

اتجاهات الجمهور المصرى نحو مصداقية وسائل الإعلام التقليدية والجديدة عقب أحداث الثلاثين من يونيو دراسة ميدانية

د / سميرة عرفات *

مقدمة:

أصبحت وسائل الإعلام فى المجتمعات الحديثة مصدراً رئيسياً للمعلومات - لاسيما بعد انتشار الفضائيات، وتزايد الاعتماد على الإنترنت والمواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام.

وقد أكدت نتائج العديد من الدراسات أن الفضائيات تأتي فى مقدمة الوسائل التى يعتمد عليها الجمهور كمصادر للمعلومات (١).

كما تبين من نتائج دراسات أخرى تزايد الاعتماد على الإنترنت - لاسيما من جانب الشباب - فى استقاء المعلومات خاصة أثناء الأزمات (٢).

وقد تتبأ كل من ديفلير وروكينس (١٩٧٦) بأنه مع انتشار التكنولوجيا سوف تصبح وسائل الإعلام أكثر قوة، وسوف تواصل دورها فى تغيير مستقبل الجمهور وحياته، لاسيما مع توقع العديد من الباحثين ظهور وسائل جديدة، فقد تحدث جلدز (١٩٩٩) عن ظهور هجين " hybrid " من التلفزيون والكمبيوتر يؤثر أكثر فى حياة الأفراد وثقافتهم أسماه "teleputer" (٣).

ومع التقدم الهائل فى تكنولوجيا الإتصال والتى مكنت من معرفة الأخبار على المستوى العالمى فى نفس توقيت حدوثها وتلقيها بنفس سرعة تلقي الأخبار المحلية أو أسرع - فى ظل تلك الظروف أصبح الاعتماد على وسائل الإعلام أمراً حتمياً لا يمكن الإستغناء عنه بأية حال (٤).

وقد ضاعفت الثورة التكنولوجية التى شهدها العالم فى السنوات الأخيرة- فى مجال الإتصال من دور تلك الوسائل، وأصبح الإيمان عميقاً بالدور الذى يلعبه الإعلام فى تشكيل الرأى العام تجاه القضايا والموضوعات لاسيما مع الإمكانيات التكنولوجية التى تمكن الإعلام من نقل الأحداث وتطوراتها فى اللحظة نفسها ، مما زاد من اعتماد

* رئيس قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة بنها.

أفراد الجمهور على وسائل الإعلام بوصفها المصدر الرئيسي لاستقاء المعلومات عن الأحداث والقضايا المثارة^(٥).

ويزداد الاعتماد على وسائل الإعلام في أوقات الإحتياج للمعلومات خاصة في أوقات التغيير الذى ينتج عنه حالة من الغموض، ويحتاج الفرد إلى معلومات تساعده على كشف ما يدور، وتقييم المواقف، وبناء توجهات جديدة، لذلك فالتغيير الإجتماعى يرفع من نسبة الاعتماد على وسائل الإعلام، ويرفع من تأثير تلك الوسائل على الأفراد^(٦).

وتعكس أهمية وسائل الإعلام أثناء الثورات والأزمات من خلال اعتماد الجمهور عليها فى معرفة تفاصيل الحدث، وهنا تبرز عدة أهداف للإعلام فى تغطية الحدث ومنها: سرعة طمأنة الجمهور الداخلى والخارجى، والقضاء على الشائعات التى تنتشر فى حالة نقص المعلومات المرتبطة بالموضوع، وتزويد الأفراد بالمعلومات الدقيقة المرتبطة بالحدث، وكسب تأييد الجمهور^(٧).

ويجب على وسائل الإعلام أن تتعامل بموضوعية مع الحدث، وتراعى وجود فريق من المراسلين والمندوبين فى المناطق المختلفة ذات الصلة بالحدث، والاهتمام بإعداد التقارير والتحليلات والتعليقات الإخبارية أولاً بأول^(٨).

وأكد الباحثان Flanagan, A.& Metzger, M على مصداقية المصدر، وتنوع المحتوى الإعلامى فى ظل تعددية وسائل الإعلام، وتطور معايير وآليات التحقق من مصداقية وسائل الإعلام، فضلاً عن إيجاد اتجاهات وأطر نظرية جديدة تعالج قضية المصداقية^(٩).

وقد لعب الإعلام دوراً فاعلاً فى أحداث ٣٠ يونيو لاسيما القنوات الفضائية والإنترنت، فلم تكف الفضائيات بنقل الأحداث ، بل سعت إلى محاولة رسم صورة ذهنية معينة فى أذهان الجمهور لكسب تعاطفه وتأييده لمواقف متخذ القرار، وقد لعبت مواقع الانترنت دوراً - لاسيما بين الشباب - يتعلق بإتاحة التواصل وتبادل المعلومات والآراء وكتابة التعليقات.

وساهمت مقاطع اليوتيوب التى رفعها الشباب فى تفعيل هذا الدور، وتمكنت بهذه الطريقة من نقل الكثير من الاحداث التى لم يتمكن مراسلوها من تغطيتها. بالإضافة الى نشأة شبكات "رصد" فى كل الدول العربية على الفيس بوك تقوم بنشر اخبار المسيرات والاحتجاجات فى كل المدن و كل التفاصيل الاخرى من مصدر الحدث^(١٠).

ولكن هناك من ينظر إلى الإعلام عقب أحداث ٣٠ يونيو على أنه إعلام الصوت الواحد، وأنه السبب في تعمق الانقسام المجتمعي بغلبة الخطاب الدعائي وتحوله لأداة للحشد وانتهاج أساليب تجمع ما بين التهديد والسباب في الهجوم على الخصوم، ويتم توظيفه بحسب التوجه السياسي، ويتم اللجوء إليه للتأثير في الرأي العام، وبذلك فهم يرون أنه قد خرج عن مساره وفقد دوره الموضوعي، وأصبح الكثير من الإعلاميين متهمون بإثارة الفتن وتبني خطاب تحريضي يحوي العديد من الأكاذيب أو الأخبار غير الدقيقة أو المجهولة، والتهويل تارة والتهوين تارة أخرى، وتغليب الرأي على الخبر، مما أفقدهم مصداقيتهم^(١١).

على ضوء الواقع الراهن الذي يعيشه الإعلام المصري فإن هناك كثيرين يرون أن أكبر ضحيتين لهذا الواقع، هما: المهنية والحرية، حيث سقط الكثير من المعايير المهنية وغابت الموضوعية والمهنية عن مجمل الأداء الإعلامي ليحل محلها الانحياز السافر لوجهة نظر متخذ القرار.

لكن هناك من يرى أن هناك أسبابًا موضوعية تبرر الواقع الراهن للإعلام المصري والسمات التي تميزه، ومن بين هذه الأسباب: أن ما يمر به الإعلام المصري حاليًا هو سمة ملازمة لفترات التحولات السياسية والاجتماعية في أي مجتمع^(١٢).

فقد شهدت بنية الإعلام المصري تحولات كبيرة بعد ثورة الخامس والعشرين من يناير، نتيجة حالة التغيير الشاملة التي طالت كل البنى الهيكلية للمجتمع المصري، والتي يدخل من ضمنها وسائل الإعلام، وترافق مع هذه التحولات ظهور العديد من الأفكار والرؤى التي لم تكن موجودة من قبل، لتطرح العديد من الآراء والتوجهات الجديدة، وهي التي قد تتضارب وتتعارض وتتداخل في الكثير من الأوقات مع بعضها البعض، الأمر الذي أدى إلى ظهور أزمة المصداقية الاتصالية.

وتنشأ أزمة المصداقية الاتصالية Credibility Crisis أو فجوة المصداقية الإعلامية، كرد فعل لزيادة عدد الرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة، مما أدى لزيادة المواد الإعلامية التي من الممكن أن تحتوي مضامين متعددة بهدف جذب أكثر قطاع من الجماهير، بعض النظر عن التركيز على مدي صحة هذه الأخبار ومصداقيتها^(١٣).

وكرد فعل لأزمة المصداقية في وسائل الإعلام الرسمية ظهر ما يسمى بالاتصال البديل Alternative Communication أو الإعلام المضاد، وهما

مصطلحان يشيران إلى مجموعة متنوعة من الأوضاع، مظهرها المشترك معارضة وسائل الاتصال الرسمية والمؤسسية، فظهرت آليات اتصاليه جديدة تدرج تحت ما يسمى الإعلام الفردي، الذي يعتمد على الفرد في صنع وتحرير الأخبار وطرحها للجماهير^(١٤) وهو الإعلام الذي استفاد من تقنيات الاتصال الحديثة^(١٥).

وجاءت أحداث ٣٠ يونيو لتمثل تجسيدا لحالة التضارب في محتوى مضمون وسائل الإعلام، لتكسب قضية مصداقية وسائل الإعلام المصرية (التقليدية - الجديدة) أهمية متزايدة في خصوصية المشهد المصري.

مشكلة الدراسة:

تحدد مشكلة الدراسة في: "الوقوف على اتجاهات الجمهور المصري نحو مصداقية الفضائيات المصرية (كوسيلة من وسائل الإعلام التقليدية)، ومواقع التواصل الاجتماعي (كمثال للإعلام الجديد) ، وذلك عقب أحداث ٣٠ يونيو"، للخروج بمؤشرات حول مدى مصداقية وسائل الإعلام في تعاملها مع تلك الأحداث.

أهمية الدراسة:

- ١- فاعلية الفضائيات في التأثير على أفراد الجمهور ، وارتفاع نسبة مشاهدتها ، والتنافس بينها في نقل الأحداث وتطوراتها أولاً بأول ، والتبارى فيما بينها في تقديم التحليلات والتفسيرات والتعليقات على الأحداث من خلال برامجها المختلفة لاسيما برامج التوك شو .
- ٢- الدور الهائل الذي تلعبه شبكة الإنترنت والمواقع الإلكترونية في إتاحة الفرصة للجمهور - ولاسيما الشباب - للتواصل وتبادل المعلومات والتعليقات والآراء بشأن الأحداث منذ ثورة يناير ومروراً بأحداث ٣٠ يونيو وحتى الآن، بل والتنسيق في الكثير من الأحيان لصنع تلك الأحداث أو للمشاركة فيها.
- ٣- أهمية الأحداث التي مرت بها مصر بدءاً من ٣٠ يونيو وحتى الآن وتأثيرها على النظام المصري والشعب بكافة فئاته.

- ٤- تطبيق بعض الإفتراضات التي تضمنتها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في إطار استخدام الجمهور المصري للفضائيات والإنترنت كمصادر للمعلومات عن أحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها.

الإطار النظرى:

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تعتمد هذه الدراسة على مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام كإطار نظرى، وهو يتعلق بتأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام. وتعد وسائل الإعلام أحد المصادر الهامة للمعلومات التى يعتمد عليها الأفراد فى العصر الحديث، ومع تعقد الحياة فى المجتمعات الحديثة، والتقدم المستمر فى تكنولوجيا وسائل الإعلام، تتزايد أهمية وسائل الإعلام فى نقل المعلومات، وتعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام امتداداً لنظرية الاستخدامات والإشباع، والفارق بينهما أن الأولى تركز على الأهداف، بينما الثانية تركز على الجمهور^(١٦).

ويزيد الاعتماد على وسائل الإعلام فى حالتين الأولى فى المجتمعات المعقدة حيث تؤدى وسائل الإعلام وظائف عديدة ومتخصصة- لاسيما فيما يتعلق بجمع المعلومات ونشرها- والحالة الأخرى تتعلق بمدى وجود صدمات فى المجتمع، وهاتين الحالتين تخلفان جواً من عدم اليقين الذى يزيد من حاجة الجمهور إلى الحصول على معلومات تساعدهم على إزالة التوتر وإحداث التوافق ومن هنا يزيد الاعتماد على وسائل الإعلام. (١٧)

أهداف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يرى كاتز وزملاؤه أن المواقف الإجتماعية التى يوضع فيها الأفراد يمكن أن تولد لديهم الحاجة لاستخدام وسائل الإعلام، وعلى سبيل المثال فإن المواقف المرتبطة بالتوتر والضغوط تدفع الأفراد لاستخدام وسائل الإعلام للتقليل من شدة التوتر المرتبط بالموقف الإجتماعى، من خلال البحث عن معلومات وتحليلات لذلك الموقف، هذا علاوة على أن المواقف الإجتماعية تتضمن العديد من القيم التى يسعى الفرد لتأكيدتها من خلال استخدام وسائل الإعلام، وأخيراً فإن العديد من المواقف الإجتماعية تتطلب من الفرد أن يتابع وسائل الإعلام حتى يمكنه تقييم أدائها بشأن تلك المواقف (١٨). كما تتحكم تلك العوامل فى تأثير وسائل الإعلام على الأفراد وفى اختلاف تفسيراتهم للرسائل المقدمة من تلك الوسائل^(١٩).

فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

- ١- تزداد احتمالية أن تمارس وسائل الإعلام تأثيراً معرفياً ووجدانياً وسلوكياً على أفراد ائمهوور فى حالة تقديمها لخدمة متميزة ، ولما فى حالة وجود عدم الاستقرار أو صدمات أو تغيرات فى المجتمع (٢٠).
- ٢- يزداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات فى أوقات الأزمات والتغير الإجماعى (٢١).
- ٣- 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 الإتصال الشخصى، فوسائل الإعلام تكون مهمة للمجتمع وتزداد درجة الاعتماد عليها فى حالة عدم وجود بدائل أخرى للمعلومات (٢٢)
- ٤- إن إحساس الفرد بالخطر أو بالتهديد يزيد من اعتماده على وسائل الإعلام، وهو ماأكدته عدة دراسات ومنها دراسة "لورى" على عينة من الشباب بعد أحداث ١١ سبتمبر حيث تبين أن إدراك الخطر والشعور بالتهديد كان السبب الرئيسى لكثافة استخدامهم لوسائل الإعلام.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى : معرفة اتجاهات الجمهور المصرى نحو مصداقية كل من الفضائيات والانترنت عقب أحداث ٣٠ يونيو، وذلك فى إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. وينبثق

من هذا الهدف الرئيسى مجموعة من الأهداف الفرعية المتمثلة فى:

- ١- دراسة دور الإنترنت والفضائيات فى إمداد الجمهور المصرى بالمعلومات المرتبطة بأحداث ٣٠ يونيو وماعقبها، ومدى اعتماد أفراد الجمهور على كل وسيلة.
- ٢- الوقوف على أسباب اعتماد الجمهور المصرى على كل من الفضائيات والانترنت.
- ٣- دراسة العلاقة بين مدى تعرض الجمهور لكل من الفضائيات والانترنت والإعتقاد فى مصداقية تلك الوسائل.

٤- اختبار بعض فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام فيما يتعلق بمدى الاعتماد على تلك الوسائل للحصول على المعلومات وعلاقة ذلك بمصدقية الوسيلة لدى الجمهور.

فروض الدراسة:

- الفرض الأول: يوجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام كل من الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي، وبين والاتجاهات نحو مصداقية هذه الوسائل كمصادر للمعلومات عن أحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها.

