة ودرجة متابعتها لها على مواقع الإخبارية

أسباب الاهتمام		درجة الاعتماد
أسباب اهتمام الجمهور بقضية سد النهضة	قيمة بيرسون	
مستوى المعنوية	0.024	درجة اعتماد الجمهور على المواقع الإخبارية للحصول على معلومات عن قضية سد النهضة
0.631 غير دال إحصائياً		

يتضح من بيانات الجدول السابق : أنه لا يوجد علاقة ارتباطية بين اهتمام الجمهور المصري بقضية سد النهضة الإثيوبي ، ومدى متابعتها لتفاصيل هذه القضية على المواقع الإخبارية الإلكترونية ؛ حيث حصلت قيمة معامل الارتباط بيرسون 0.024 عند مستوى معنوية 0.631 ، وهي غير دالة إحصائياً .

وهذا يؤكد أن اعتماد الجمهور المصري على المواقع الإخبارية الإلكترونية، لا يرتبط باهتمامه بقضية معينة دون غيرها ؛ ولكنه من العادات الاتصالية لديهم ؛ وبخاصة مع كثرة استخدام الموبايل ومواقع التواصل الاجتماعي والخدمات الإلكترونية التي تتيحها.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه وفاء ثروت (2006)⁽¹⁵⁰⁾ حيث أثبتت دراستها أن هناك علاقة ارتباطية موجبة بين اهتمام الجمهور، لأهمية العمليات الإرهابية وزيادة متابعتها على المواقع الإخبارية .

وينشأ هذا الاختلاف ربما لكون العمليات الإرهابية تمثل خطراً مباشراً على حياة الفرد والمجتمع، التي تحدث نوع من القلق والغموض الذي ينتاب الجمهور ويدفعه إلى كثرة الاعتماد والمتابعة للمواقع الإخبارية ، عكس قضية سد النهضة الإثيوبي ، الذي لم يشكل خطراً مباشراً ، على حياة الأفراد .

الفرص الثاني :

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع اعتماد الجمهور على المواقع الإخبارية الإلكترونية في الحصول على المعلومات عن قضية سد النهضة ؛ ومدى توافر مكونات المصادقية لها.

جدول رقم (15)

الارتباط الخطى بين دوافع اعتماد الجمهور على المواقع الإخبارية الإلكترونية في الحصول على المعلومات عن قضية سد النهضة ومدى توافر مكونات المصادقية لها

دوافع الاعتماد			مكونات المصادقية في المواقع الإخبارية الإلكترونية في معالجتها لقضية سد النهضة
دوافع اعتماد الجمهور على المواقع الإخبارية الإلكترونية في الحصول على المعلومات عن قضية سد النهضة			
القيمة التجميعية لدوافع الاعتماد	دوافع طقوسية	دوافع نفعية	
قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	
0.452**	0.360**	0.343**	التفاعلية
0.303**	0.153**	0.368**	الشمول
0.291**	0.172**	0.313**	الواقعية
0.235	0.107*	0.303	الأهمية
0.287	0.186	0.284**	الصدق
0.361	0.243	0.344**	الموضوعية
0.321	0.218	0.302**	الفورية
0.408	0.271	0.395**	الدقة
0.406	0.281	0.375**	التوازن

*دال إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05 ودرجة ثقة 95 %

** دال إحصائيا عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة ثقة 99 %

يتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك علاقة ارتباطية بين دوافع الاعتماد على المواقع الإخبارية ؛ سواء أكانت دوافع نفعية أو طقوسية , ومكونات المصدقية المتوافرة في المواقع (باعتبارها المستوي الثاني لقياس المصدقية؛ طبقاً لما وضعه منظور النموذج البنائي للمصدقية)، التي يعتمد عليها الجمهور . واختلفت قيمة معامل بيرسون باختلاف نوع الدوافع) ، نفعية أو طقوسية (واختلفت مكونات المصدقية التي اشتملت على) التفاعلية ، الشمول ، الواقعية، الأهمية ، الصدق ، الموضوعية ، الفورية ، الدقة ، التوازن (وكانت أكبر قيمة لمعامل بيرسون 0.452 وهي دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية أو درجة الثقة 99% ، وحصلت عليها التفاعلية يليها الدقة حيث بلغت قيمة بيرسون 0.408، عند نفس مستوى المعنوية ودرجات الثقة .

وهذا يؤكد أهمية التفاعلية على المواقع الإخبارية، وما تتيحه من تحقيق لدوافع نفعية معرفية من خلال النقاش مع الأصدقاء أو دوافع طقوسية متمثلة في التسلية وقضاء وقت الفراغ .

الفرض الثالث :

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية، بين درجة تفضيل الجمهور للمواقع الإخبارية الالكترونية في تناولها قضية سد النهضة ؛ ومدى توافر مكونات المصدقية لها الأسنلة.

جدول رقم (16)

الارتباط الخطى بين درجة تفضيل الجمهور للمواقع الإخبارية الالكترونية في تناولها قضية سد النهضة ومدى توافر مكونات المصدقية لها

درجة تفضيل الجمهور للمواقع الإخبارية الالكترونية في تناول قضية سد النهضة		درجة التفضيل	
مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	الإخبارية	مكونات المصدقية في المواقع الالكترونية في معالجتها لقضية سد النهضة
0.01 دال إحصائيا	0.459		التفاعلية
0.01 دال إحصائيا	0.424		الشمول
0.01 دال إحصائيا	0.448		الواقعية
0.01 دال إحصائيا	0.364		الأهمية
0.01 دال إحصائيا	0.453		الصدق
0.01 دال إحصائيا	0.437		الموضوعية
0.01 دال إحصائيا	0.314		الفورية
0.01 دال إحصائيا	0.417		الدقة
0.01 دال إحصائيا	0.374		التوازن

يتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة تفضيل الجمهور للمواقع الإخبارية المختلفة ، ومدى توافر مكونات المصدقية في هذه المواقع ؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط مع التفاعلية 0.459،

عند مستوى معنوية 0.01 دالة أيضاً عند مستوى معنوية 0.01. وهذا يتفق كذلك مع الفرض السابق الذي أكد تفضيل الجمهور للمواقع الإلكترونية لوجود خاصية التفاعلية، التي تحقق الدوافع النفسية والطفوسية لهم أثناء الاعتماد عليها. وهذه النتيجة مع المواقع الأكثر تفصيلاً، كما يتضح من الجدول رقم 4 ، الذي أكد أن أكثر المواقع تفضيلاً لدى الجمهور عينة الدراسة هي اليوم السابع ثم BBC العربي ثم صدي البلد. وتتفق نتيجة هذا الفرض مع ما توصل له محمد بكير 2016⁽¹⁵¹⁾ ، الذي أكد أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين مصداقية المضامين الإخبارية بالمواقع الإلكترونية وحجم تعرض الجمهور وتفضيله لها.