- الفرض الثاني: توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة من حيث اعتمادهم على كل من الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بأحداث ٣٠ يونيو وذلك حسب متغيرات النوع والسن والتعليم ومحل الإقامة.

- الفرض الثالث: توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة من حيث اتجاهاتهم نحو مصداقية كل من الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بأحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها

منهجية الدراسة: تنتمي الدراسة الحالية لنوع الدراسات الوصفية التي ترصد وتحلل وتفسر اتجاهات الجمهور المصرى نحو مصداقية كل من الفضائيات والإنترنت بشأن أحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها.

وفي إطار منهج المسح الإعلامى تم استخدام صحيفة استقصاء لقياس مجموعة المتغيرات التي تحقق أهداف الدراسة، بحيث تقيس أسئلة الاستبيان ثلاثة جوانب مرتبطة بموضوع الدراسة وهي (كثافة التعرض - تقييم المبحوثين للتغطية الإخبارية من الوسائل التي يستخدمونها - بالإضافة إلى مقياس مكون من عدة عبارات لقياس اتجاهات الجمهور نحو مصداقية كل من الفضائيات والإنترنت كمصادر للمعلومات بخصوص أحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها.

- عينة الدراسة ومجتمع البحث:

أجريت الدراسة على عينة عمدية ممن يستخدمون الانترنت، قوامها ٤٠٠ مفردة من الذكور والإناث من المقيمين بمحافظة القاهرة والقليوبية، وتنوع فئاتهم العمرية والتعليمية.

اختبارا الصدق والثبات :

للتأكد من صدق الإستمارة وثبات المبحوثين على إجاباتهم قامت الباحثة بما يلي:

- ١- عرض الإستمارة على عدد من أساتذة الاعلام لتحكيمها والتأكد من قدرة الأسئلة على قياس متغيرات الدراسة ، ومدى ملاءمة الأسئلة ، وقد تم إجراء بعض التعديلات بناءً على رأى المحكمين^(*).
- ٢- تضمنت الإستمارة بعض الأسئلة التأكيدية لاختبار صدق المبحوث. ولذا تم استبعاد عدد من الإستمارات التي ثبت عدم صدق المبحوثين فى إجاباتهم عليها.
- ٣- إجراء اختبار قبلى على ١٠% من العينة، وبناءً عليه تم تعديل صيغ بعض الأسئلة وتبسيطها لأفراد العينة.
- ٤- تم إعادة إجراء الاختبار على ١٠% من المبحوثين (٤٠ مفردة) بعد جمع البيانات بحوالى عشرة أيام ، وكانت قيمة معامل الثبات ٠,٩١% وهو ما يشير إلى صلاحية الصحيفة للتطبيق الميدانى.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم إجراء المقاييس الإحصائية التالية:

- كآ لتحديد ما إذا كانت هناك فروق بين أفراد العينة) وفقاً للجنس ، والسن ، والمستوى التعليمي ومحل الإقامة) ، من حيث اعتمادهم على كل من الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعى، وكذلك من حيث اتجاهاتهم نحو مصداقية وسائل الإعلام بشأن أحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها.

(* الأساتذة المحكمون هم:

- ١- أ.د/ عدلى رضا، أستاذ الإذاعة بكلية الاعلام - جامعة القاهرة، ورئيس لجنة قطاع الدراسات الإعلامية.
- ٢- أ.د/ حسن على أستاذ الإذاعة ورئيس قسم الإعلام - جامعة المنيا.
- ٣- أ.د/ سليمان صالح، رئيس قسم الصحافة بكلية الاعلام - جامعة القاهرة.
- ٤- أ.د/ بركات عبد العزيز، الأستاذ بقسم الإذاعة بكلية الاعلام - جامعة القاهرة.
- ٥- أ.د/ فاطمة يوسف، الأستاذ بقسم الإعلام التربوي- جامعة بنها.

• معامل سبيرمان لاختبار العلاقة بين كثافة استخدام كل من الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي ، والاتجاهات الإيجابية نحو تلك الوسائل كمصادر للمعلومات عن أحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها.

- ولقياس كثافة استخدام مفردات العينة للفضائيات المصرية ولمواقع التواصل الاجتماعي :

تم تكوين مقياس علي النحو التالي:

- يتكون مقياس مستوي الكثافة من مجموعة من الأسئلة التي تتكامل مع بعضها البعض، ويتمثل بيان هذه الأسئلة في الاسئلة الخاصة باستخدام الفضائيات ومواقع التواصل وهي:

١- معدل الاستخدام اليومي

٢- عدد الساعات

٣- درجة الاعتماد على كل وسيلة

- ولقياس اتجاهات المبحوثين نحو التغطية الإخبارية بكل من الفضائيات المصرية ومواقع التواصل لدى المبحوثين تم استخدام ما يلي:

١- مقياس من ثلاث عبارات علي النحو التالي: (أصدق بدرجة كبيرة-أصدق بدرجة متوسطة-أصدق بدرجة منخفضة).

٢- مقياس مكون من ١٤ عبارة من عبارات الرأي تتنوع ما بين الإيجابية والسلبية لقياس اتجاهات الجمهور نحو الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي في تغطيتها لأحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها.

الدراسات السابقة:

بعد الرجوع إلى العديد من المراجع والمصادر العربية والأجنبية، تمكنت الباحثة من رصد عدة دراسات ويمكن تقسيم هذه الدراسات إلى محورين:

١- محور الاعتماد على الفضائيات والانترنت كمصادر للمعلومات

٢- محور مصداقية وسائل الاعلام

أولاً: الدراسات المتعلقة بالاعتماد على الفضائيات والإنترنت كمصادر للمعلومات:

- دراسة (Wilson et al, 2012)، أجريت هذه الدراسة على عينة من ١٠٠٠ مفردة من طلاب الجامعات بماليزيا، وقد كشفت النتائج عن أن الشباب لا يزالون يعتمدون على الوسائل التقليدية للحصول على الأخبار، ولكن تلك الوسائل التقليدية لم تتجج في تقديم المعلومات الكافية للشباب، ولذا فإنهم يلجأون إلى استخدام مواقع الإنترنت كوسيلة بديلة للحصول على معلومات إضافية^(٢٣).
- دراسة سمية عرفات (٢٠١١) عن استخدام الجمهور المصري للقنوات الفضائية والإنترنت خلال ثورة ٢٥ يناير، وكشفت عن تزايد الاعتماد على القنوات الفضائية-وفي مقدمتها الجزيرة والعربية- والإنترنت في الحصول على معلومات تتعلق بثورة ٢٥ يناير^(٢٤).
- دراسة إلهام يونس (٢٠١٠) عن العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية العربية ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية لدى الجمهور المصري، كشفت عن تزايد استخدام القنوات الفضائية العربية بين نسبة كبيرة من أفراد الجمهور المصري للوقوف على الأحداث - لاسيما القضايا الداخلية^(٢٥).
- دراسة عبد الحكيم عبد الله مكارم (٢٠٠٩) حول دور وسائل الإعلام في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي بالتطبيق على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام تأتي في مقدمة الوسائل التي يعتمد عليها شباب الجامعة في استقاء المعلومات السياسية خاصة في وقت الأزمات^(٢٦).
- دراسة اتحاد الإذاعة والتلفزيون (٢٠٠٨) حول استخدامات الجمهور المصري للقنوات الإخبارية، بالتطبيق على عينة من ١٢٠٠ مبحوث من إقليم القاهرة الكبرى، وكان في مقدمة النتائج أن ٤١,٣% يعتمدون على القنوات الفضائية الإخبارية في استقاء الأخبار، وفي مقدمة تلك القنوات: الجزيرة، والنيل للأخبار، والعربية^(٢٧).
- دراسة كريستوفر (٢٠٠٨) حول علاقة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في أوقات غير الأزمات، بالتطبيق على عينة من مستمعي الإذاعة في أمريكا، ومن أهم نتائج الدراسة أن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في الظروف العادية يختلف عنه في وقت الأزمات^(٢٨).

- دراسة دانييل ريفي وآخرون (٢٠٠٨) حول نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام واستخدام الإنترنت في الحصول على المعلومات المتخصصة. وقد كشفت نتائج الدراسة أن نسبة كبيرة من المبحوثين تصل إلى ٥٠% يستخدمون الإنترنت أسبوعياً للحصول على معلومات متعمقة ومتخصصة في أحد المجالات، وكان السبب الرئيسي وراء ذلك إعتقادهم بأن الإنترنت يعد الأكثر إفادة وقيمة "Value" من الكتب والمجلات والمصادر الشخصية في حالة الرغبة في الحصول على معلومات متعمقة ومتخصصة من أجل التوجيه والمعرفة بالموضوعات والقضايا بشكل عام^(٢٩).
- دراسة أميرة النمر (٢٠٠٧) حول اعتماد المراهقين السعوديين على وسائل الإعلام في المعرفة بالقضايا المحلية والعربية والدولية، وبالتطبيق على عينة من ٢٠٠ مبحوث ، وقد توصلت الدراسة إلى أن الفضائيات تأتي في مقدمة الوسائل التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على المعلومات يليها شبكة الإنترنت، ثم الأصدقاء والأقارب^(٣٠).
- دراسة محمد هلال (٢٠٠٧) حول دور القنوات الفضائية في امداد الجاليات العربية في مصر بالمعلومات السياسية، بالتطبيق على عينة طبقية من ٤٢٠ مفردة، ومن أهم نتائج تلك الدراسة أن ٧٧,٦% من أفراد العينة يعتمدون على القنوات الفضائية بشكل مرتفع كمصدر للمعلومات السياسية، وتأتي النشرات والبرامج الإخبارية في مقدمة المواد المفضلة بالقنوات الفضائية لدى عينة الدراسة^(٣١).
- دراسة هبة شاهين (٢٠٠٦) حول اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية للحصول على المعلومات السياسية، وتم تطبيقها على عينة من ٣٦٠ مبحوث من طلاب الجامعات المصرية، ومن أهم نتائج الدراسة وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات كثافة الاعتماد على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية لدى الشباب^(٣٢).
- دراسة منى الحديدي، عاطف العبد، و أيمن منصور (٢٠٠٦) حول استخدامات الشباب العربي للقنوات الفضائية وتأثيراتها عليهم ، وأجريت الدراسة على عينة من ٤٠٠ مفردة من الشباب العربي، وكان من أهم النتائج وجود ارتباط دال إحصائياً بين تعرض الشباب العربي-عينة الدراسة- للفضائيات العربية، وتحقيق أهداف معينة، وجاءت الجزيرة في مقدمة القنوات التي يستخدمها الشباب العربي تلتها قناة العربية^(٣٣).

- دراسة سامية الدسوقي (٢٠٠٥) حول دور التلفزيون في إمداد المرأة المصرية بالمعلومات البيئية والتي طبقت على عينة من ٣٦٦ من السيدات بثلاثة أحياء بالقاهرة. وقد توصلت الدراسة إلى أن التلفزيون يعد من أهم المصادر التي تستخدمها المرأة المصرية في الحصول على المعلومات يليها الصحف والمجلات ثم الراديو^(٣٤).
- دراسة أحمد فاروق (٢٠٠٥) حول أسباب اعتماد الجمهور على شريط الأخبار كمصدر للأخبار والمعلومات، وطبقت الدراسة على عينة حصرية من ٢٥٠ مفردة من المصريين. وكان من أهم النتائج أن "المتابعة السريعة للأخبار" تأتي في مقدمة أسباب الاعتماد على شريط الأخبار، وجاءت الأخبار السياسية ثم الحوادث فالأخبار الدولية في مقدمة الأخبار التي يحرص المبحوثون على التعرض لها^(٣٥).
- دراسة عادل عبد الغفار (٢٠٠٥) حول مدى اعتماد النخبة الإعلامية المصرية على القنوات الفضائية الإخبارية العربية، والتي أجريت على عينة من ٢٠٠ مفردة من النخبة المصرية في مجالات العمل الإعلامي، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها اعتماد ٨٦,٦% من المبحوثين على قناة الجزيرة كمصدر أول للمعلومات في الظروف العادية، تليها قناة العربية بنسبة ٤٧,٥%، ثم قناة النيل للأخبار. وأن هناك إيجابياً نحو قناة الجزيرة ثم العربية ثم قناة النيل للأخبار^(٣٦).
- دراسة ديوال وآخرون (٢٠٠٥) على ١٠٠٠ مفردة من الشباب الألماني حول استخداماتهم لوسائل الإعلام. وتبين أن استخدام عينة البحث للانترنت في الحصول على المعلومات هو مكمل وليس بديلاً للوسائل التقليدية كالصحف والراديو والتلفزيون. كذلك تبين أن استخدام الصحف الإلكترونية يختلف من فرد لآخر وفقاً لاختلاف العوامل الديموجرافية للمبحوثين^(٣٧).
- ميللر (٢٠٠٥) حول ما أثبتته الأبحاث التي قام بها "دى فلير، و روكيتش (١٩٨٩)" والتي أكدت أن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام لا يرتبط فقط بإشباع حاجات معينة، ولكنه يرتبط أيضاً بثلاثة عوامل: الحاجة إلى المعلومات، شخصية الفرد، والمرحلة العمرية التي يمر بها. وتلك العوامل تجعل تأثير الوسائل على الفرد يختلف من شخص لآخر^(٣٨).