واتفقت كذلك مع Poorisat, 2009⁽¹⁵²⁾ حيث أثبتت دراسته أن مصداقية المواقع ترتبط بدرجة الاهتمام بالموضوع ودرجة التفضيل ودرجة الانغماس والمعرفة السابقة والاعتماد على الموقع الإخباري.

وتتفق كذلك مع محمد زين، 2015⁽¹⁵³⁾ الذي أكد أن درجة مصداقية المواقع الإخبارية تؤثر بشكل مباشر في التعرض والاعتماد على هذه المواقع في الحصول على معلومات عن قناة السويس الجديدة.

وتتفق كذلك مع وفاء ثروت 2016⁽¹⁵⁴⁾ التي أكدت أن هناك علاقة ارتباطية دالة موجبة ، بين معدل التعرض والاعتماد على المواقع ودرجة مصداقية هذه المواقع لدى الجمهور .

وتتفق كذلك مع دراسة Shahira Fahmy and Thers 2012⁽¹⁵⁵⁾ التي أكدت أن هناك ارتباطاً بين تقييم مصداقية الوسيلة الإعلامية ومعدل الاعتماد عليها. وتتفق كذلك مع دراسة محمد أيمن جربوع 2017⁽¹⁵⁶⁾ ، الذي أكد أن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة التفضيل والاعتماد ودرجة مصداقية المواقع الإخبارية ، كما يراه الجمهور الفلسطيني.

في حين أكد Thorson Kjerstiin 2010⁽¹⁵⁷⁾ أن قدرة الوسيلة الإعلامية على بناء مصداقية لدى الجمهور تعمل على تغيير اتجاه العلاقة بين الوسيلة والخبر ويصبح الخبر ذو مصداقية عالية لأنه نشر في تلك الوسيلة أي أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الموقع الذي يعرض الخبر ومدى مصداقية هذا الخبر ، وذلك لكون الموقع أستطاع أن يؤثر في إدراك الجمهور لمفهوم المصداقية.

الفرض الرابع :
توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية في تناول قضية سد النهضة ؛ ومدى توافر مكونات المصداقية لها
جدول رقم (17)
الارتباط الخطي بين مستويات مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية في تناول قضية سد النهضة ومدى توافر مكونات المصداقية لها

مكونات المصداقية في المواقع الإخبارية الإلكترونية في معالجتها لقضية سد النهضة									مكونات المصداقية
التوازن	الدقة	الفورية	الموضوعية	الصدق	الأهمية	الواقعية	الشمول	التفاعلية	مستويات مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية
قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	اليوم السابع
0.116*	0.217*	0.106*	0.119*	0.113*	0.040	0.170*	0.151*	0.196*	مصراوي
0.168*	0.166*	0.047	0.088	0.166*	0.046	0.138*	0.106*	0.209*	صدى البلد
0.160*	0.180*	0.076	0.180**	0.203*	0.094	0.162*	0.083	0.076	موقع جريدة الأخبار
*0.161	*0.176	0.078	**0.185	*0.166	0.113*	0.237*	0.112*	0.231*	موقع البوابة نيوز
0.057	0.063	*0.118	**0.157	*0.148	0.161*	0.142*	0.150*	0.115*	موقع الجزيرة
0.013	0.053	0.014	0.011	0.079	0.031	0.065	0.028	0.096	موقع العربية
*0.145	*0.102	*0.198	**0.150	*0.148	0.151*	0.039	0.014	0.018	موقع فينو
0.082	*0.199	0.017	0.072	*0.124	0.077	0.149*	0.050	0.001	موقع الوطن
*0.149	*0.164	*0.137	**0.136	*0.131	0.120*	0.141*	0.013	0.034	موقع BBC
*0.165	*0.168	0.081	**0.151	*0.129	0.192*	0.110*	0.033	0.058	

* دال إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05 ودرجة ثقة 95 %

** دال إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة ثقة 99 %

يتضح من بيانات الجدول السابق أن المواقع الإخبارية الإلكترونية المفضلة لدى الجمهور ، التي يتضح أنها من المواقع المفضلة لدى الجمهور . وكما هو موضح في جدول رقم (4) ، التي تتمتع بدرجات مرتفعة من المصداقية كما يراها الجمهور كما في جدول (8) ، تبين أن التفضيل مرتبط بمستوي المصداقية ، واتضح كذلك أن مستوى مصداقية هذه المواقع يرتبط بمدى توافر مكونات المصداقية فيها .

فمثلاً بالنسبة لموقع اليوم السابع اتضح أن التفاعلية من أكثر مكونات المصداقية ، التي حققت تفضيلاً لدى الجمهور ، وحظيت بمستوى مصداقية عالٍ لديه ؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط 0.196 عند مستوى معنوية 0.01 ، ودرجة ثقة 99% . يليها الواقعية حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.170 ، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة ثقة 99% . وكذلك بالنسبة لموقع مصر اوي تفوقت التفاعلية كذلك كأحد سمات المصداقية حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.209 ، وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 درجة ثقة 99% ، يليها التوازن في العرض ثم الدقة والصدق.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصل له خالد صلاح الدين 2006⁽¹⁵⁸⁾ ، في اختبار العلاقة بين مستوى تقييم الجمهور عينه دراسته لمصداقية وسائل الإعلام التقليدية الحديثة ومدى توافر مكونات مصداقية في هذه الوسائل ، وأكدت دراسته أن المواقع الإخبارية الالكترونية أكثر صدقاً في مضامينها وتتسم بالدقة أكثر من باقي الوسائل .

وذلك في ضوء أن مكونات المصداقية التي تم اختبار تأثيرها في مستوى المصداقية في هذه الدراسة اشتملت على سمات التغطية الإخبارية على المواقع الالكترونية من تفاعلية ، شمول ، واقعية ، أهمية ، الصدق ، الموضوعية ، الفورية ، الدقة ، التوازن (وذلك بوصفها متغيراً متعدد الأبعاد).

الفرض الخامس :

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية في تناول قضية سد النهضة و التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.

جدول رقم (18)

الارتباط الخطي بين مستويات مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية في تناول قضية سد النهضة والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد

التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على المواقع الإخبارية كمصادر للمعلومات عن قضية "سد النهضة"				تأثيرات الاعتماد
القيمة التجميعية للتأثيرات الاعتماد	تأثيرات سلوكية	تأثيرات وجدانية	تأثيرات معرفية	
قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	مستويات مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية
0.043	0.071	0.049	0.088	اليوم السابع
0.095	0.069	0.083	0.076	مصر اوي
0.118*	0.183**	0.084	0.042	صدى البلد
0.137**	0.055	0.139**	0.124*	موقع جريدة الأخبار
0.115*	0.094	0.106*	0.080	موقع البوابة نيوز
0.007	0.028	0.047	0.039	موقع الجزيرة
0.073	0.050	0.055	0.069	موقع العربية
0.112*	0.055	0.153**	0.056	موقع فيتو
0.147**	0.146**	0.075	0.139**	موقع الوطن
0.206**	0.125*	0.141**	0.220**	موقع الـBBC

*دال إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 ودرجة ثقة 95 %

** دال إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة ثقة 99 %

يتضح من بيانات الجدول السابق أن المواقع الأكثر مصداقية (، التي تتمتع بمستوى عالٍ من المصداقية من وجهة نظر الجمهور : عينة الدراسة ، لم تحقق مستوى مرتفعاً من التأثيرات المعرفية مع بعضها دون غيرها، والوجدانية والسلوكية مع البعض الآخر دون غيرهم ، نتيجة للاعتماد عليها في معرفة تطورات وأخبار قضية سد النهضة الإثيوبي .

حيث لا توجد علاقة بين مستوى مصداقية موقع اليوم السابع والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد عليه في متابعة مستجدات قضية سد النهضة الإثيوبي .

بينما يختلف الأمر بالنسبة لموقع BBC ؛ حيث اتضح أن هناك علاقة ارتباطية بين مستوى مصداقية هذا الموقع والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد عليه ؛ حيث بلغت قيمة بيرسون لقوة العلاقة الارتباطية بين مستوى مصداقية موقع BBC وحدث تأثيرات معرفية لدى الجمهور الذي يفضله 0.220 وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية أو درجة ثقة 99% يليها التأثيرات الوجدانية حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.141 وهي دالة إحصائياً عند نفس مستوى المعنوية ودرجة الثقة يليها التأثيرات السلوكية؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.125 وعند نفس مستوى المعنوية ودرجة الثقة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه وفاء ثروت 2016⁽¹⁵⁹⁾ حيث أكدت أن التأثيرات المعرفية الناتجة عن الاعتماد على المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية بشأن العمليات الإرهابية لتنظيم داعش بفروق جوهريّة لدى المبحوثين الأكثر اعتماداً على المواقع الإلكترونية مقارنة بالمبحوثين الأقل اعتماداً .

وتتفق كذلك مع محمد أيمن جربوع 2017⁽¹⁶⁰⁾، الذي أوضح أن التعرف على الأحداث السياسية المحلية بموضوعية هي أهم تأثير معرفي واضح في التأثيرات الخاصة بمصداقية المواقع على الجمهور بنسبة 96% ، ممّا يدل على أن التأثيرات المعرفية هي الأكثر وضوحاً في العلاقة بين المصداقية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) ، كما أكد وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مصداقية الأخبار المنشورة في المواقع الإخبارية الفلسطينية في العلاقة بين مستوى المصداقية والتأثيرات الوجدانية والسلوكية ؛ لأنه أثبت وجود علاقة بينهم مع كل المواقع ، ولكن دراستنا أثبتت وجودها مع بعض المواقع دون الأخرى.

خاتمة الدراسة :

استندت الدراسة الحالية إلى مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام ، بوصفه النظرية التي تشرح السلوك الاتصالي للجمهور أوقات القضايا الشائكة والأزمات والنموذج البنائي للمصداقية ، بوصفه الإطار التفسيري الذي يهتم بدراسة المصداقية ، بوصفها متغيراً ديناميكياً متعدد الأبعاد على المستوي الكمي والكيفي. كما أثبتت الدراسات

السابقة أو التراث العلمي الذي اعتمدت عليه الدراسة أن مصداقية الوسيلة الإعلامية تقل كلما ازداد الجدل حول القضية أو الموضوع ، وإذا كانت الأحادية في المعالجة الإعلامية تعد سمة سلبية ؛ فإن غيبة الأيدولوجية في دول العالم الثالث هي أحد عوامل انعدام المصداقية في المعالجة .

وتؤكد نتائج الدراسة الكمية:

- أن هناك حرصًا من جمهور العينة على متابعة قضية سد النهضة.
- وتفوقت المواقع الإخبارية الإلكترونية على باقي الوسائل الإعلامية في الحصول على معلومات عنها والاعتماد عليها من قبل الجمهور عينة الدراسة.
- وتفوق موقع اليوم السابع يليه BBC عربي يليه صدى البلد على باقي المواقع الإخبارية ، وذلك لوجود الفورية والتفسير والاهتمام بالقضايا المصرية الشائكة والتفاعلية.
- وجاء اهتمام الجمهور بالقضية لتأثيرها في مستقبل مصر والاستقرار السياسي وخطط التنمية.
- وارتفع مستوى مصداقية المواقع التي فضلها الجمهور ، وجاءت بنفس ترتيب التفضيل لديهم (اليوم السابع – BBC عربي – صدى البلد)
- وجاءت النتائج الكمية متسقة فيما بينها حيث ذكر الجمهور عينة الدراسة أن أهم مكونات المصداقية بالنسبة لهم – الفورية ثم الأهمية ثم الدقة وهذا يتسق مع أسباب التفضيل وترتيب المواقع في التفضيل والمصداقية أيضا .
- وتفوق دافع الفهم على دوافع التوجيه والتسلية كأهم دوافع الاعتماد على المواقع الإخبارية. وترتب على هذا الدافع وجود تأثيرات معرفية أي من التأثيرات الوجدانية والسلوكية نتيجة للاعتماد على المواقع الإخبارية.

وأكدت نتائج اختبارات الفروض:

- عدم وجود علاقة بين اهتمام الجمهور بقضية سد النهضة الإثيوبي ودرجة متابعة القضية على المواقع الإخبارية.
- وجود علاقة ارتباطية بين دوافع الاعتماد على المواقع الإخبارية ؛ سواء أكانت دوافع نفعية أو طقوسية ومكونات المصداقية المتوفرة في هذه المواقع .
- وكذلك وجود علاقة ارتباطية بين درجة تفضيل الجمهور للمواقع ومدى توافر مكونات مصداقية بها.
- ووجود علاقة بين مستويات مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية ومدى توافر مكونات المصداقية المتعددة بهذه المواقع في معالجة قضية سد النهضة الإثيوبي.