- دراسة Kaye & Johnson (٢٠٠٤) حول أسباب استخدام الإنترنت والتي أجراها على ٤٤٢ مفردة من الأمريكان، وجاء البحث عن المعلومات الدافع الرئيسي لاستخدام الإنترنت، إلى جانب الثقة في تلك الوسيلة (٣٩).
- دراسة عبد العزيز محمد (٢٠٠٤) حول استخدامات الجمهور في مملكة البحرين لوسائل الإعلام وطبقت على عينة عشوائية من ٤٠٠ مفردة، وتوصلت إلى أن ٤٥,٥% يستخدمون الإنترنت بصفة دائمة، في حين يستخدمه ٣٦,٨% في بعض الأحيان (٤٠).
- دراسة مها الطرابيشي، وعبد العزيز السيد (٢٠٠٤) حول تأثير التعرض للقنوات الفضائية العربية الإخبارية على الثقافة السياسية للجمهور المصري، وطبقت على عينة من ٣٠٠ مفردة من الجمهور المصري، وتبين من النتائج أن الفضائيات العربية الإخبارية تعد المصدر الرئيسي للمعرفة السياسية للجمهور المصري، وجاءت الجزيرة في مقدمة تلك القنوات تلتها العربية ثم قناة CNN ثم النيل للأخبار (٤١).
- دراسة ماهيناز رمزي (٢٠٠٣) حول التأثيرات المعرفية لاعتماد الشباب الجامعي على القنوات الفضائية الإخبارية كمصدر للمعلومات، وتم تطبيقها على عينة من ٤٠٠ مفردة من طلاب الجامعات، وتبين من النتائج أن شباب الجامعات يعتمد على الفضائيات الإخبارية بدرجة كبيرة في الحصول على المعلومات وفي مقدمة تلك القنوات قناة الجزيرة (٤٧%)، ثم النيل للأخبار (٣٧,٥%)، وجاءت أبو ظبي في المرتبة الثالثة (٢٧%) (٤٢).
- دراسة وليد فتح الله بركات (٢٠٠٣) حول استخدام الشباب الكويتي لوسائل الإعلام كمصادر للمعلومات، بالتطبيق على ٥٠٠ مفردة من طلاب الجامعات الكويتية، وتوصلت الدراسة إلى أن التلفزيون الكويتي يأتي في مقدمة الوسائل التي يعتمد عليها الشباب الجامعي الكويتي للحصول على أخبار عن الموضوعات المحلية، وتأتي قناة الجزيرة في مقدمة القنوات التي يحرص الشباب على استخدامها فيما يتعلق بالموضوعات العربية والعالمية (٤٣).
- دراسة محمد عبد الوهاب الفقيه (٢٠٠٢) حول العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمني، وتم تطبيقها على عينة من ٤٦٢ مبحوث باليمن، وجاءت القنوات الفضائية العربية في مقدمة الوسائل التي يعتمد عليها الجمهور اليمني في الحصول على المعلومات،

- تلتها الإذاعات والصحف. وجاءت الجزيرة في مقدمة الفضائيات التي يستخدمها الجمهور اليمنى تلتها قناة MBC ثم الفضائية اليمنية^(٤٤).
- دراسة عبير حمدي (٢٠٠١) حول دور الإنترنت والراديو والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات، وتم تطبيقها على عينة من ٤٠٠ مفردة، وكشفت النتائج عن وجود فروق بين أفراد العينة من حيث المستوى الإجتماعى والإقتصادى والنوع وفئات السن من حيث اعتمادهم على وسائل الإعلام فى الحصول على المعلومات^(٤٥).
 - دراسة دانيس (٢٠٠٠) التى أوضحت أن استخدام الأفراد للإنترنت يختلف عن استخدامهم للوسائل المطبوعة، حيث أن استخدام الإنترنت عادة مايكون أكثر وظيفية وموجها نحو الهدف^(٤٦).
 - دراسة سامى طابع (٢٠٠٠) حول استخدامات الإنترنت فى العالم العربى على عينة من ٣٦٣ مبحوث فى خمس دول عربية منها مصر، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن ٩١,٥% من أفراد العينة يرون أن الإنترنت مصدر هام للحصول على المعلومات والأخبار^(٤٧).
 - دراسة Zizi & Alan (٢٠٠٠) حول استخدامات الأفراد للإنترنت، وطبقت على عينة من ٢٧٩ مفردة من طلاب الجامعات، وكشفت عن عدة نتائج منها: أن الدوافع الشخصية تأتى فى مقدمة دوافع استخدام الإنترنت لدى عينة الدراسة، ومن تلك الدوافع قضاء وقت الفراغ والتسلىة وتحقيق حاجات اقتصادية^(٤٨).
 - أما دراسة (Althaus, 2000) & "Tewksbury" فقد ناقشت درجات الاعتماد فى اكتساب المعلومات لدى قراء الصحف اليومية المطبوعة والصحف الفورية على الإنترنت، وفى دراستيهما التجريبيه توصل الباحثان إلى تفضيل الجمهور لمتابعة المواقع الالكترونية لقدرتهم على التحكم فى اختيار المحتوى^(٤٩).
 - دراسة (Stempel, G., Hargrover, T. & Bernt, J. 2000) المسحية علي عينة من الجمهور الأمريكى رصدت أثر تطور استخدام الإنترنت على وسائل الإعلام التقليدية ، وأسفرت عن تقلص جمهور الصحافة والتلفزيون، وانخفاض نسب توزيع الصحف، وانحدار مستوى مصداقية وسائل الإعلام التقليدية وأخيرا الزيادة المطردة فى أعداد مستخدمي الإنترنت^(٥٠).

٢- محور مصداقية وسائل الاعلام:

- دراسة (Flanagin & Metzger, 2013) وأجريت على عينة من الشباب الجامعي وتحت الجامعي بالولايات المتحدة ، وكشفت أن المواقع الإخبارية تحتل درجة كبيرة من المصداقية لدى أفراد الجمهور، بينما المواقع الشخصية تمثل درجة أقل من المصداقية، في حين تحتل المواقع الخاصة والتجارية درجة متوسطة بين النوعين السابقين. كذلك أوضحت النتائج أن تقييم الجمهور لمصداقية الموقع يتم على أساس صفات الموقع (على سبيل المثال: التصميم، وعمق المحتوى)، وليس في التعامل مع الموقع، وكذلك المقومات الذاتية التي يمكن أن يقدمها الموقع لجمهوره. في حين تم تقييم مصداقية الوسائل التقليدية على أساس مصادر المعلومة (خبير - كاتب - أكاديمي.... الخ). وتبين من نتائج الدراسة ثقة معظم أفراد العينة في الوسائل الجديدة بصورة أكبر من التقليدية (ماعدًا المدونات فهي تحتل درجة أقل) وذلك لإتاحتها كم كبير من المعلومات، وسهولة تبادلها علاوة على سهولة التواصل بين الأفراد^(٥١).
- دراسة (Wilson et al, 2012)، أجريت على عينة من ١٠٠٠ مفردة من طلاب الجامعات باليزيا، وقد كشفت النتائج أن مستوى مصداقية مواقع الانترنت لدى الشباب يتوقف على الكيفية التي تعكس بها الأحداث الجارية. كذلك كشفت النتائج عن أن المبحوثين يعتقدون بأن مواقع الأخبار البديلة تقدم وجهات نظر مختلفة تعد أكثر عمقاً وأكثر بعداً عن التدخل الرقابي^(٥٢).
- دراسة (Golan & Backer, 2012) أجريت على مجموعة من طلاب إحدى الجامعات الأمريكية ، وتبين وجود درجة كبيرة من الثقة لدى معظم أفراد العينة تجاه الوسائل المطبوعة مقارنة بالوسائل المرئية والمسموعة والوسائل الجديدة كذلك تبين أن الأفراد الأكثر تديناً هم الأقل ثقة في وسائل الإعلام التقليدية والجديدة ويحاولون تجنبها بطرق عدة وفي مقدمتها التعرض الانتقائي^(٥٣).
- دراسة (Brian & Richardson, 2012) هدفت إلى محاولة تحديد المفاهيم التقليدية للمصداقية والتي تعتمد على التحليل الكمي والكيفي للمعلومات، وذلك من خلال دراسة مسحية لمدونتين يتمتعان بنسبة انقرائية وشعبية واسعة لدى جمهور الإنترنت بالولايات المتحدة. وكشفت النتائج على أن هناك أبعاداً أخرى للمصداقية بخلاف الأبعاد التقليدية المتمثلة في الخبرة والدقة وعدم التحيز، وتتمثل تلك الأبعاد الجديدة في التفاعل والشفافية وإتاحة الفرصة لسماع الصوت البشرى

صاحب المدونة. كذلك كشفت الدراسة على أن معظم الأفراد الذين يستخدمون المدونات من المتعلمين تعليماً عالياً وصغار السن وينتمون إلى طبقة أكثر ثراءً^(٥٤).

● دراسة (Guo et al, 2010) اختبرت العلاقة بين ثلاث عوامل: المصداقية ومصادر الأخبار والإنقرائية. وقد تم استخدام تحليل المضمون لأربعة عشر جريدة يومية ، وكذلك تم إجراء دراسة مسحية على عينة من ٢٠٢٥ من أفراد الجمهور المقيمين بهونج كونج ، وكشفت النتائج أن عامل المصداقية ليس بالضرورة هو المؤثر في اعتماد الجمهور على صحف معينة دون الأخرى^(٥٥).

● دراسة (Kang, 2010) هدفت إلى الوقوف على مدى تأثير عامل المصداقية في مشاركة الجمهور والتواصل الفعال فيما يتعلق بشبكات التواصل الإجتماعي . وقد اقتصرت هذه الدراسة على التعرف على أثر مصداقية " المدونات " على مشاركة وتفاعل الجمهور من خلال تطوير مقياس مكوناً من ١٤ بنداً منها الثقة - الخبرة - الإحتراف - الذكاء لقياس عامل لمصداقية المصدر، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي باستخدام مجموعات النقاش. وقد أظهرت النتائج أن تفاعل الجمهور على المدونات مرتبط بعامل المصداقية، ولم تثبت وجود علاقة من تأثير عامل المصداقية على التفاعل والمشاركة. كما أوضحت النتائج وجود علاقة بين مصداقية المحتوى وبين توقيته والحرص على تحديثه والثقة بالمصدر والدقة والمضمون المرتبط بإهتمام الفرد، ويرى الأفراد الذين يعتمدون على المدونات كمصادر للمعلومات أنها أكثر مصداقية من الوسائل الأخرى نظراً للشفافية التي يكتب بها أصحابها، في الوقت الذي يرى الباحثون أن المدونات قد تكون أقل مصداقية نظراً لعدم وجود رقابة قانونية على المعلومات التي يتم تداولها من خلال تلك المدونات. وقد بينت الدراسة أن المدونات أكثر وسيلة لديها مصداقية يتم الاعتماد عليها من جانب الجمهور في استقاء المعلومات وأن معظم المستخدمين كانوا أقل من ٣٠ سنة^(٥٦).

● دراسة (Mehraiki et al., 2010) اعتمدت على منهج التقارير السردية، ومن خلال تتبع الباحثون للدراسات في مجال مصداقية وسائل الإعلام أكدوا على ضرورة التفرقة بين مصداقية المصدر ومصداقية الوسيلة، وتبين أنه بالرغم من تزايد اعتماد الجمهور على الإنترنت مع مرور الوقت كمصدر سريع وسهل للمعلومات إلا أنه لا تزال هناك درجة من عدم المصداقية في مصدر معلومة

الإنترنت حيث احتمالات خطأ المعلومة - خاصة وأنه لا توجد آلية تضمن مراجعتها والتحقق منها بشكل فعال(على عكس ما يتم في الوسائل التقليدية من وجود آلية لمراجعة المعلومة والتحقق منها . أما بالنسبة لمصادقية الوسيلة فقد تبين من خلال مراجعة دراسات المصادقية أن الإنترنت كوسيلة يبعد عن التحيز وخدمة مصالح أو إنتماءات معينة بدرجة أكبر من الوسائل التقليدية^(٥٧).

● دراسة (Golan, 2010) انصبت على تحليل بيانات خاصة بدراسات حول الانتخابات الرئاسية الأميركية منذ ١٩٤٨ حتى ٢٠٠٤، وكشفت النتائج عن وجود علاقة بين الثقة في أخبار وسائل الإعلام وبين الإنتماء أو الإنضمام لحزب سياسى معين، كذلك بينت النتائج وجود علاقة بين مستوى الثقة في وسائل الإعلام والاعتماد عليها في الحصول على الأخبار، وكذلك وجود علاقة بين الإتجاه نحو الإنترنت كمصدر للأخبار وبين الشكوك في وسائل الإعلام التقليدية. كذلك وجد هناك علاقة بين التدين ومستوى الثقة في وسائل الإعلام^(٥٨).

● دراسة (Mehraei et al, 2009) هدفت إلى تحديد العوامل التي تؤثر على إدراك مصادقية وسائل الإعلام لمعرفة كيفية تحديد أفراد الجمهور لمصادقية المعلومات الإخبارية بكل من الإنترنت والتلفزيون من خلال مقياس ليكرت للاتجاه. وقد تم إجراء الدراسة على عينة مكونة من ٢٧٠ مفردة من منطقتين بجامعة مونتراء. وقد كشفت الدراسة عن أن التلفزيون كان أكثر مصادقية من الإنترنت لدى غالبية أفراد الجمهور في نقل الأخبار، كما كشفت الدراسة عن وجود علاقة ايجابية وهامة بين الثقة بالوسيلة والاعتماد عليها وبين إدراك الجمهور لمصادقية كل من التلفزيون والإنترنت^(٥٩).

● دراسة (Anis et al, 2009) وأجريت على عينة من أفراد الجمهور العام بمدينة دكا في بنجلاديش للوقوف على العوامل المحددة لمصادقية أخبار التلفزيون (وقد تم اختبار ستة عوامل افترضت ادراستها تأثيرها على مصادقية الأخبار لدى الجمهور، وقد تبين أن خمسة منها تؤثر بشكل قوى وتشمل : موضوعية أخبار التلفزيون، والدور الإجتماعى الذى تلعبه الأخبار المقدمة، والتحديث المستمر للأخبار بشكل منتظم، واستقلالية الأخبار وصدقها^(٦٠).

● فى دراسة استكشافية قام بها كل من (Rich & Hilligass, 2008) تم تطبيقها على ٢٤ من طلاب وطالبات الجامعة لمعرفة عوامل المصادقية لديهم فيما يتعلق بالمعلومات التى يبحثون عنها من مصادر المعلومات، وقد كشفت الدراسة عن أن

هؤلاء الفئة العمرية من الشباب لديهم أسبابهم الخاصة بهم عند البحث عن مصادر المعلومات واستخدامها، وأهم تلك الأسباب السرعة وسهولة الوصول إلى المصدر^(٦١).

● وتوصلت الدراسة التي قام بها كل من (Charmy & Sabigan, 2007) إلى أن هناك ثلاثة عوامل رئيسية تؤثر على مصداقية الأخبار بكل من التلفزيون والإنترنت وهذه العوامل هي: مصداقية المراسلين، ومصداقية الوسيلة، ومصداقية الأخبار نفسها. كذلك وجدت الدراسة أنه يمكن قياس مصداقية أخبار كل من التلفزيون والإنترنت من خلال مقاييس موحدة مثل الموضوعية والثقة. وقد أجريت دراسة مسحية على عينة من ٥٣٨ مفردة من الطلاب الجامعيين وتم تصميم مقياس دلالي لقياس مدى إدراك أفراد العينة لمصداقية كل من التلفزيون والإنترنت. كذلك توصلت الدراسة إلى أن معظم أفراد العينة أظهروا تشكيكاً وسخرية من محتوى وسائل الإعلام، ولاسيما أن تلك الوسائل لديها ميول سياسية قوية، وتسعى كذلك لتحقيق الربح على حساب اهتمامات الجمهور^(٦٢).

● دراسة (Jankes, 2007) هدفت إلى الوقوف على كيفية تحديد مستخدمى الإنترنت بالولايات المتحدة مدى مصداقية هذه الوسيلة. وكشفت النتائج عن تحول مستخدمى الإنترنت عن أساليب قياس المصداقية التقليدية إلى أساليب أخرى تتمثل في مدى وجود قواسم مشتركة وترابط بين مصادر المعلومات بعيداً عن المعلومات التي تنتشرها المصادر الموالية للسلطة^(٦٣).

● دراسة (Savolainen, 2007) هدفت إلى تحديد مدى إدراك مصداقية الوسائل الإعلامية والخبرة المعرفية في البحث عن معلومات عن قضايا بيئية). واعتمدت الدراسة على المنهج المسحى واستخدام المقابلات لجمع المعلومات من عشرين مفردة من النشطاء في مجال البيئة في "Finland"، وتم مقارنة مانشر بوسائل الإعلام وإجابات المبحوثين وتبين إن إدراك الجمهور لمصداقية وسائل الإعلام مرتبط بالخبرة المعرفية لمصدر المعلومات التي تعتمد عليها الوسيلة. كذلك كشفت الدراسة عن انخفاض مصداقية الصحف بسبب تحيزها السياسى^(٦٤).