- وجود علاقة بين مستوي مصداقية المواقع والتأثيرات (المعرفية ، الوجدانية والسلوكية) الناتجة عن الاعتماد على هذه المواقع.
- كما أكدت نتائج الدراسة الكيفية ، التي طبقت على النخبة الإعلامية والنخبة المتخصصة ، أن تقييم النخبة لمصداقية المواقع الالكترونية في معالجة قضية سد النهضة جاء كما يأتي ، إنها صعبة التحديد في الموضوعات العادية ، وهذا الموضع الشائك الذي تنقص فيه المعلومات من مختلف الأطراف المعنية بالتحديد . حيث إن الأحادية في المعالجة يعتبر أحد عيوب التداول لهذا الموضوع كما أن غياب الخبر المتخصص يزيد من مساحة الغموض والفوضى في المعلومات التي تتناقلها وسائل الإعلام .
- وعن التفاعلية أكدت النخبة أن التفاعلية في مثل هذه القضايا الحساسة التي تخص الأمن القومي المصري غير مستحبة على الرغم من كونها من أهم مميزات المواقع الإخبارية التي تعطي للمواقع الإخبارية تجاه الجمهور وطريقة تفكيره . وعلى جانب آخر ذكر نسبة من النخبة ، وكذلك أن تجاهل تعليقات الجمهور حولت جمهور الصحافة الإلكترونية إلى صحافة تقليدية وأعدت الجمهور إلى كرسي المتفرجين ، والدور السلبي الذي كان يقوم به من قبل .
- ولذلك ترى النخبة أن المواطن الصحفي لا وجود له في معالجة وتغطية هذه القضية ؛ وبخاصة أنه لا يتعامل مع القضية بمهنية ولكن تدخله يؤدي إلى رفع شعارات الحرب وهدم سد النهضة وغيرها مما يعرقل سير المفاوضات الثلاثية بين مصر والسودان وأثيوبيا.
- وتري النخبة أن المعايير المهنية اللازمة للمعالجة الإعلامية لهذه القضية على المواقع الإخبارية تتمثل في:
- 1-وجود رقابة على المواقع الإخبارية.
- 2-ضرورة التحقق في المعلومات من خلال تطبيق برامج Fact-checking .
- 3-إتاحة المعلومات للصحافيين عن كل المصادر المعنية بقضية سد النهضة .
- 4-عدم السماح لغير المتخصصين بالتحدث إلى المواقع وضرورة انتقاء الخبراء في مختلف التخصصات.
- 5- على الجهات المعنية بذل جهود لضبط المشهد الإعلامي على المواقع الإخبارية ؛ لأن هذه القضية بالتحديد تدار إعلامياً أكثر من كونها تدار سياسياً ، وذلك حرصاً على مستقبل مصر وأمنها المائي وعلاقتها بالدول الشقيقة.

- [1] الأميرة سماح فرج عيد الفتاح. الإعلام و تشكيل الإحساس بالخطر الجمعي : أزمات المجتمع المصري نموذجاً. الإعلام و تشكيل الرأي العام و صناعة القيم .،بيروت، لبنان : مركز دراسات الوحدة العربية،2013-11-30. ص ص 271-293
<https://Search.Emarefa.Net/Detail/Bim-676283>
- [2] قائمة السادة المحكميين لأدوات الدراسة :-
 -الأستاذة الدكتورة هويدا مصطفى - عميد كلية الإعلام جامعة القاهرة.
 - الأستاذ الدكتور محمد سعد إبراهيم - عميد المعهد الدولي للعالي للإعلام-أكاديمية الشروق
 - الأستاذ الدكتور محمد المرسي الأستاذ بقسم إذاعة وتلفزيون كلية الإعلام-جامعة القاهرة
 [3] شيماء ذو الفقار زعيب،مناهج البحث والإستخدامات الإحصائية فى الدراسات الإعلامية ،القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2009،ص215
- [4] M., Yamamoto And S. Nah." A. Multi level Examination Of Local Newspaper Credibility" Journalism & Mass Communication Quarterly Vol. 95(1) 2018.URL .<http://Journals.Sagepub.Com/Home/Jmp>.PP76-95
- [5] G. Dh..., Pearson And S. Westerwick, "Perusing Pages And Skimming Screens: Exploring Differing Patterns Of Selective Exposure To Hard News And Professional Sources In Online And Print News ".At New Media & Society Vol.20(10)3580-3596 2018.URL. Sagepub.Com
- [6] T. J. J., Barbara .K "Some Like It Lots The Influence Of Interactivity And Reliance On Credibility .Computer" In Human Behavior,2016.URL. Www.Elsevier.Com.
- [7] A., .Appelman And S. Sundar "Measuring Message Credibility: Constrution And Validation Of An Exclusive Scale" Journalism & Mass communication Quarterly Vol. 93(1) , 2016. pp59-79. URL.Sagepub.Com/JournalsPerminions.Nav.
- [8] E. Go., K.,Eunhwa J.,H. Shim " Why Do We Use Different Types Of Websites And Assign Them Different Levels Of Credibility? Structural Relation Among Users Motives, Types Of Webistes, Information Credibility And Trust In The Press". Computer In Human Behavior At Journal Homepage: URL. Www.Elsevier.Com/Locate/Comphumbeh, 2016.
- [9] S. Nah., D. Schung, "When Citizen Meet Both Professional And Citizen Journalists: Social Trust, Media Credibility And Perceived Jurnalistic Roles Among Online Community News Readers". URL.Jou.Sage.Pub.Com. 2011.
- [10] D., Tewksbury "The Impact Of Ovrce Labeling On The Perceived Credibility Of Television News "URL.. [Journal Of Communication](http://JournalOfCommunication),VOL 61 No(2). , 2011
- [11] K.,A.,Willem M" Using Numbers In News Increases story credibility News Paper" AT News Paper Researsh Journal VOL32 Issue 2
<https://doi.org/10.1177%2F073953291103200207>
- [12] K., A. Willem& M. Spring " Using Numbers In News Increases Story Credibility". [News Paper Research Journal](http://NewsPaperResearchJournal). Vo. 32., No.2. 2011