● دراسة مها عبد المجيد صلاح (2004) عن استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت- وقد رصدت الباحثة أنماط استخدام الجمهور المصري للنسخ الإلكترونية الصحفية ومدى اعتماد الجمهور عليها من خلال فحص المتغيرات الديموجرافية و دراسة سمات عرض وتحرير

المحتوى الإخباري، كما عرضت لأسس تقييم الجمهور لوسائل الإعلام، وكان من أهم نتائج الدراسة تزايد اعتماد الجمهور على المواقع الإخبارية غير المصرية حينما يتعلق الأمر بمصادقية الأخبار، وحرص الجمهور على توافر مصدر معلومات فوري^(٦٥).

● دراسة (Kay & Johnson, 2004) للوسائل الجديدة وأثرها على مصداقية ما يسمى باليوميات الإخبارية، وقد أظهرت نتائج هذه الدراسة أن هذا النمط الجديد أكثر عمقاً في تغطية الأخبار خلافاً للإعلام التقليدي، كذلك أظهر المسح اعتماد أفراد العينة على هذه اليوميات كوسيلة لها مصداقية وذلك لعدم تحكم هيئات أو حكومات أو جماعات ضغط في نشر ما يتم تداوله بشكل يومي من أخبار^(٦٦).

● وفي دراسة (Greer, 2003) عن تقييم مصداقية وسائل الإعلام الرقمية استخدمت الباحثة منهج التحليل العاملي لمتغيرين هما المصدر والإعلانات وأظهرت الدراسة تزايد استخدام الإنترنت واقتران ذلك بتزايد التدقيق في مستوى جودة المعلومات المتاحة على الشبكة، وقد أوضحت الدراسة أن هناك عوامل تؤثر على مصداقية المواقع الرقمية مثل مصدر الموقع الإخباري، وطريقة الاتصال السريع به وهيكله التنظيمي^(٦٧).

قارن الباحث في دراسته بين مصداقية الأخبار المستقاه من التلفزيون، والصحف وشبكة الإنترنت. وقد عرض لمتغيرين مهمين هما استخدام وسائل الإعلام وأنماط الاتصال الشخصي ودورهما في مناقشة مصداقية الوسيلة، وقد ركز أيضاً على مصداقية المصدر والمحتوى، وقد استخدم الباحث منهج المسح الإعلامي بالتطبيق على عينة عشوائية، ومن أهم نتائج هذه الدراسة: مصداقية الأخبار على شبكة الإنترنت أكثر من مثيلاتها على التلفزيون، وأن المواقع الإخبارية الرقمية تعمل على إعادة تشكيل اتجاهات الجمهور بشأن مصداقية وسائل الإعلام التقليدية^(٦٨).

● دراسة (Abdulla et al., 2002) وهي دراسة استكشافية، اعتمدت على عينة احتمالية من الشباب من ٥٠ ولاية بكولومبيا وذلك باستخدام التليفون، وبلغ حجم العينة ٥٣٦ مفردة ٤١% منهم من الدارسين للإتصال وذلك للوقوف على العناصر المكونة لمصداقية الأخبار بكل من الصحف والتلفزيون والمصادر الإلكترونية مثل on line news وكشفت النتائج عن تشابه في بعض تلك العناصر المحددة لمصداقية الأخبار بالوسائل جميعها وفي مقدمة تلك العناصر

الحالية والآنية ، وكذلك اشتركت في تقييم الوسائل بالسلب من حيث "التحيز" و"عدم تناول الحقائق كاملة". وأكد المبحوثون على وجود عنصرى "الإنصاف" و"الحالية" بالنسبة لأخبار التلفزيون ، فى حين أكدوا على عناصر "الثقة" و"الآنية" و"عدم التحيز" بالنسبة لأخبار الإنترنت^(٦٩).

● دراسة (Metzger, Flanagin 2000) استهدفت قياس اتجاهات الجمهور نحو أنماط مصداقية الإنترنت مقارنة بمصداقية الراديو، والتلفزيون، والمجلات وأخيرا الصحف، وقد توصل الباحثان إلى أن مصداقية الإنترنت تتساوى مع الوسائل السابقة عدا الصحف المطبوعة التي تفرد بدرجات أعلى من المصداقية، وقد اعتمد الباحثان على معايير التحقق، المحتوى والمراجعة التحريرية لعناصر حاكمة لمناقشة قضية المصداقية، وقد تم ذلك باستخدام منهج المسح الإعلامى. وطرح الباحثان عدة جوانب مستقبلية تتعلق بمصداقية المصدر، تنوع المحتوى الإعلامى فى ظل تعددية وسائل الإعلام، تطور معايير وآليات التحقق من مصداقية وسائل الإعلام، فضلا عن إيجاد اتجاهات وأطر نظرية جديدة تعالج قضية المصداقية^(٧٠).

● دراسة (Stempel, & Bernt, 2000) على عينة من الجمهور الأمريكى فى الولايات المتحدة، كشفت عن انحدار مستوى مصداقية وسائل الإعلام التقليدية مقارنة بالانترنت^(٧١).

● وقد تناولت دراسة (Sundar, 1999) اتجاهات الجمهور نحو استقاء الأخبار من مواقع الإنترنت ومن وسائل الإعلام التقليدية، ومن خلال دراسته التجريبية على مجموعتين من طلاب الصحافة والإعلام، قام الباحث باختبار أربعة متغيرات وهى: المصداقية، التشابه، جودة المحتوى الإخبارى ودرجة تمثيل الأخبار للحقيقة، وقد توصل الباحث إلى أن الأخبار المطبوعة والأخبار الفورية من مواقع الإنترنت تخضع لنفس معايير المفاضلة لدى القراء، وقد اشتملت هذه المعايير على: الموضوعية، عدم التحيز، التشويق، الإثارة، المتعة، السهولة، الوضوح، التماسك، الدقة، حسن الصياغة، الفورية، الأهمية، المصداقية، العمق المعلوماتى والشمولية^(٧٢).

● وفى دراسة (Johnson & Kaye, 1998) تمت مقارنة وسائل الإعلام التقليدية بتلك المتاحة على شبكة الإنترنت. وقد أظهرت الدراسة أن وسائل الإعلام الرقمية أكثر مصداقية من التقليدية وذلك لاحتكام وسائل الإعلام التقليدية لأساليب

حرفية تمنع صور التحيز وعدم الدقة مما يؤدي إلى وجود بعض أشكال التحكم في المضمون والمحتوى وهو ما لا يوجد بالصحف الفورية التي تتمتع بقدر أكبر من حرية اختيار الموضوعات وطرق تناولها، ومن أهم النتائج الأخرى وجود علاقة سببية طردية بين المتغيرات الديموجرافية واستخدام وسائل الإعلام الرقمية وقد استخدم الباحثان منهج المسح الإعلامي عن طريق الإنترنت^(٧٣).

● وفي دراسة أخرى ل (Sundar, 1998) خصائص وصفات مصدر الأخبار وأثر ذلك على اتجاهات الجمهور بشأن المقالات الإخبارية المتاحة على شبكة الإنترنت وقد أجرى دراسة تجريبية على طلاب الصحافة والإعلام لاختبار عدة متغيرات مثل: المصدقية، جودة المحتوى الإعلامي، الموضوعية واستخدام الاقتباسات وقد توصل الباحث لأهمية عوامل السرعة والفورية، والإقناع كخصائص حيوية تميز صحافة الإنترنت وترغب الجمهور في استخدام المواقع الإخبارية على الشبكة^(٧٤).

● دراسة "عزة عبد العزيز عبد اللاه (1996) تناولت مصداقية الصحافة المصرية "القومية والحزبية" دراسة للمضمون والقائم بالاتصال والجمهور خلال حقبة التسعينات، وقد وظفت الباحثة في دراستها الاستطلاعية مناهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن ودراسة الحالة للتعرف على تأثير العوامل الذاتية والموضوعية المؤثرة على الصحافة المصرية وقد حددت معايير المصدقية المؤثرة على الصحافة المصرية بالثقة وتعدد الآراء، وأسفرت الدراسة عن عدة نتائج منها: اختلاف تعريف الجمهور لقضية المصدقية تبعاً لاتجاهاتهم الذاتية ونوعية المحتوى، وأن هناك عدة عوامل لتفضيل الجمهور لاستخدام الصحافة الإلكترونية في مقدمتها سهولة الاستخدام، وجود مادة إخبارية مصورة ومذاعة، بالإضافة لتعدد خدمات المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت، وأن الجمهور يعتمد على المواقع الإخبارية غير المصرية حينما يتعلق الأمر بمصدقية الأخبار^(٧٥).

نتائج الدراسة الميدانية

خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (١)

تكرارات ونسب عينة الدراسة (ن=٤٠٠)

المتغيرات الديموجرافية	ك	%
النوع	ذكور	٤٨,٧
	إناث	٥١,٣
العمر	من ١٧ : ٢٤	٤١,٨
	من ٢٥ : ٣٩	٣٤,٥
	من ٤٠ فأكثر	٢٣,٨
التعليم	تحت الجامعي	٢٦
	جامعي	٥٣
	فوق الجامعي	٢١
الإقامة مكان	القاهرة	٤٧
	خارج القاهرة	٥٣

يوضح الجدول السابق المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة من حيث النوع والعمر والتعليم ومكان الإقامة وذلك على النحو التالي:

- ١- خصائص العينة وفقا للنوع: نسبة الذكور في العينة ٤٨,٧% مقابل ٥١,٣% للإناث.
- ٢- خصائص العينة وفقا للعمر: نسبة (من ١٧ : ٢٤) ٤١,٨%، و(من ٢٥ : ٣٩) ٣٤,٥%، وكانت نسبة (من ٤٠ فأكثر) ٢٣,٨%.
- ٣- خصائص العينة وفقا للتعليم: نسبة (جامعي) ٥٣%، ثم (تحت جامعي) ٢٦%، و(فوق جامعي) ٢١%. خصائص العينة وفقا لمكان الإقامة: نسبة (خارج القاهرة) ٥٣%، و(القاهرة ٤٧%).

المحور الأول: مدى التعرض لمصادر المعلومات:
(١) مدى متابعة أفراد العينة لأحداث ٣٠ يونيو وما بعدها:

جدول رقم (٢)

مدى متابعة أفراد العينة لأحداث ٣٠ يونيو

النسبة	التكرار	مدى متابعة افراد العينة لأحداث ٣٠ يونيو
٧٠	٢٨٠	نعم
٣٠	١٢٠	إلى حد ما
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

يوضح الجدول السابق مدى متابعة أفراد العينة لأحداث ٣٠ يونيو حيث كانت "نعم" بنسبة ٧٠ % ، بينما كانت "إلى حد ما" بنسبة ٣٠%، وتؤكد هذه النتيجة على حرص جميع أفراد الجمهور على متابعة أحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها - سواء كانت هذه المتابعة بشكل دائم أو كانت متابعة (إلى حد ما) ، وهو أمر طبيعي ونتيجة منطقية إذا مانظرنا إلى خطورة الحدث ، وتأثيره ليس فقط على الوطن ، ولكن على حياة المواطنين بشكل كبير .

(٢) ترتيب المصادر التي تم الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات المتعلقة بأحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها :

يوضح الجدول التالى ترتيب المصادر التي تم الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات المتعلقة بأحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها حيث جاء فى المقدمة (القنوات الفضائية العربية) بنسبة ٦٩,٣ % ، ثم (الإنترنت) فى المرتبة الثانية بنسبة ٥٨,٨% ، الذى يدل على أهمية كل من الفضائيات والانترنت فى استقاء المعلومات، وهو مايتفق مع نتائج العديد من الدراسات السابقة^(٧٦). ويتضح من بيانات الجدول رقم (٣) تراجع نسبة الاعتماد على الفضائيات المصرية الخاصة مقارنة بالقنوات الفضائية العربية، الأمر الذى يمكن تفسيره بانخفاض درجة مصداقية تلك القنوات لدى نسبة كبيرة من أفراد الجمهور - كما سيتضح من نتائج الدراسة الميدانية لاحقاً- كذلك تشير النتائج إلى انحسار أهمية بعض الوسائل التقليدية لاسيما الإذاعة والاتصال الشخصى كمصادر للمعلومات.

جدول رقم (٣)

ترتب المصادر التي تم الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات المتعلقة بأحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها ن=٤٠٠

الترتيب الوسيلة	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السادس	السابع	الثامن	الوزن المرجح		الترتيب	
									النقاط	الوزن المنوي		
التلفزيون المصري	٢٧	٥٤	٧٣	٨١	٢٧	٧٤	٦	٥٨	١٤٣٧	٤٤,٩	٤	
القنوات الفضائية المصرية الخاصة	٣١	٣٥	٦٣	٥٩	٦٧	٥٩	٧٤	١٢	١٣٧١	٤٢,٩	٦	
القنوات الفضائية العربية	١٥٣	١٢٨	٨	٣٧	٥٤	١٤	-	٦	٢٢١٧	٦٩,٣	١	
القنوات الفضائية غير العربية الناطق بالعربية	٤٦	٣٥	٧٦	٤٣	٤٦	٥٨	٨٢	١٤	١٤٢٠	٤٤,٤	٥	
الإذاعة المصرية	-	٨	١٩	٥	١٢	٢٤	١٧٠	١٦٢	٤١٧	١٣	٨	
الصحافة	٣٤	٥٨	٨٢	٦٥	١٠٤	٤٠	-	١٧	١٦٤٨	٥١,٥	٣	
الإنترنت	١٠٣	٧٥	٢٥	٦٥	٧٦	٤٥	٥	٦	١٨٧٩	٥٨,٨	٢	
الإتصال الشخصي	-	-	٤٩	٣٩	٨	٧٤	٥٧	١٧٣	٦٣٠	١٩,٨	٧	
									٧١٥٨	مجموع الأوزان المرجحة		

(٣) معدل مشاهدة الفضائيات المصرية للحصول على معلومات متعلقة بأحداث ٣٠

يونيو وما أعقبها:

يوضح الجدول رقم (٤) معدل مشاهدة الفضائيات المصرية للحصول على معلومات متعلقة بأحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها، حيث جاءت فئة (يومية) في المقدمة بنسبة ٤٦,٥%، ثم (أقل من ٣ أيام في الأسبوع) في المرتبة الثانية بنسبة ٣٢,٥%، ثم (من ٣ - ٤ أيام أسبوعياً) في المرتبة الثالثة بنسبة ٢١%، وهو ما يشير إلى ارتفاع نسبة مشاهدة اليومية للفضائيات المصرية لمتابعة الأحداث.

جدول رقم (٤)

معدل مشاهدة الفضائيات المصرية للحصول على معلومات متعلقة بأحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها

النسبة	التكرار	معدل مشاهدة الفضائيات المصرية
٤٦,٥	١٨٦	يومية
٢١	٨٤	من ٣ - ٤ أيام أسبوعياً
٣٢,٥	١٣٠	أقل من ٣ أيام في الأسبوع
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

(٤) عدد ساعات مشاهدة الفضائيات المصرية في اليوم الواحد للحصول على

معلومات متعلقة ٣٠ يونيو وما أعقبها:

جدول رقم (٥)

عدد ساعات مشاهدة الفضائيات المصرية في اليوم الواحد للحصول على معلومات متعلقة ٣٠ يونيو وما أعقبها

النسبة	التكرار	عدد ساعات مشاهدة الفضائيات المصرية في اليوم الواحد
٦,٣	٢٥	أكثر من ٤ ساعات
٢١	٨٤	من ٣ - ٤ ساعات
٧٢,٨	٢٩١	ساعتين فأقل
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق انخفاض عدد ساعات مشاهدة الفضائيات المصرية لدى معظم أفراد العينة، حيث ذكر ٧٢,٨% أنهم يشاهدونها (ساعتين فأقل)، وبرغم

أن نسبة المشاهدة اليومية للفضائيات المصرية كانت نسبة مرتفعة كما اتضح من بيانات الجدول السابق، إلا أن عدد ساعات المشاهدة كانت قليلة، وربما يرجع ذلك إلى اتجاه الجمهور إلى مصادر أخرى للمعلومات، وفي مقدمتها مواقع الانترنت كما سيتضح من نتائج الدراسة الميدانية فيما بعد.

(٥) معدل الدخول على الإنترنت للحصول على معلومات متعلقة ٣٠ يونيو وما أعقبها:

جدول رقم (٦)

معدل الدخول على الإنترنت للحصول على معلومات متعلقة ٣٠ يونيو وما أعقبها

النسبة	التكرار	معدل الدخول على الإنترنت
٧٤	٢٦٦	يوميًا
١٥,٥	٦٢	من ٣ - ٤ أيام أسبوعياً
١٠,٥	٤٢	أقل من ٣ أيام في الأسبوع
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى ارتفاع معدل الدخول على مواقع الانترنت للحصول على معلومات متعلقة بأحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها، حيث جاءت فئة (يوميًا) في المقدمة بنسبة ٧٤%، ثم (من ٣-٤ أيام في الأسبوع) في المرتبة الثانية بنسبة ١٥,٥%، ثم (أقل من ٣ - ٤ أيام أسبوعياً) في المرتبة الثالثة بنسبة ١٠,٥%، وهو ما يشير إلى حرص نسبة كبيرة من أفراد الجمهور على الدخول على مواقع الانترنت للحصول على معلومات متعلقة بأحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها.

(٦) عدد ساعات الدخول على الإنترنت في اليوم الواحد للحصول على معلومات متعلقة بأحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها:

يوضح الجدول التالي تقارب نسبة فئة (من ٣ - ٤ ساعات) مع نسبة الفئة (أكثر من ٤ ساعات) وكل فئة تمثل أكثر قليلاً من ثلث العينة، وهو ما يؤكد على زيادة عدد ساعات استخدام الانترنت لدى نسبة كبيرة من أفراد عينة الجمهور في اليوم الواحد للحصول على معلومات متعلقة بأحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها، الأمر الذي يشير إلى تفضيل الانترنت كمصدر للمعلومات وهو أمر منطقي حيث انتشرت أجهزة الكمبيوتر سواء في المنازل أو بمقاهي الانترنت، وقد مكنت الأجهزة المحمولة الأفراد من الدخول على الانترنت في أى وقت، لاسيما وقد انتشرت ثقافة الانترنت وتزايد اعتماد

الأفراد - خاصة الشباب - على ذلك المصدر لعدة أسباب، منها استقاء المعلومات خصوصاً وقت الأزمات الذي تصبح فيه الحاجة ملحة للوقوف على المعلومة المرتبطة بتلك الأزمة أو الحدث حتى يمكنه تقييم أداء الوسيلة بشأن تلك المواقف^(٧٧).

جدول رقم (٧)

عدد ساعات الدخول على الإنترنت في اليوم الواحد للحصول على معلومات متعلقة بأحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها

النسبة	التكرار	عدد ساعات الدخول على الإنترنت في اليوم الواحد
٣٦,٥	١٤٦	أكثر من ٤ ساعات
٣٧,٣	١٤٩	من ٣ - ٤ ساعات
٢٦,٣	١٠٥	من وقت لآخر
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج العديد من الدراسات السابقة والتي أكدت على ارتفاع نسبة المستخدمين للإنترنت كمصدر لاستقاء المعلومات، ومن هذه الدراسات على سبيل المثال: دراسة سمية عرفات (٢٠١١)، ودراسة دانييل ريفي وآخرون (٢٠٠٨)، ودراسة أميرة النمر (٢٠٠٧)، ودراسة محمد هلال (٢٠٠٧)، ودراسة Kaye & Johnson (٢٠٠٤)، ودراسة عبد العزيز محمد (٢٠٠٤)، ودراسة عبيد حمدي (٢٠٠١)، ودراسة دانيس (٢٠٠٠)، ودراسة سامي طابع (٢٠٠٠)، ودراسة (Zizi & Alan, 2000) ودراسة (Tewksbury" & Althaus, 2000)، ودراسة (2000 Stempel).

(٧) درجة الاعتماد على كل وسيلة من الوسائل التالية في الحصول على الأخبار المتعلقة بأحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها :

تشير بيانات الجدول رقم (٨) إلى ما يلي:

١- انخفاض درجة اعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية الحكومية (الأولى الفضائية، والنيل لأخبار)، أو الخاصة في الحصول على الأخبار المتعلقة بأحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها، كما تشير النتائج إلى أن هناك بعض القنوات الفضائية المصرية الخاصة لا يتم الاعتماد عليها في الحصول على الأخبار، وهي على الترتيب: دريم - المحور - CBC - ON TV في الوقت الذي لم تظهر فئة (يتم

الاعتماد بدرجة كبيرة) بالنسبة لأي من القنوات الفضائية المصرية، وقد يرجع ذلك إلى انخفاض مصداقية تلك القنوات لدى أفراد الجمهور.

جدول رقم (٨)

درجة الاعتماد علي كل وسيلة من وسائل الإعلام في الحصول على الأخبار المتعلقة بأحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها

الاتجاه	الترتيب	المتوسط الحسابي	النقاط	لا اعتمد		اعتمد الي حدما		اعتمد الي حد كبير		مدي الاعتماد	المصادر
				%	ك	%	ك	%	ك		
اعتمد الي حدما	٢	١,٧	٦٦٨	٤٦,٣	١٨٥	٤٠,٥	١٦٢	١٣,٢	٥٣	الأولى الفضائية	الفضائيات المصرية
اعتمد الي حدما	١	١,٨	٧١٩	٣٦,٥	١٤٦	٤٧,٣	١٨٩	١٦,٣	٦٥	قناة النيل للأخبار	
لا اعتمد	٥	١,٥	٦٠٨	٥٧,٥	٢٣٠	٣٣	١٣٢	٩,٥	٣٨	CBC	
اعتمد الي حدما	٤	١,٦	٦٢١	٥٢,٣	٢٠٩	٤٠,٣	١٦١	٧,٥	٣٠	الحياة	
اعتمد الي حدما	٣	١,٦	٦٣٤	٥٣,٢	٢٠٩	٣٧	١٤٨	١٠,٨	٤٣	النهار	
لا اعتمد	٦	١,٤	٥٦٢	٦٣	٢٥٢	٣٣,٥	١٣٤	٣,٥	١٤	ON TV	
لا اعتمد	٨	١,٤	٥٥١	٦٧,٥	٢٧٠	٢٧,٣	١٠٩	٥,٣	٢١	دريم	
لا اعتمد	٧	١,٤	٥٥٦	٦٦	٢٦٤	٢٩	١١٦	٥	٢٠	المحور	
اعتمد الي حد كبير	١	٢,٦	١٠٣٠	٩	٣٦	٢٤,٥	٩٨	٦٦,٥	٢٦٦	موقع فيس بوك	الانترنت
اعتمد الي حدما	٣	٢,٣	٩٠٧	١٧,٥١	٧٠	٣٨,٣	١٥٣	٤٤,٣	١٧٧	موقع تويتر	
اعتمد الي حد كبير	٢	٢,٥	٩٩٠	١٢,٣	٤٩	٢٨	١١٢	٥٩,٨	٢٣٩	يوتيوب	

٢- ارتفاع درجة اعتماد الجمهور علي مواقع التواصل الاجتماعي (لاسيما الفيسبوك واليوتيوب) في الحصول على الأخبار المتعلقة بأحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها- على عكس الفضائيات المصرية- حيث تشير النتائج إلى أن موقعي الفيسبوك واليوتيوب على التوالي تم الاعتماد عليهما (بدرجة كبيرة) في الحصول على الأخبار، الأمر الذي يمكن تفسيره بارتفاع مصداقية هذين الموقعين لدى نسبة كبيرة من أفراد الجمهور.

(٨) أسباب الاعتماد على وسائل معينة في الحصول على المعلومات حول أحداث ٣٠ يونيو:

يوليو:

جدول رقم (٩)

أسباب الاعتماد على وسائل معينة في الحصول على المعلومات حول أحداث ٣٠ يونيو

النسبة	التكرار	أسباب الاعتماد على وسائل معينة
١٦,٣	٦٥	مستوى الصدق بها
١٩,٥	٧٨	موضوعتها وتوازنها وعدم انحيازها
٥١,٣	٢٠٥	انفرادها ببعض الحقائق والمعلومات التي لا تعرض في المصادر الأخرى
٧٤,٥	٢٩٨	التغطية الفورية للأحداث
٢٧	١٠٨	تقديم تحليل وتفسير للحدث
٤٥,٣	١٨١	تنوع الآراء
٦,٣	٢٥	دقة المعلومات التي تقدمها
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

يوضح الجدول السابق أن في مقدمة أسباب اعتماد الجمهور على وسائل معينة في الحصول على المعلومات حول أحداث ٣٠ يونيو - (التغطية الفورية للأحداث) حيث جاءت بنسبة ٧٤,٥% ، وهو ما يشير إلى شغف الجمهور إلى معرفة الأحداث أولاً بأول ، وهو أمر منطقي نظراً لأهمية الأحداث وما يرتبط بها من أمور مصيرية ومؤثرة على حياة الأفراد والمجتمع المصري، هذا علاوة على أن التغطية الفورية للأحداث تشبع غريزة "حب الإستطلاع" لدى الجمهور.

وتأتي هذه النتيجة متفقة مع نتائج بعض الدراسات السابقة ، ومنها دراسة (Wilson et al, 2012) والتي كشفت أن استخدام مواقع الانترنت لدى الشباب يتوقف على مدي سرعة الموقع في عرض الأحداث الجارية، والطريقة التي يعكسها بها^(٧٨)، ودراسة (٢٠١١ سمية عرفات) التي أوضحت أن التغطية الفورية للأحداث تأتي في مقدمة عوامل اعتماد الجمهور على الفضائيات والانترنت كمصادر للمعلومات^(٧٩).

وجاء (انفرادها ببعض الحقائق والمعلومات التي لا تعرض في المصادر الأخرى) في المرتبة الثانية بنسبة ٥١,٣% ، وراء أسباب تفضيل الباحثين لإستخدام وسائل معينة للحصول على المعلومات المتعلقة بالأحداث، ولهذا السبب

تسعى وسائل الإعلام إلى التنافس فيما بينها للحصول على "السبق الإعلامي" وهو ما يميز وسيلة بصورة أكبر من الأخرى حيث تستمد قيمة الخبر من عدة عناصر منها "الجدة والحداثة" وهو ما يتحقق من خلال السبق الإعلامي لتوصيل الخبر للجمهور وقت حدوثه حرصاً على اجتذاب الجمهور لمتابعة الوسيلة.

وجاء (تنوع الآراء) في المرتبة الثالثة وهو ما يشير إلى رغبة الجمهور في سماع كلا وجهتي النظر في الموضوعات المثارة حتى يكون هناك مصداقية لما يطرح من آراء وما يتم مناقشته من موضوعات.

وجاءت أسباب (تقديم تحليل وتفسير للحدث) و(موضوعتها وتوازنها وعدم انحيازها في تقديم المعلومة) و(مستوى الصدق بها) وأخيراً (دقة المعلومات التي تقدمها) في المراتب التالية، وهو ما يدل على رغبة الجمهور في فهم ما يدور حوله من أحداث ترتبط بواقعه ومستقبله، حتى يقف على الحقيقة والمعلومات الصادقة ويستطيع تكوين رأى سليم بشأن تلك الأحداث بعيداً عن الكذب والتشويه والتحريف الذي تلجأ إليه بعض الوسائل أو بعض البرامج داخل وسائل معينة بهدف الإثارة وتأجيج الأحداث لخدمة أهداف معينة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات السابقة التي كشفت عن أن عوامل الموضوعية والصدق تأتي في مقدمة أسباب تفضيل الجمهور لاستخدام وسائل معينة والاعتماد عليها بصورة أكبر من غيرها، ومن تلك الدراسات: دراسة (Kang, 2010) التي أظهرت أن تفاعل الجمهور مع المدونات مرتبط بعامل المصداقية^(٨٠)، وكذلك كشفت دراسة (Golan, 2010) عن وجود علاقة بين الثقة في أخبار وسائل الإعلام وبين الاعتماد عليها في الحصول على الأخبار^(٨١)، وفي نفس السياق أوضحت دراسة (Anis et al, 2009) تأثير صدق وموضوعية أخبار التليفزيون على مدى الاعتماد على تلك الوسيلة^(٨٢). ودراسة (Mehraki et al, 2009) التي كشفت عن وجود علاقة ايجابية وهامة بين الثقة بكل من التليفزيون والإنترنت والاعتماد عليهما كمصادر للمعلومات^(٨٣).