- [13] وسام نصر، مصداقية وسائل الاعلام المصرية الحكومية والخاصة اثناء الازمات دراسة تطبيقية على أزمة انفلونزا الخنازير، *في المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، مركز بحوث الرأي العام، (2010)، ص ص 273-357.
- [13] T., Arpan, "The Effect Of Exemplification On perceptions of News Credibility". *Journal Of Mass Communiation & Society*, 2013
- [15] M., Davood And Others "News Media Credibility Of The Internet And Television". *European Journal Of Social Science* 11 Available At: <http://www.eurojournals.com/Ejss>. , 2009:
- [16] نايف العتيبي، مصداقية الاخبار التلفزيونية لدي طلاب وطالبات جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، الرياض، جامعة الملك سعود، رسالة ماجستير، متاح على *بنك المعرفة المصري*. (2009)
- [17] C., Bracken, "Perceived Source Credibility Of Local Television News : The Impact Of Television Form And Presence". *Journal Of Broadcasting And Electronic Media*. Vol. 50, No. 4. Pp723-741. (2006):
- [18] ماجدة مراد، مصداقية القنوات الفضائية الاخبارية وعلاقتها بروية النخبة الجامعية لحرية الاعلام، *المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، جامعة عين شمس، كلية التربية النوعية*، (2008) ص ص 13-89.
- [19] خالد صلاح الدين حسن مستويات مصداقية وسائل الاعلام المصرية لدي الجمهور . دراسة كمية – كيفية في إطار النموذج لبنائي للمصداقية، *المجلة المصرية لبحوث الاعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة*، العدد 26، مارس 2006.
- [20] هويدا مصطفى، مصداقية وسائل الاعلام كما تراها النخبة في مصر دراسة حالة للتغطية الإعلامية " للحرب على العراق"، *المجلة المصرية لبحوث الاعلام، جامعة القاهرة، كلية الاعلام*، العدد 21، (2003).
- [21] سمية زكي يماني، مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام الجديد لدي الجمهور السعودي : دراسة ميدانية، *المجلة العربية للاعلام والاتصال، السعودية، الجمعية السعودية للاعلام والاتصال*، (2017)
- [22] محمد أيمن صبحي جربوع، مصداقية الأخبار المحلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية لدي طلبة الإعلام في جامعات محافظات غزة .. دراسة ميدانية، غزة، الجامعة الإسلامية، كلية الآداب، قسم الصحافة، *رسالة ماجستير غير منشورة*، (2017)
- [23] محمد عبده بكير، مصداقية المضامين الإخبارية بالمواقع الإلكترونية والقنوات الفضائية كما يراها الجمهور في المجتمع السعودي، المملكة العربية السعودية، جامعة أم القرى، *مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية*، (2016)، ص ص 125-184. متاح على *بنك المعرفة المصري*
- [24] محمد زين عبد الرحمن، مصداقية التناول الإعلامي لمشروع قناة السويس الجديدة عبر المواقع الإلكترونية وعلاقته بتدعيم الإنتماء الوطني لدي الجمهور، *مجلة دراسات الطفولة*، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، (2015)، ص ص 59-71.
- [25] S., Messing And S. J. Westwood "Selection Expousure In The Age Of Social Media Endorsements Trump Partisan Source Affiliation When Selecting News Online" *Communication Research*, Vol. 41 (8) 1042-1063. At URL. Sagepub.Com/Journals Permissions.Nav, (2014)
- [26] وليد عبد الفتاح النجار، مصداقية المواقع الصحفية الإلكترونية وعلاقتها بدرجة الاعتماد عليها كما يراها جمهور الصفوة الإعلامية المصرية – دراسة ميدانية، *المجلة المصرية لبحوث الاعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة*، العدد 37، (2011)، ص ص 377-498.

- [27] K., Hyunjin & K. Bae” Source Cues In Online News: Is The Proximate Source More Powerful Than Distal Sources? “At *Journalism And Mass Communication Quarterly*. Vol. 88. (2011):
- [28] L., Hyummin & Parksun, “Assessment Of Motion Media On Believability And Credibility : An Exploratory Study”. *Public Relation Review*, Vol.. 3b, Pp.310-312 (2010)
- [29] T. K., Jerstin & Brain “Credibilitiy In Context: How Uncivil Online Comentary Affects New Credibility”. *Journal Of Mass Communication Of Society* Vol. 13, No. 3, (2010)
- [30] P. T., Wong “Perception Of Credibility : A Comparison Of User Generated And Expert – Generated Websites.” Paper Presented At The Annual Meeting Of The International Communication Associatiiod Pp1-29 URL .*Www.Allacademic Com*, (2009)
- [31] J., Kirsten & Wiedenbeck, “Enhancing Perceived Credibility Of Citizen Journalalion Web Sites.” *Journalism Of Mass Communication Quarterly*, Vol 86, No. 2, Pp 332-348. (2009)
- [32] D., Domingo, “Interactivity In The Daily Routines Of Online Newsrooms: Dealing With An Uncomfortable Myth”. *Journal Of Computer Mediated Communication*, Vol. 13, No. 3, Pp. 680-704. (2008)
- [33] W., Cassidy, “Online News Credibility An Examination Of The Perception Of Newspaper Journalists” *Northern Illions University*. (2007)
- [34] وائل اسماعيل عبد الباري ، مصداقية المواقع الاخبارية على الانترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري فى التغطية الإستقصائية لقضايا الواقع المعاصر ، القاهرة ، مدار العربى للنشر والتوزيع، (2005).
- [35] وفاء عبد الخالق ثروت ، مصداقية المواقع الالكترونية للقنوات الاوروبية الموجهة باللغة العربية لدى الجمهور المصري ، دراسة للتغطية الإعلامية للعمليات الإرهابية لتنظيم داعش، *المجلة البحوث الرأي العام ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، (2016)*، ص ص 1-73.
- [36] ابراهيم حسن المرسي ، مصداقية المواقع الاخبارية لدى النخبة الأكاديمية وعلاقتها بالتنافر المعرفي، فى *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، كلية الاعلام ، جامعته القاهرة ، المجلد 15، العدد 4 خريف 2016*.
- [37] N., Yoshiko”Credibility Of Online Newspapers, Communication And Development Studies. *Center For International Studies. Ohio University*. (2002)
- [38] G. Driuh “Communication Conception” ,Part1,Outawa,Canada. AvailableAt <Http://Www.Scrip.Org/Journal/Ce2012:->
- [39] محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2، القاهرة، عالم الكتب، 2000، ص 234.
- [40] B., Stanly & D., Dennis “ Mass Communication Theory, Foundation, Ferment, And Future, *Thomson Wads Worthfor Publish, United Kingdom, United States*. P324. (2006)
- [41] T.A., Morton &J.M., Duck”Social Identity And Media Dependency In The Gay Community: The Prediction Of Safe Sex Attitudes” ,*Journal Of Communication Research*, Vol. 27 (4), Pp. 438-460. (2000)