المحور الثاني: تقييم المبحوثين للتغطية الإخبارية من مصادر المعلومات

(٩) **درجة ثقة المبحوثين في التغطية الإخبارية للقنوات الفضائية المصرية ومواقع**

التواصل الاجتماعي بخصوص أحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها:

من الجدول رقم (١٠) يتضح ما يلي:

جدول رقم (١٠)

إجابات المبحوثين بشأن درجة ثقتهم في التغطية الإخبارية للقنوات الفضائية المصرية ومواقع

التواصل ن=٤٠٠

الاتجاه	الترتيب	المتوسط الحسابي	النقاط	درجة الثقة						درجة الثقة	المصادر
				درجة منخفضة		درجة متوسطة		درجة كبيرة			
				%	ك	%	ك	%	ك		
درجة متوسطة	٢	١,٦	٦٥٥	٤٨	١٩٢	٤٠,٣	١٦١	١١,٨	٤٧	الأولى الفضائية	الفضائيات المصرية
درجة متوسطة	١	١,٧	٦٩٧	٣٥,٨	١٤٣	٥٤,٣	٢١٧	١٠	٤٠	قناة النيل للأخبار	
درجة متوسطة	٤	١,٥	٥٨٤	٦١,٥	٢٤٦	٣١	١٢٤	٧,٥	٣٠	C B C	
درجة متوسطة	٣	١,٥	٦٠٠	٥٧,٥	٢٣٠	٣٥	١٤٠	٧,٥	٣٠	الحياة	
درجة متوسطة	٥	١,٥	٥٩٧	٥٩,٥	٢٣٨	٣١,٨	١٢٧	٨,٨	٣٥	النهار	
درجة ضعيفة	٦	١,٤	٥٥٣	٦٥,٣	٢٦١	٣١,٣	١٢٥	٣,٥	١٤	ON TV	
درجة ضعيفة	٧	١,٣	٥٣٥	٧١,٥	٢٨٦	٢٣,٣	٩٣	٥,٣	٢١	دريم	
درجة ضعيفة	٨	١,٣	٥٣٣	٧١,٨	٢٨٧	٢٣,٣	٩٣	٥	٢٠	المحور	
درجة كبيرة	١	٢,٥	١٠١٠	٦,٨	٢٧	٣٤	١٣٦	٥٩,٣	٢٣٧	موقع فيس بوك	الانترنت
درجة كبيرة	٣	٢,٣	٩٢٩	١٣	٥٢	٤١,٨	١٦٧	٤٥,٣	١٨١	موقع تويتر	
درجة كبيرة	٢	٢,٤	٩٧٢	١٧,٨	٧١	٢١,٥	٨٦	٦٠,٨	٢٤٣	يوتيوب	

أ- بالنسبة للفضائيات المصرية:

- حازت التغطية الإخبارية بالفضائيات المصرية الحكومية (النيل الإخبارية والأولى الفضائية على التوالي)، على ثقة الجمهور (بدرجة متوسطة) فيما يتعلق بأحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها، كما تشير النتائج إلى أن القنوات الفضائية المصرية الخاصة لم تحظ بثقة الجمهور بشأن تغطيتها لتلك الأحداث، حيث كانت درجة الثقة بها (منخفضة) من جانب معظم أفراد الجمهور، وهي على الترتيب: دريم - المحور - CBC - ON TV، ولم تحظ أي من القنوات الفضائية المصرية بدرجة ثقة مرتفعة من وجهة نظر الجمهور المصري - عينة البحث - ويمكن تفسير ذلك بانخفاض مصداقية تلك القنوات لدى أفراد الجمهور، وهو ما سوف يتضح لاحقاً عند عرض نتائج مقياس الاتجاه والمكون من مجموعة من العبارات لقياس الاتجاهات نحو مصداقية وسائل الإعلام لدى المبحوثين.

ب- بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي:

- ارتفاع درجة ثقة الجمهور بمواقع التواصل الاجتماعي (لاسيما الفيسبوك واليوتيوب) في تغطيتها للأحداث المتعلقة بأحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها - على عكس الفضائيات المصرية - حيث تشير النتائج إلى ثقة الجمهور بموقعي الفيسبوك واليوتيوب على التوالي (بدرجة كبيرة)، الأمر الذي يمكن تفسيره بارتفاع مصداقية هذين الموقعين لدى نسبة كبيرة من أفراد الجمهور.

(١٠) سلوك الجمهور عند ملاحظة اختلافات في تغطية الأحداث بين الوسائل المختلفة:

يتضح من الجدول رقم (١١) أن هناك نسبة كبيرة من أفراد الجمهور تتصف بالإيجابية_ وهو ما يتفق مع الفرض الرئيس لنظرية الاستخدامات والإشباع والذى مؤداه أن جمهور وسائل الإعلام جمهور نشط - حيث ذكر أكثر من ثلث أفراد العينة (٣٦,٥%) أنهم يبحثون عن مصادر أخرى للتأكد من المعلومة) ، وذكر نسبة ٢٠,٥% أنهم يقومون بالمقارنة بين ما تقدمه كل وسيلة، الأمر الذي يشير أيضاً إلى الرغبة الملحة لديهم للتأكد من المعلومة لاسيما وأن أهمية المعلومة تزيد وقت الأزمات، ولذا يزيد الاعتماد على وسائل الإعلام بصورة أكبر في هذه الأوقات ليس للحصول على المعلومة فقط، ولكن أيضاً من أجل التحقق من صحتها، ونظراً للفروق الفردية بين البشر كان هناك نسبة من أفراد الجمهور تتسم بالسلبية بلغت ١٦,٨% وهم الأفراد الذين ذكروا أنهم لا يفعلون شيئاً إذا ما وجدوا اختلافاً في التغطية بين الوسائل الإعلامية.

جدول رقم (١١)

سلوك الجمهور عند ملاحظة اختلافات في تغطية الأحداث بين الوسائل المختلفة

النسبة	التكرار	سلوك الجمهور عند ملاحظة اختلاف في التغطية بين الوسائل
٣٦,٥	١٤٦	أبحث عن مصادر أخرى للتأكد من المعلومة
٢٠,٥	٨٢	أقارن بين ما تقدمه كل وسيلة
٧	٢٨	أناقش المعلومة مع الأصدقاء أو الأهل أو أحد الشخصيات القيادية
١٩,٢	٧٧	أصدق كلام الوسيلة التي أثق بها أكثر
١٦,٨	٦٧	لا أفعل شيئاً
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

(١١) إجابات المبحوثين بشأن مدى مساعدة مصادر المعلومات التي استخدموها على تكوين رأى خاص بهم عن أحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها:

جدول رقم (١٢)

توزيع المبحوثين وفقاً لرأيهم في مدى مساعدة مصادر المعلومات على تكوين رأى خاص بهم عن أحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها

النسبة	التكرار	هل ساعدت المصادر على تكوين الرأي
٣٩,٥	١٥٨	نعم
٣٨,٣	١٥٣	إلى حد ما
٣,٥	١٤	لا
١٨,٧	٧٥	لا أستطيع التحديد
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

يتبين من الجدول رقم (١٢) أن ٣٩,٥% من عينة المبحوثين قد ساعدتهم وسائل الإعلام (من وجهة نظرهم) على تكوين رأى لهم بخصوص أحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها، كذلك ذكر ٣٨,٣% ان تلك الوسائل قد ساعدتهم (لحد ما)، وهو ما يشير إلى قوة تأثير وسائل الإعلام على الأفراد وقدرتها على تشكيل الرأى العام إزاء القضايا والموضوعات الهامة، وذلك من خلال إمدادها الأفراد بالمعلومات، وقدرتها على تقديم الشرح والتحليل والتفسير.

المحور الثالث: اتجاهات الجمهور نحو مصداقية الفضائيات المصرية ومواقع التواصل

(١٢) نتائج مقياس الاتجاه:

ولقياس الاتجاهات نحو مصداقية الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي لدي مفردات العينة- تم تكوين مقياس من مجموعة من الأسئلة التي تتكامل مع بعضها البعض، وكانت نتيجة المقياس علي النحو التالي:
أ- مستوى المصداقية :

يتضح من بيانات الجدول رقم (١٣) أمران:

(١) أن فئة (مستوى المصداقية المتوسط) قد جاءت في الترتيب الأول لكل من الفضائيات المصرية والانترنت، وهو ما يشير إلى عدم الرضا عن تلك الوسائل بدرجة كافية-وعلى الأخص الفضائيات المصرية. ويمكن إرجاع ذلك إلى عدة عوامل (كما سيتضح لاحقاً من نتائج الدراسة) منها:

جدول رقم (١٣)

نتائج مقياس المصداقية نحو الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي

مواقع التواصل الاجتماعي		الفضائيات المصرية		النتيجة
%	ك	%	ك	
٢٤,٥	٩٨	٥,٨	٢٣	مستوي مرتفع
٧٣,٧	٢٩٥	٩٤,٣	٣٧٧	مستوي متوسط
١,٨	٧	-	-	مستوي منخفض
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

الافتقار إلى الموضوعية ، والكيل بمكيالين، والتعبير عن وجهة نظر واحدة، وعدم الأمانة في نقل الاخبار، والخلط بين الرأي والخبر، والمبالغة والتحويل.

وتتفق تلك النتيجة لحد كبير مع العديد من نتائج الدراسات السابقة، وعلى سبيل المثال كشفت دراسة (Golan& Backer, 2012)^(٨٤) انخفاض درجة الثقة لدى معظم أفراد العينة تجاه الوسائل المرئية والمسموعة والوسائل الجديدة مقارنة بالوسائل المطبوعة، ودراسة (Mehraiki et al., 2009)^(٨٥) التي أوضحت أنه بالرغم من تزايد اعتماد الجمهور على الإنترنت مع مرور الوقت كمصدر سريع وسهل

للمعلومات إلا أنه لاتزال هناك درجة من عدم المصادقية في مصدر معلومة الإنترنت حيث احتمالات خطأ المعلومة - خاصة وأنه لاتوجد آلية تضمن مراجعتها والتحقق منها بشكل فعال، ودراسة (Charmy & Sabigan, 2007)^(٨٦) التي توصلت إلى أن معظم أفراد العينة أظهروا تشكيكاً وسخرية من أخبار كل من التلفزيون والإنترنت، ولاسيما أن تلك الوسائل لديها ميول سياسية قوية، وتسعى كذلك لتحقيق الربح على حساب اهتمامات الجمهور.

أما دراسة (Metzger, Flanagin, 2000)^(٨٧) فقد توصلت إلى أن مصادقية الإنترنت تتساوى مع الوسائل التقليدية عدا الصحف المطبوعة التي تتفرد بدرجات أعلى من المصادقية.

(٢) ارتفاع نسبة من يعتقدون بمصادقية مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بالفضائيات المصرية (٣٠,٣% مقابل ٥,٨%)، وتتفق تلك النتيجة مع العديد من نتائج الدراسات السابقة، ومنها:

- دراسة (Golan, 2010)^(٨٨) التي أثبتت وجود علاقة بين الاتجاه نحو الإنترنت كمصدر للأخبار وبين الشكوك في وسائل الإعلام التقليدية، ودراسة (Kioussis, S. 2001) التي أكدت على مصادقية الأخبار على شبكة الإنترنت أكثر من مثيلاتها على التلفزيون^(٨٩)، ودراسة (Stempel, 2000)^(٩٠) التي كشفت عن انحدار مستوى مصادقية وسائل الإعلام التقليدية مقارنة بالانترنت، وكذلك أظهرت دراسة (Johnson & Kaye, 1998) أن وسائل الإعلام الرقمية أكثر مصادقية من التقليدية وذلك لاحتكام وسائل الإعلام التقليدية لأساليب حرفية تمنع صور التحيز وعدم الدقة مما يؤدي إلى وجود بعض أشكال التحكم في المضمون والمحتوى^(٩١).

ب- رأي المبحوثين بخصوص مصادقية الفضائيات في تناول أحداث ٣٠ يونيو وما بعدها:

بنظرة تحليلية لآراء المبحوثين كما يوضحها الجدول رقم (١٤) بخصوص مصادقية الفضائيات في تناول أحداث ٣٠ يونيو وما بعدها يتبين مايلي:

١- في مقدمة العبارات التي يتفق عليها معظم أفراد الجمهور أن "الفضائيات المصرية لا تنتج نحو الموضوعية في نقل الأخبار وتحليلها"، ويتفق هذا الرأي ويتكامل مع العديد من الآراء الأخرى لمعظم أفراد العينة التي تعبر عنها عبارات

المقياس، ومن ذلك "لا يوجد شعور بالمسئولية لدى القائمين بالإتصال في الفضائيات المصرية"، "أشعر بلجوء الفضائيات المصرية إلى المبالغة والتحويل في العديد من الموضوعات بعد أحداث ٣٠ يونيو"، "تكيل الفضائيات المصرية بمكيالين في تناول الموضوعات بعد أحداث ٣٠ يونيو"، "أرى أن الفضائيات المصرية بعد أحداث ٣٠ يونيو تعبر عن وجهة نظر واحدة"، "لا توجد أمانة في نقل الأخبار في العديد من الموضوعات التي تعرضها الفضائيات المصرية"، "تحولت الفضائيات المصرية إلى طرف في الصراع السياسي في مصر".
وهذه النتيجة تفسر لنا درجة (الثقة المتوسطة) التي يوليها معظم أفراد العينة للفضائيات المصرية- كما أشارت نتائج الدراسة في الجدول رقم (١٣).

جدول رقم (١٤)

رأي المبحوثين بخصوص مصداقية الفضائيات في تناول أحداث ٣٠ يونيو وما بعدها

ن=٤٠٠

الاتجاه	الترتيب	النقاط الحسابية	النقاط	الفضائيات المصرية						مدى المصداقية	العبارات
				لا		الي حد ما		نعم			
				%	ك	%	ك	%	ك		
نعم	٩	٢,٤	٩٧٨	٦,٨	٢٧	٤٢	١٦٨	٥١,٣	٢٠٥	لا أصدق كل ما يقال في الفضائيات المصرية	
لا	١	٢,٤	١٠٧٠	٦٤,٣	٢٥٧	٢٩	١١٦	٦,٨	٢٧	نتجه الفضائيات المصرية نحو الموضوعية في نقل الأخبار وتحليلها.	
نعم	٨	٢,٥	٩٨٥	٥٩,٣	٥٢	٢٧,٨	١١١	٥٩,٣	٢٣٧	تكيل الفضائيات المصرية الكيل بمكيالين في تناول الموضوعات بعد ٣٠ يونيو.	
إلى حد ما	١٢	١,٩	٧٦١	٤٠	١٦٠	٢٩,٨	١١٩	٣٠,٣	١٢١	أرى ان ما يمر به إعلام الفضائيات هو سمة طبيعية للتحوّل السياسي.	
نعم	٤	٢,٧	١٠٨٠	٤,٣	١٧	٢١,٥	٨٦	٧٤,٣	٢٩٧	لا يوجد شعور بالمسئولية لدى القائمين بالإتصال في الفضائيات المصرية بعد أحداث ٣٠ يونيو.	
نعم	٦	٢,٦	١٠٥٥	٥,٣	٢١	٢٥,٨	١٠٣	٩٦	٢٧٦	لا توجد أمانة في نقل الأخبار في العديد من الموضوعات التي تعرضها الفضائيات	
إلى حد ما	١٦	١,١	٦٣٤	٢٦,٥	١٠٦	٣٨,٥	١٥٤	٣٥	١٤٠	يوجد خلط بين الرأي والخبر عند عرض الموضوعات المتعلقة بأحداث ٣٠ يونيو	

إلى حد ما	١٤	١,٦	٦٤٩	٥٣,٨	٢١٥	٣٠,٣	١٢١	١٦	٦٤	أرى أن الفضائيات المصرية هي أكثر المصادر التي يمكن أن أتعلم عليها في الحصول على معلوماتي
نعم	١٠	٢,٤	٩٥٤	١٩	٧٦	٢٣,٥	٩٤	٥٧,٥	٢٣٠	أرى أن الإعلام بعد أحداث ٣٠ يونيو يعبر عن وجهة نظر واحدة.
نعم	٣	٢,٨	١١١٤	٣,٣	١٣	١٥	٦٠	٨١,٨	٣٢٧	أرى أن الفضائيات المصرية في هذه الأونة تحتاج لوضع وتطبيق ميثاق شرف إعلامي.
نعم	٧	٢,٦	١٠٣٠	٥,٣	٢١	٣٢	١٢٨	٦٢,٨	٢٥١	أشعر بلجوء الفضائيات المصرية إلى المبالغة والتهويل في العديد من الموضوعات بعد أحداث ٣٠ يونيو.
إلى حد ما	١٥	١,٦	٦٢٩	٦١,٥	٢٤٦	١٩,٨	٧٩	١٨,٨	٧٥	يعيش الفضائيات المصرية في هذا الوقت عصراً من الحرية أكثر من ذي قبل.
إلى حد ما	١١	٢	٧٩٢	٥٥,٣	٢٢١	٣٦,٥	١٤٦	٨,٢	٣٣	يعبر الفضائيات المصرية الآن عما يشهده الشارع المصري بصدق وموضوعية.
نعم	٢	٢,٨	١١١٥	٥,٣	٢١	١٠,٨	٤٣	٨٤	٣٣٦	يشهد الفضائيات المصرية الآن أزمة في القيم والأخلاقيات المهنية.
نعم	٥	٢,٧	١٠٦٥	٣,٥	١٤	٢٦,٨	١٠,٧	٦٩,٨	٢٧٩	تحولت الفضائيات المصرية إلى طرف في الصراع السياسي في مصر.
إلى حد ما	١٣	١,٨	٦٩٩	٦٠	٢٤٠	٢٠,٣	٨١	١٩,٨	٧٩	أثق بالفضائيات المصرية في تناولها للموضوعات التي تخص أحداث ٣٠ يونيو

وقد تبين من نتائج الدراسات السابقة أن الجمهور يفضل الوسائل التي تعرض المعلومة بشكل محايد (Wilson et al, 2012)^(٩٢)، وأن المصدقية مرتبطة لدى الجمهور بعدة عوامل في مقدمتها الموضوعية والبعد عن التحيز (Mehraji et al., 2010)^(٩٣)، وكذلك الاستقلالية والصدق (Anis et al, 2009)^(٩٤)، وأن الجمهور يفاضل بين الأخبار على أساس عدة معايير منها الصدق والموضوعية (Sundar, 1999)^(٩٥)، وأن التحيز السياسي يؤدي إلى انخفاض مصداقية وسائل الإعلام (Raijo Savolainen, 2007)^(٩٦)، وأن الجمهور يقيم الوسائل الإعلامية تقييماً سلبياً بسبب التحيز وعدم تناول الحقائق كاملة (Rasha A. Abdulla et al., 2002)^(٩٧).

٢- أكد معظم أفراد العينة على أن " الفضائيات المصرية تشهد الآن أزمة في القيم

والأخلاقيات المهنية"، وكذلك على أن " الفضائيات المصرية فى هذه الآونة تحتاج لوضع وتطبيق ميثاق شرف إعلامى"، وهو السبيل إلى إصلاح حال الإعلام المصري بشكل عام.

٣- جاءت عبارة "لا أصدق كل ما يقال فى الفضائيات المصرية بعد أحداث ٣٠ يونيو"، كنتيجة منطقية لآراء المبحوثين فى تلك الفضائيات، والتي أوضحتها عبارات المقياس، وتعكس أزمة الثقة، وانخفاض مصداقية الفضائيات المصرية لدى معظم أفراد الجمهور.

٤- هناك نسبة غير قليلة من الإجابات على بعض العبارات على مقياس الاتجاه تشير إلى رؤية إيجابية (إلى حد ما) نحو إعلام الفضائيات المصرية، ومن ذلك: "تعبّر الفضائيات المصرية الآن عما يشهده الشارع المصرى بصدق وموضوعية"، "أرى أن ما يمر به إعلام الفضائيات هو سمة طبيعية للتحوّل السياسى"، "أثق بالفضائيات المصرية فى تناولها للموضوعات التى تخص أحداث ٣٠ يونيو أكثر من أى مصادر أخرى"، "أرى أن الفضائيات المصرية هى أكثر المصادر التى يمكن أن أتعلم عليها فى الحصول على معلوماتى بخصوص أحداث ٣٠ يونيو"، "تعيش الفضائيات المصرية فى هذا الوقت عصراً من الحرية أكثر من ذى قبل".

الأمر الذى يمكن إرجاعه إلى الفروق الفردية والتي ترتبط بعوامل متعددة منها المستوى التعليمى والثقافى والطبقى للفرد، وانتماءاته الحزبية والدينية، وغيرها من العوامل.

ج- رأى المبحوثين بخصوص مصداقية مواقع التواصل فى تناول أحداث ٣٠ يونيو وما بعدها: وبنظرة تحليلية لآراء المبحوثين بخصوص مصداقية مواقع التواصل الاجتماعى فى تناول أحداث ٣٠ يونيو وما بعدها، وبالمقارنة مع آراء أولئك المبحوثين تجاه الفضائيات المصرية- يتبين مايلي:

١- هناك إجابات (بنعم) على بعض العبارات على مقياس الاتجاه تشير إلى رؤية إيجابية تجاه مواقع التواصل الاجتماعى، وفي مقدمة تلك الإجابات: "تتجه مواقع التواصل نحو الموضوعية فى نقل الأخبار وتحليلها"، "أرى أن مواقع التواصل هى أكثر المصادر التى يمكن أن أتعلم عليها فى الحصول على معلوماتى بخصوص أحداث ٣٠ يونيو وما بعدها"، "تعيش مواقع التواصل فى هذا الوقت عصراً من الحرية أكثر من ذى قبل"، "تعبّر مواقع التواصل الآن عما يشهده الشارع المصرى بصدق وموضوعية"، "أرى أن ما يمر به الإعلام هو سمة طبيعية للتحوّل السياسى".

جدول رقم (١٥)

رأي المبحوثين بخصوص مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي في تناول أحداث ٣٠ يونيو
ن=٤٠٠

الاتجاه	الترتيب	المتوسط الحسابي	النقاط	مواقع التواصل الاجتماعي						مدي المصدقية	العبارات
				لا		الي حد ما		نعم			
				%	ك	%	ك	%	ك		
إلى حد ما	١٣	١,٩	٧٧٠	٢٧,٥	١١٠	٥٢	٢١٠	٢٠	٨٠	لا أصدق كل ما يقال في مواقع التواصل.	
نعم	١	٢,٢	٨٩١	١٤	٥٦	٤٩,٣	١٩٧	٣٦,٨	١٤٧	تتجه مواقع التواصل نحو الموضوعية في نقل الأخبار وتحليلها.	
إلى حد ما	١٥	١,٦	٦٤٠	٤٤,٨	١٧٩	٥٠,٥	٢٠٢	٤,٨	١٩	تكيل مواقع التواصل الكيل بمكاليين في تناول الموضوعات بعد أحداث ٣٠ يونيو.	
نعم	٢	٢,٥	٩٨٤	٩,٨	٣٩	٤٧,٠	١٨٨	٤٣,٣	١٧٣	أرى أن ما يمر به الإعلام هو سمة طبيعية للتحول السياسي.	
إلى حد ما	٨	٢,٢	٨٧٠	١١,٥	٤٦	٥٩,٥	٢٣٨	٢٩	١١٦	لا يوجد شعور بالمسؤولية لدى القائمين بالاتصال في مواقع التواصل بعد أحداث يونيو	
إلى حد ما	١٠	٢,١	٨٢٢	١٩,٥	٧٨	٥٥,٥	٢٢٢	٢٥	١٠٠	لا توجد أمانة في نقل الأخبار في العديد من الموضوعات التي تعرضها المواقع	
إلى حد ما	١٢	٢	٧٩٨	١٩,٣	٧٧	٦٢	٢٤٨	١٨,٨	٧٥	يوجد خلط بين الرأي والخبر عند عرض الموضوعات المتعلقة بأحداث ٣٠ يونيو	
نعم	٣	٢,٤	٩٧٠	٣,٥	١٤	٥٠,٥	٢٠٢	٤٦	١٨٤	أرى أن مواقع التواصل هي أكثر المصادر أستطيع أعتد عليها في الحصول على معلوماتي بخصوص أحداث ٣٠ يونيو.	
إلى حد ما	١٦	١,٥	٦١١	٥٧,٥	٢٣٠	٣٢,٣	١٢٩	١٠,٣	٤١	أرى أن مواقع التواصل بعد أحداث ٣٠ يونيو تعبر عن وجهة نظر واحدة.	
إلى حد ما	٧	٢,٢	٨٧٩	٧,٨	٣١	٦٤,٨	٢٥٩	٢٧,٥	١١٠	أرى أن مواقع التواصل يحتاج لوضع وتطبيق ميثاق شرف إعلامي.	
إلى حد ما	١٤	١,٨	٧٣١	٢٠,٥	٨٢	٧٦,٣	٣٠٥	٣,٣	١٣	أشعر بلجوء مواقع التواصل إلى المبالغة والتهويل في العديد من الموضوعات	
نعم	١	٢,٤	٩٨٩	٦,٥	٢٦	٣٩,٨	١٥٩	٥٣,٨	٢١٥	تعيش مواقع التواصل في هذا الوقت عصراً من الحرية أكثر من ذي قبل.	
نعم	٤	٢,٣	٩٣٣	١٠,٣	٤١	٤٦,٣	١٨٥	٤٣,٥	١٧٤	تعبر مواقع التواصل الآن عما يشهده الشارع المصري بصدق وموضوعية.	
إلى حد ما	٦	٢,٢	٨٨٠	١٠,٣	٤١	٥٩,٥	٢٣٨	٣٠,٣	١٢١	تشهد مواقع التواصل الآن أزمة في القيم والأخلاقيات المهنية.	
إلى حد ما	١١	٢	٨١٦	١٥,٣	٦١	٦٥,٥	٢٦٢	١٩,٣	٧٧	تحولت مواقع التواصل إلى طرف في الصراع السياسي في مصر.	
إلى حد ما	٩	٢,١	٨٤٨	٥,٣	٢١	٧٧,٥	٣١٠	١٧,٣	٦٩	أثق بمواقع التواصل في تناولها للموضوعات التي تخص أحداث ٣٠ يونيو	

وقد أشارت العديد من نتائج الدراسات السابقة إلى أن الإنترنت كمصدر للمعلومات والأخبار يحظى بنوع من المصداقية ، ومن تلك الدراسات: (Flanagin & Metzger, 2013)، التي كشفت عن أن المواقع الإخبارية تحتل درجة كبيرة من المصداقية لدى أفراد الجمهور، بينما المواقع الشخصية تمثل درجة أقل من المصداقية، في حين تحتل المواقع الخاصة والتجارية درجة متوسطة بين النوعين السابقين^(٩٨)، ودراسة (Abdulla et al., 2002) التي أشارت إلى تأكيد المبحوثين على عناصر "الثقة" و"الآنية" و"عدم التحيز" بالنسبة لأخبار الإنترنت^(٩٩)، ودراسة (Kaye, Johnson, 2004) للوسائل التقليدية والجديدة وأثرها على مصداقية ما يسمى باليوميات الإخبارية، وقد أظهرت النتائج اعتماد أفراد العينة من الجمهور الأمريكي على هذه اليوميات كوسيلة لها مصداقية وذلك لعدم تحكم هيئات أو حكومات أو جماعات ضغط في نشر ما يتم تداوله بشكل يومي من أخبار.^(١٠٠)

٢- بينما جاءت موافقتهم (إلى حد ما) تجاه مواقع التواصل ، وهو ما يوضحه الجدول رقم (١٥). وتشير تلك العبارات إلى عدم المسؤولية ، والمبالغة والتهويل، والكيل بمكيالين، أو التعبير عن وجهة نظر واحدة، وعدم الأمانة في عرض الكلمة، والاشتراك كطرف في الصراع وعدم الموضوعية، ومن ثم عدم تصديق الجمهور لكل ما يقال من خلال تلك الوسائل، وهو ما يعكس الاتجاه السالب نحو الفضائيات المصرية بدرجة أكبر من مواقع التواصل لدى أغلبية أفراد العينة.

٣- اتفق معظم أفراد العينة على أن كلا من الفضائيات ومواقع التواصل تشهد الآن أزمة في القيم والأخلاقيات المهنية في هذه الآونة، وتحتاج لوضع وتطبيق ميثاق شرف إعلامي" لكي يتم النهوض بالإعلام المصري بشكل عام وهو ما يجب أخذه في الاعتبار.

اختبار صحة الفروض:

الفرض الأول: "يوجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام كل من الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي، وبين والاتجاهات نحو مصداقية هذه الوسائل كمصادر للمعلومات عن أحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها".

أظهرت نتائج التحليل قبول الفرض حيث تم قبوله بالنسبة للفضائيات ومواقع التواصل، وعلى صعيد النتائج التفصيلية يمكن عرض مايلي:

١- العلاقة بين كثافة استخدام الفضائيات، وبين الاتجاهات نحو مصداقيتها:

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس تلك العلاقة، والنتيجة يوضحها الجدول التالي:

جدول (١٦)

معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين كثافة استخدام الفضائيات، وبين الاتجاهات نحو مصداقيتها

العلاقة بين كثافة استخدام الفضائيات، وبين الاتجاهات نحو مصداقيتها		المتغيرات
الدالة	معامل الارتباط	
داله ٠,٠٠١	**٠,٦٤٦	كثافة استخدام الفضائيات

بتطبيق معامل ارتباط بيرسون تبين وجود علاقة ارتباط طردية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الفضائيات، وبين الاتجاهات نحو مصداقية تلك الفضائيات عند مستوي دلالة (٠,٠٠١)، وبذلك يقبل الفرض الفرعي الأول القائل بوجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام الفضائيات، وبين الاتجاهات نحو مصداقية تلك الفضائيات .

٢- العلاقة بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، وبين الاتجاهات نحو مصداقيتها:

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس تلك العلاقة ، والنتيجة يوضحها الجدول التالي:

جدول (١٧)

معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، وبين الاتجاهات نحو مصداقية تلك المواقع

العلاقة بين كثافة استخدام المواقع وبين الاتجاهات نحو مصداقيتها		المتغير
الدالة	معامل الارتباط	
داله ٠,٠٠١	**٠,١٦٧	كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

تشير بيانات الجدول إلى وجود علاقة ارتباط طردية دالة احصائياً بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وبين الاتجاهات نحو مصداقية تلك المواقع عند مستوى دلالة (0,001)، وبذلك يقبل الفرض الفرعي الثاني القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وبين الاتجاهات نحو مصداقية تلك المواقع.