- [42] E.B., Alconiz., S.S., Blass & Ft. "Lorres Dependency In Consumer Media Relations: An Application To The Case Of Telescoping". *Journal Of Consumer Behavioral* , 5, Pp. 397-410 (2006)
- [43] هبة شاهين، مصداقية القنوات التلفزيونية الإخبارية خلال الأزمات "دراسة حالة للتغطية الإعلامية لثورة 25 يناير" *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام جامعة القاهرة، مركز بحوث الرأي العام ، عدد خاص (الرأي العام وثورة 25 يناير)، يناير- مارس 2012 ، المجلد الحادي عشر
- [44] أيمن أبو زيد، اعتماد المشاهد المصري على القنوات الفضائية خلال الأزمات، *رسالة ماجستير غير منشورة*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، 2006.
- [45] إلهام يونس أحمد، العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية الإخبارية العربية ومستوى معرفة الجمهور المصري بالقضايا الداخلية وإتجاهاته نحوها، *رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة*، 2010.
- [46] G.T., Hamilton "September 11 2001 An Individual Media Dependency Perspective". Allthesanddissertations.698. <https://Scholarsarchive.Byu.Edu/Etd/698>. (2004)
- [47] D., Laughey "Key Thens In Media Theory, New York , Mc Graw Hill" Pp. 18-19. URL. [Http://Allacademic.Com](http://Allacademic.Com). (2007)
- [48] W., Christopher "The Every Day Life Of Media Dependency Theory , Paper Presented At: The Annual Meeting Of The Nca 94th, Tba, Sandiego ". URL. [Http://Allacademic.Com](http://Allacademic.Com). (2008),
- [49] M., Loveless "Media Dependency: Mass Media As Source Of Information In The Democratizing Countries Of Central And Eastern" *Journal Of Democratization*, Vol.15, No.1, (2008)
- [50] J., Rosenberry, & Vicker, " *Applied Mass Communication Theory: A Guide For Media Practitioners* ". Boston: Pearson Allyn And Bacon, Pp127-129 (2009).
- [51] إلهام يونس أحمد، مرجع سابق، ص 65.
- [52] سوزان القليني، الاتصال ووسائله ونظرياته: القاهرة: دار النشر المصرية، 1998، ص 33.
- [50] S. J., Alan M. Rub And M Haridakis "The Role Of Motivation And Media Involvement In Explaining Internet Dependency", *Journal Of Broadcasting & Electronic Media*, Pp 404-431. 2008
- [54] S. ,Suns, A. M. Rubin & M. Hardiakki . *Opcit*
- [55] S., Jing & Others, (2008) : *Ibid*.
- [56] L.W. "Media Dependency During A Large -Scale Social Disruption: The Case Of Sep. 11th," *Journal Of Mass Comm. & Society* 7(3) Pp 339-357.
- [57] Y., Chang, (2004): *Opcit*.
- [58] *Ibid*.
- [59] J. C., Gordan, "A Tale Of Two Hurricans: Crisis Communication And Media Dependency As A Predictor Of Evacuation Behavior In Southeast Louisiana For Hurricans Katrina And Gustave State University Chicago" URL.. [Http://Allacademic.Com](http://Allacademic.Com)(2009)
- [60] D. K., Davis And S. J. Baran (2003): *Op. Cit*.
- [61] J. C., Gordon (2009): *Op. Cit*.

- [62] P., Ashley “Media's Influence On Vilonce And Deviant Behaviors Among Youth, M.S,The University Of Texas At San Antonio” URL. [Http//Proquest Database](http://Proquest Database) . . (2009)
- [63] هالة بغدادي، المتغيرات المؤثرة على تغطية القضايا العربية في القنوات الفضائية العربية الإخبارية: دراسة مقارنة بين قناة الجزيرة القطرية وقناة النيل الإخبارية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007، ص 30.
- [64] D.K., Davis & S. J. Baran” Mass Communication Theories:Foundation,Ferment,And Future” 3rd edition,**Wadsworth:Australia**,P321(2003):
- [65] هالة بغدادي، مرجع سابق، ص 30.
- [66] علي سيد علي، علاقة الانتماء الحزبي في مصر بالتعرض للمواد السياسية في الراديو والتلفزيون: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة أسيوط قسم الإعلام، (2002)، ص 70.
- [67] إلهام يونس أحمد، مرجع سابق، ص 71.
- [68] J., Black, J., Bryant & S.Thmpson “Introduction To Media Communication”, 5th Edition, USA : **Mcgraw-Hill Companies**, Inc., P. 29(1998)
- [69] S. J. Baran & D. K.Davis (2003): *Op. Cit.*, P. 322.
- [70] B.Rokeach & M. Defleur (1981): *Op. Cit.* P. 67.
- [71] علي سيد علي، مرجع سابق.
- [72] P., Haplern, “Media Dependency And Political Perceptions In An Authoritarian Political System” *Journal Of Communication* ,Vol 44 No.4 , P. 40. (1994)
- [73] علي سيد علي، مرجع سابق، ص 71.
- [74] خالد صالح الدين ، مرجع سابق ، ص 132.
- [75] حمدان خضر السالم ، مستويات مصداقية الصحافة في اطار النموذج البنائي للمصداقية بحث مستل من رسالة ماجستير، العراق ،جامعه بغداد، كلية الإعلام ، (2016) ، متاح على دار المنظومة بنك المعرفة المصري
- [76] L.X., Spence & Lachlan, “Social Media And Credibility: The Effect Of Influence Cues, Computer In Human Behavior”, Vol. 63, Pp264-271. *Journal Homepage: [Www.Elsevier.Com/Locat/Comphumbeh](http://www.Elsevier.Com/Locat/Comphumbeh)*, 2016.
- [77] خالد صلاح الدين ، مرجع سابق، ص 132 ، 134 .
- [78] مني جابر هاشم ، مصداقية مواقع بعض الصحف المصرية على الانترنت وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الآداب ، جامعة المنوفية ، 2012 ، ص 40 .
- [79] تم الرجوع إلى:
- 1- خالد صلاح الدين ص 135 ، 136 ، مرجع سابق.
- 2- شيرين كدواني ، مصداقية الانترنت ، العوامل المؤثرة ومعايير التقييم، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع ، (2017)، ص ص 58-59.
- 3- C.. , Doniel & K. Jihyun, “Trust Me: I Am Your News Channel: Media Credibility Across News Platforms In The United States And South Korea.” *Journal Of New Media & Society* Vol. 9, P. 17-35. 2015
- 4- K., Mihee “Partisans And Controversial News Online Comparing Perceptions Of Bias And Credibility In News Content From Blogs And Mainstream Media” *Mass Communication And Society*, Vol. 18, P. 17-36. 2015.

- [80] F., Bj Et Al., "What Makes Websites Credible? A Report On A Large Quantitative Study" *Conference Proceedings Of The Chi 2001 Conference On Human Factors In Computing Systems, Seattle, Wa, Usa*, Vol. 3, No.4, 2001 P 61-62.
- [81] N., Hagen, John & C., Nam," Differential Criteria For Evaluating Credibility Of News Paper & Television News", *Journalism Quarterly*; Spring, 1989, Vol. 66, No. 01.
- [82] N., Wathen & J., Burkell," Believe It Or Not 2002: Factors Influencing Credibility On The Web", *Journal Of American Society For Information Science And Technology*, Vol. 53, Issue 2, P. 135. 2015.
- [83] S., Wolfgang "Media Credibility – Experience Or Image? A Survey On The Credibility Of The World Wide In Germany In Comparison To Other Media, European," *Journal Of Commication*, Vol. 15, P39. 2000.
- [84] محمود علم الدين ، مصداقية الاتصال ، القاهرة ، مدار الوزان الطباعة والنشر ، (1998)، ص 11.
- [85] خليل ابو اصبع ، الاعلام والاتصال في المجتمعات المعاصرة ، عمان، دار مجدلوي للنشر والتوزيع، (2006) ، ص 227.
- [86] هبه حسين عبد الوهاب ، مستويات مصداقية القنوات الاخبارية الفضائية العربية والاجنبية كما تراها الصفة : دراسة مقارنة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاعلام ، جامعه القاهرة، (2010) ، ص 92.
- [87] F., Andrw & M. Miriam, "The Credibility Of Volunteered Geographic Information" P. 141. August 2008 [geojournal](https://doi.org/10.1007/S10708-008-9188-Y) 72(3):137-148 ·Doi: [10.1007/S10708-008-9188-Y](https://doi.org/10.1007/S10708-008-9188-Y)
- [88] ريهام احمد الحبيبي ، مصداقية المضامين الدينية الاسلامية في وسائل الاعلام الجديدة لدي الجمهور المصري: دراسة مقارنة ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الاداب ، جامعة المنصورة ، (2014) ، ص 104.
- [89] المرجع السابق ، ص 105.
- [90] أحمد سابق ، علاقة المقيمين المصريين في دول الخليج العربي بالصحافة المصرية : رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعه القاهرة ، (2007) ، ص 231.
- [91] منى الحديدي ، سلوى امام، الاعلام والمجتمع ، القاهرة دار المصرية اللبنانية ، 2005 ، ص 81.
- [92] منى جابر هاشم ، مصداقية مواقع بعض الصحف المصرية على الانترنت وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري: دراسة تحليلية وميدانية على عينة من الريف والحضر ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الاداب، جامعه المنوفية ، (2012) ، ص 67.
- [93] S., Tsing, "Credibility And Computing Technology, *Communications Of The Acmmay*" <https://doi.org/10.1145/301353.301402> P. 41-42. 1999
- [94] ريهام أحمد الحبيبي مرجع سابق ، ص 102
- [95] حنان احمد سليم، مصداقية الاخبار في وسائل الاعلام بالتطبيق على الجمهور الالمانى، دراسة منشورة في مؤتمر كلية الإعلام جامعة القاهرة "أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق" ، مايو 2003.
- [96] شيرين كدواني ، مرجع سابق ، ص 69
- [97] شيرين كدواني، نفس المرجع سابق ص 154
- [98] رضا محمد النجار ، معايير تقييم المعلومات المرجعية المتاحة على الانترنت *Cybraians Journal* يونيو 2007، متاح على [Http://Www.Cybrarians.Inforjournal/No13/Ref.Htum](http://www.cybrarians.inforjournal/No13/Ref.Htum)
- [99] J.H., Bullding "A Theoretical Model For Website Credibility/ Trust: Antecedents And Consequences Of Perceived Credibility /Trust Of Websites,

- Institute For New Meida Studies” University Of Minnesota. Available At: www.inms.umn.edu/events/past/newresearch. 1999.
- [100] T. J., Johnson & B. K. Kaye,” Trusting Media Online: Comparing Internet And Traditional Sources On Media Credibility Measures, “ **First Published** June 1, 1998 Research Article <https://doi.org/10.1177/107769909807500208>
- [101] تم الرجوع إلى:-
1- حسام عربى عبد العظيم، المخطط الإثيوبى وتداعياته على الأمن القومى المصرى (سد النهضة) ، القاهرة ،
المركز الديمقراطي العربى ، 2020.
- 2- زكى البحرى ، مصر ومشكلة مياه النيل : أزمة سد النهضة ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، (2016).
- [102] مصطفى خلاف ، لعبة بنوك المياه فى دول حوض النيل ، القاهرة ، دار أوراق للنشر والتوزيع، (2020).
- [103] محمد نصر الدين علام، سد النهضة وهدوء ما قبل العاصفة، مجلة السياسة الدولية، الملف المصرى ، العدد 20، مايو 2020.
- [104] عباس محمد شراقى، تداعيات سد النهضة على الأمن المائى المصرى، معهد البحوث والدراسات الأفريقية ، قسم الموارد الطبيعية فى المؤتمر الدولى الخامس عشر لعلوم المحاصيل ، جامعه القاهرة، (2018).
- [105] الوليد مادبو :- سد النهضة المشروع أم المشروعية. إشكاليات منهجية ومؤسسية ونظرة جيو إستراتيجية [www.Google Scholar.Com](http://www.google.com/scholar) مايو 2020.
- [106] تم الرجوع للمراجع التالية :-
1- أحمد علي سليمان ، الماء : أهميته والتحديات التي تواجهه وطرق المحافظة عليه، وقدم للمؤتمر الدولى "الإجتهد فى قضايا الصحة والبيئة والعمران" ، إربد- الأردن ، جامعة اليرموك بالتعاون مع رابطة الجامعات الإسلامية والمنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (الإيسيسكو) من 2-5/6/2003
- 2- أحمد علي سليمان ، مستقبل المياه العربية بحث مقدم لندوة (مستقبل الأمن العربى وطرق المحافظة علي ماء النيل) ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب - وزارة الثقافة- معرض القاهرة الدولى للكتاب، 2005
- 3- أحمد علي سليمان ، منهج الإسلام فى حماية البيئة والمحافظة عليها " الماء نموذجاً" ، مقدم المؤتمر " الإسلام والسلام " كلية الآداب، جامعة الدمام، المملكة العربية السعودية ، من 24-25 جمادى الأولى 1439 ، 16-17 أبريل 2017 الدمام.
- 4- نادر نور الدين، العلاقات والاتفاقيات التاريخية بين مصر ودول حوض النيل ، القاهرة، مجلة السياسة الدولية ، الملف المصرى ، السنة الثالثة ، العدد 20 ، 2020
- [107] نادر نور الدين ، مرجع سابق
- [108] حمدى عبد الرحمن حسن ، أزمة سد النهضة: تحدى الهيمنة المائية والمأزق السودانى، مجلة دراسات شرق أوسطية، مركز دراسات الشرق الأوسط بالتعاون مع المؤسسة الأردنية للبحوث والمعلومات ، العدد 93، خريف 2020
- 109- محمد عبده بكير، مرجع سابق.
- [110] B., Hamman,” Two Voices: Social Presence, Participation, And Credibility In Online News,” A Master Thesis Presented To The Faculty Of The Graduate School University Of Missouri- Columbia, Available At URL. [Http://Edt.Missouri.Edu](http://edt.missouri.edu) .
- [111] B. ,Hamman, Op Cit.
- [112] عزة عبد العظيم عثمان ، مصداقية الاعلام العربى ، القاهرة، دار العربى للنشر والتوزيع، (2016).

- [113] ابراهيم حسن التوام ، مصداقية المواقع الاخبارية لدي النخبة الاكاديمية وعلاقتها بالتناظر المعرفي ، متاح على دار المنظومة ، بنك المعرفة المصري،(2016).
- [114] وليد النجار ، مرجع سابق.
- [115] محمد بكير ، مرجع سابق ، ص 30.
- [116] عزة عبد العظيم ، مرجع سابق.
- [117] محمد زين ، مرجع سابق ، ص 9.
- [118] Dh., George, , *Op. Cit.*
- [119] T. J., Hohnson, *Op. Cit.*
- [120] خالد صلاح الدين ، مرجع سابق ، ص 13.
- [121] وفاء ثروت ، مرجع سابق ، ص 47.
- [122] محمد ايمن جربوع، مرجع سابق.
- [123] T. J., Johnson, 2016, *Op. Cit.*
- [124] ابراهيم حسن التوام ، مرجع سابق .
- [125] محمد بكير ، مرجع سابق.
- [126] وفاء ثروت ، مرجع سابق.
- [127] محمد ايمن جربوع، مرجع سابق.
- [128] ابراهيم حسن التوام ، مرجع سابق. ,,
- [129] K. ,Hyunjn, K. Bae, *Op. Cit.*
- [130] W., Cassidy, *Op. Ct.*
- [131] محمد بكير ، مرجع سابق.
- [132] وفاء ثروت ، مرجع سابق.
- [133] محمد ايمن جربوع ، مرجع سابق.
- [134] ابراهيم حسن التوام ، مرجع سابق.
- [135] Y.,Masahiro, *Op. Cit.*
- [136] D. Twksbury,, *Op. Cit.*
- [137] K.A.Willum,, *Op. Cit.*
- [138]D., Domingo, D, *Op. Ct.*
- [139]N.,Yoshiko, “Credibility Of Online Newspapers,(online)”,(2002),available: www.inma.org\Subscribers\Papers\pp.3-4.
- [140] خالد صلاح الدين ، مرجع سابق، ص 14.
- [141] حنان سليم ، مصداقية الاخبار في وسائل الاعلام لدي الجمهور الالمانى، فى المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر "الاعلام بين الحرية والمسئولية ، جامعة القاهرة : كلية الاعلام 12-3 يوليو 2008
- [142]. وفاء ثروت ، 2006، اعتماد الجمهور على التلفزيون المصري اثناء الأزمات بالتطبيق على حادث شرح الشيخ ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد السادس والشعرون (جامعة القاهرة : كلية الاعلام ، يناير مارس 2006).
- [143.] سها فاضل ، 2003، العلاقة بين التعرض للصحف والوعي بقضية الارهاب الدولي لدي الشباب الجامعي : دراسة ميدانية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد العشرون (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، 2003).
- [144.]. السيد بهنسي، مدي اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام المصرية اثناء الأزمات : دراسة ميدانية على طلاب الجامعات ، المجلة المصرية لبحوث الراي العام ، العدد الرابع (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، مركز بحوث الراي العام ، 2000).
- [145] E. G., Kunghanyou Et Al., *Op. Cit.*

- [146.] صفاء فوزي ، 2008، دور وسائل الاتصال فى تشكيل معارف وإتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية الأمريكية نوفمبر 2008: دراسة فى إطار مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام ، *المجلة المصرية لبحوث الراي العام* ، المجلد التاسع ، العدد الثاني (جامعة القاهرة : كلية الإعلام).
- [147.] وفاء ثروت ، 2016، *مرجع سابق*.
- [148.] هبة شاهين 2012، مصداقية القنوات التلفزيونية الاخبارية خلال الأزمات : دراسة حالة للتغطية الإعلامية لثورة 25 يناير ، *المجلة المصرية لبحوث الراي العام* ، المجلد الحادي عشر ، العدد الأول (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، يناير – مارس ، 2012).
- [149.] حنان يوسف ، الفضائيات العربية وإدارة الأزمات ، معالجة الفضائيات العربية لأزمة العراق (حالة احتلال العراق) : دراسة مسحية مقارنة ، *فى المؤتمر العلمي للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام "* *الفضائيات العربية ومتغيرات العصر* " . (القاهرة : الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، 2005).
- [150.] وفاء ثروت ، *مرجع سابق*، 2006 .
- [151.] محمد بكير ، *مرجع سابق*.
- [152] P.T., Wang ,*Op. Cit.*
- [153.] محمد زين ، *مرجع سابق*.
- [154.] وفاء ثروت ، 2016 ،
- [155] S. Fahmy, W. Wayne, 2012: Satellite Tv News In The Arab World And Perception Effects,At *International Communication Gazette*, Vol. (74), No. 87.
- [156] محمد أيمن جربوع ، *مرجع سابق*.
- [157] T. Kjerstin, 2010, *Op. Cit.*
- [158.] خالد صلاح، 2006 ، *مرجع سابق*.
- [159.] وفاء ثروت ، 2016، *مرجع سابق*.
- [160] محمد أيمن جربوع ، *مرجع سابق*.