ولقد توصلت العديد من الدراسات السابقة إلى وجود علاقة بين درجة الثقة بالوسيلة وبين كثافة الاعتماد عليها. ومن تلك الدراسات: سمية عرفات (2011)⁽¹⁰¹⁾ عن العلاقة بين استخدام الجمهور المصري للتقنيات الفضائية والإنترنت التي أسفرت عن علاقة ارتباطية طردية بين درجة الثقة بهاتين الوسيلتين وبين كثافة الاعتماد عليهما⁽¹⁰²⁾ ودراسة (Guy Golan, 2010) التي أسفرت عن علاقة طردية بين مستوى الثقة في وسائل الإعلام والاعتماد عليها في الحصول على الأخبار، كما كشفت دراسة (Mehraji et al, 2009)⁽¹⁰³⁾ عن وجود علاقة إيجابية وهامة بين الثقة بالوسيلة والاعتماد عليها وبين إدراك الجمهور لمصداقية كل من التلفزيون والإنترنت، ودراسة دانييل ريفي وآخرون (2008)⁽¹⁰⁴⁾ التي أكدت أن نسبة كبيرة من المبحوثين يستخدمون الإنترنت أسبوعياً للحصول على معلومات متعمقة ومتخصصة لاعتقادهم بأن الإنترنت يعد الأكثر إفادة وقيمة من الكتب والمصادر الشخصية، ودراسة عادل عبد الغفار (2005)⁽¹⁰⁵⁾ التي توصلت إلى هناك علاقة طردية إيجابية بين الاعتماد على قناتي الجزيرة والعربية ووجود اتجاهات إيجابية نحو هاتين القناتين، وكذلك دراسة (Kaye & Johnson, 2004)⁽¹⁰⁶⁾ التي أوضحت أن الثقة في الإنترنت هي الدافع الرئيسي لاستخدام تلك الوسيلة، وتبين من دراسة (مها عبد المجيد صلاح، 2004)⁽¹⁰⁷⁾ تزايد اعتماد الجمهور على المواقع الإخبارية غير المصرية حينما يتعلق الأمر بمصداقية الأخبار، أما دراسة (Johnson & Kaye, 2004)⁽¹⁰⁸⁾ فقد أظهرت كثافة اعتماد أفراد عينة من الجمهور الأمريكي على اليوميات الإخبارية كوسيلة لها مصداقية وذلك لعدم تحكم هيئات أو حكومات أو جماعات ضغط في نشر ما يتم تداوله بشكل يومي من أخبار، وفي دراسة (Greer, 2003) عن تقييم مصداقية وسائل الإعلام الرقمية اتضح اقتران تزايد استخدام الإنترنت بتزايد الثقة في مستوى جودة المعلومات المتاحة على الشبكة.⁽¹⁰⁹⁾

وفي المقابل لم تتوصل الباحثة إلا إلى دراسة واحدة اختلفت نتائجها عن الدراسات السابقة، وهي دراسة (Guo et al, 2010) التي كشفت عن أن عامل المصدقية ليس بالضرورة هو المؤثر في اعتماد الجمهور على صحف معينة دون الأخرى. (١١٠)

الفرض الثاني: توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة من حيث اعتمادهم على كل من الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بأحداث ٣٠ يونيو وذلك حسب متغيرات النوع والسن والتعليم ومحل الإقامة.

١- مدى وجود فروق جوهرية بين الاعتماد على الفضائيات المصرية ومتغيرات النوع والسن والتعليم ومحل الإقامة:

أظهرت نتائج التحليل قبول الفرض جزئياً حيث تم قبوله بالنسبة للنوع والمستوي التعليمي ورفضه في العمر ومحل الإقامة وعلى صعيد النتائج التفصيلية يمكن توضيح ما يلي:

جدول (١٨)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين من حيث مدى الاعتماد على الفضائيات المصرية وفقاً للنوع

النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة ت	مستوى الدلالة
الذكور	١٧٤	٢٢,١٢٦٤	٢١,٨٧٤٨٤	٣٩٨	٣,٤٧٦	٠,٠٠١
الإناث	٢٢٦	٣٠,٥٠٣٣	٢٥,٤٤٠٧			

الفرض الفرعي الأول:

• توجد فروق ذات دلالة بين المبحوثين من حيث الاعتماد على الفضائيات والنوع:

تشير نتائج تطبيق اختبار "T. Test" إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات مجموعتي المبحوثين -لصالح الإناث- من حيث مدى الاعتماد على الفضائيات، حيث بلغت قيمة "ت" ٣,٤٧٦، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة حرية ٣٩٨، ومستوى معنوية ٠,٠٠١ وبذلك يقبل الفرض الفرعي الأول القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على الفضائيات المصرية والنوع. ويمكن إرجاع تلك الفروق إلى طبيعة الإناث التي تميل إلى مشاهدة التلفزيون فترة أطول من الذكور.

الفرض الفرعي الثاني:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث الاعتماد على الفضائيات والفئة العمرية:

أشارت نتائج تطبيق اختبار "ANOVA" إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً لاعتمادهم على الفضائيات والفئة العمرية للمبحوث، حيث تبين أن قيمة "ف" ٢,٣٧٤ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥. وبذلك يرفض الفرض الفرعي الثاني القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث الاعتماد على الفضائيات والفئة العمرية. وهو ما يمكن تفسيره بأن المشاهدة سلوك اتصالي عام يشترك فيه الكبار والصغار.

جدول (١٩)

نتائج تحليل التباين لدلالة الفروق الإحصائية بين المبحوثين من حيث الاعتماد على الفضائيات وفقاً للفئة العمرية للمبحوث

الفروق وفعال	البيان	مجموع الدرجات	د . ح	متوسط	ف	الدلالة
الفئة العمرية	بين مجموعات	٨٩٥,٩٠٣	٢	٤٤٧,٩٥١	٠,٧٦٢	غير داله
	داخل	٢٣٣٠٧,١٢٥	٣٩٧	٥٨٧,٦٧٥		
	مجموع	٢٣٤٢٠,٠٢٨	٣٩٩			

الفرض الفرعي الثالث:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث الاعتماد على الفضائيات والمستوى التعليمي.

جدول (٢٠)

نتائج تحليل التباين لدلالة الفروق الإحصائية بين المبحوثين من حيث الاعتماد على الفضائيات وفقاً للمستوى التعليمي للمبحوث

الفروق وفعال	البيان	مجموع الدرجات	د . ح	متوسط	ف	الدلالة
المستوى التعليمي	بين مجموعات	٢٨٩٩٢,٨٦٥	٢	١٤٤٩٦,٤٣٣	٢٨,٠٤٥	داله
	داخل	٢٠٥٢١٠,١٦٢	٣٩٧	٥١٦,٩٠٢		
	مجموع	٢٣٤٢٠,٠٢٧	٣٩٩			

تشير نتائج تطبيق اختبار "ANOVA" إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث مدي الاعتماد على الفضائيات والمستوي التعليمي، حيث بلغت قيمة ف" ٢٨,٠٤٥، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٠١. ولتوضيح مصدر التباين بين المجموعات العمرية المختلفة تم إجراء اختبار "Sheffe" والذي كشف عن وجود فروق بين مجموعتي المبحوثين من فئة مستوى "التعليم الجامعي" ومجموعة المبحوثين من فئة مستوى "التعليم أقل من الجامعي" لصالح الأولى، كذلك كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعتي المبحوثين من فئة "التعليم أقل من الجامعي" ومجموعة المبحوثين من فئة "التعليم فوق الجامعي" لصالح الأخيرة، وبذلك يقبل الفرض الفرعي الثالث القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث الاعتماد على الفضائيات والمستوي التعليمي، وهو ما يمكن تفسيره بحرص الأفراد من ذوى المستويات التعليمية الأعلى على متابعة كل مايجرى من أحداث ومايعرض من تفسيرات وتحليلات من خلال وسائل الإعلام أولاً بأول.

الفرض الفرعي الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث الاعتماد على الفضائيات ومحل الإقامة.

جدول (٢١)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين من حيث الاعتماد على الفضائيات وفقاً لمحل الإقامة

البيان	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة ت	مستوى الدلالة
القاهرة	١٨٨	٢٨,٩٢٢٩	٢٤,٢٠١٥٦	٣٩٨	١,٦٧٤	غير داله
خارج القاهرة	٢١٢	٢٥,٠٢٩٥	٢٤,١٦٠٢٠			

تشير نتائج تطبيق اختبار "T.Test" إلي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات مجموعتي المبحوثين وبين الاعتماد على الفضائيات وفقاً لمحل الإقامة، حيث بلغت قيمة "ت" ١,٦٧٤، وهي قيمة غير دالة إحصائياً، وبذلك يرفض الفرض الفرعي الرابع القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث الاعتماد على الفضائيات ومحل الإقامة.

وقد يرجع ذلك إلى تغير طبيعة الريف عن ذي قبل ووجود الأطباق الفضائية في كل المنازل تقريباً، وانتشار الوعي، ومن ثم الحرص على متابعة كل ما يجرى من

أحداث - لاسيما إذا كانت تلك الأحداث هامة ومؤثرة على حياة الأفراد كاحداث الثلاثين من يونيو وما أعقبها.

٢- مدى وجود فروق جوهريّة بين المبحوثين من حيث الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي ومتغيرات النوع والسن والتعليم ومحل الإقامة.

أظهرت نتائج التحليل إمكانية قبول الفرض وفقا للنوع والمستوي التعليمي والعمر ومحل الإقامة وعلى صعيد النتائج التفصيلية:

الفرض الفرعي الأول:

١- توجد فروق جوهريّة بين المبحوثين من حيث الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي ومتغير النوع

جدول (٢٢)

نتائج اختبار(ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين وفقا لمدى الاعتماد على مواقع التواصل والنوع

البيان	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة ت	مستوى الدلالة
الذكور	١٧٤	٧٦,٢	٢٥,٦٣٣٩٥	٣٩٨	١,٦٧٤	داله ٠,٠٠١
الاناث	٢٢٦	٦٧,٢	٢٦,٤٥٢٤٥			

تشير نتائج تطبيق اختبار "T.Test" إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات مجموعتي الذكور والإناث- لصالح الذكور- من حيث الاعتماد على مواقع التواصل، حيث بلغت قيمة "ت" ٤,١٧٠، وهي قيمة دالة إحصائياً، وبذلك يقبل الفرض الفرعي الأول القائل بوجود فروق ذات دلالة بين المبحوثين من حيث الاعتماد على مواقع التواصل والنوع.

ويمكن تفسير تلك النتيجة في ضوء أن الذكور هم الأكثر استخداماً للانترنت ، ومن ثم فهم أكثر اعتماداً على مواقع التواصل الاجتماعي .

الفرض الفرعي الثاني:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث الفئة العمرية للمبحوث والاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (٢٣)

نتائج تحليل التباين لدلالة الفروق بين المبحوثين وفقا للفئة العمرية والاعتماد على مواقع التواصل

الفروق وفقاً ل		البيان	مجموع الدرجات	د . ح	متوسط	ف	الدلالة
الفئة العمرية	الاعتماد على المواقع	بين مجموعات	٦٤٨٤,١٥٣	٢	٣٢٤٢,٠٧٦	٤,٦٥٥	داله
		داخل	٢٧٦٤٨١,٨٢٠	٣٩٧	٦٩٦,٤٢٨		
		مجموع	٢٨٢٩٦٥,٩٧٢	٣٩٩			

تشير نتائج تطبيق اختبار "ANOVA" إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للاعتماد على مواقع التواصل والفئة العمرية للمبحوث ، وهو ما يشير إلى تأثير متغير (العمر) على اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي.

ولتوضيح مصدر التباين بين المجموعات العمرية المختلفة تم إجراء اختبار "Sheffe" والذي كشف عن وجود فروق بين مجموعتي المبحوثين من فئة (١٧-٢٤) و (٢٥-٣٩) لصالح المجموعة الثانية، وهو ما يمكن تفسيره بأن المبحوثين المنتمين للمجموعة الثانية أكثر نضجا بحكم أنهم الأكبر سنا ومن ثم فهم الأكثر إدراكا لأهمية الموضوع وبالتالي الأكثر حرصا على متابعة أبعاده وتطوراته ، هذا علاوة على أن الشباب الذين تتدرج أعمارهم تحت فئة (١٧-٢٥) قد أوضحت الشواهد إصابتهم بالإحباط واليأس ، الأمر الذي خلغ عليهم حالة من اللامبالاة بالواقع السياسي من حولهم ، ومن ثم عدم الاهتمام بمعرفة أخبار أو تحليلات أو تفسيرات لما يجري من أحداث. وقد تبين من النتائج أيضا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعتي المبحوثين من فئة (٢٥-٣٩) و (٤٠ فأكثر) لصالح الفئة الأولى، وهو ما يمكن إرجاعه إلى قلة خبرة المبحوثين في الفئة العمرية الثانية بالانترنت، ومن ثم ضعف اعتمادهم عليها كمصادر للمعلومات. وبتطبيق اختبار، حيث تبين أن قيمة "ف" ٤,٦٥٥، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوي ٠,٠٥.

وبذلك يقبل الفرض الفرعي الثاني القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث الفئة العمرية للمبحوث والاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الفرعي الثالث:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث المستوى التعليمي للمبحوث والاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (٢٤)

نتائج تحليل التباين لدلالة الفروق بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي والاعتماد على

مواقع التواصل

الفروق تبعاً إلى	البيان	مجموع الدرجات	د . ح	متوسط	ف	الدلالة
المستوى التعليمي	مدي الاعتماد	بين مجموعات	٦٠٣٧١,١٠٧	٢	٣٠١٨٥,٥٥٤	داله
	على المواقع	داخل	٢٢٢٥٩٤,٨٦٥	٣٩٧	٥٦٠,٦٩٢	
	مجموع		٢٨٢٩٦٥,٩٧٢	٣٩٩		

تشير نتائج تطبيق اختبار "ANOVA" إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مدي الاعتماد على المواقع وبين المستوي التعليمي، ولتوضيح مصدر التباين بين المجموعات المختلفة- تم إجراء اختبار "Sheffe" والذي كشف عن وجود فروق بين مجموعتي المبحوثين من فئة (التعليم الجامعي)، وفئة (التعليم تحت الجامعي)، لصالح الفئة الأولى، كما كشف عن وجود فروق بين مجموعتي المبحوثين من فئة (التعليم الجامعي)، وفئة (التعليم بعد الجامعي)، لصالح الفئة الثانية، وهو ما يشير إلى تأثير عامل التعليم في هذا الصدد، حيث تبين أن قيمة ف"٥٣,٨٣٦"، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٠١، وهو ما يمكن تفسيره بحرص الأفراد من ذوى المستويات التعليمية الأعلى على متابعة كل ما يجرى من أحداث وما يعرض من تفسيرات وتحليلات من خلال وسائل الإعلام أولاً بأول. وبذلك يقبل الفرض الفرعي الثالث القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث المستوى التعليمي والاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الفرعي الرابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث محل الإقامة للمبحوث والاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي.

أشارت نتائج تطبيق اختبار "T.Test" إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين من حيث الاعتماد على المواقع ومحل الإقامة ، حيث بلغت "ت" ١٥,٧١٢ ، وهي قيمة دالة إحصائياً، وهو ما يمكن تفسيره بأنه لاتزال مناطق من ريف مصر لا تتمتع بخدمات الانترنت، علاوة على أن نسبة المتعلمين في الريف أقل منها في الحضر- وقد تبين أثر التعليم في هذا الصدد- الأمر الذي يفسر اعتماد الباحثين في الريف بدرجة أقل على مواقع التواصل كمصادر للمعلومات، وبذلك يقبل الفرض الفرعي الرابع القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين من حيث محل الإقامة للباحث والاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي.

وقد كشفت العديد من نتائج الدراسات السابقة عن وجود فروق جوهرية بين الأفراد من حيث الاعتماد على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات وفقاً للمتغيرات الديموجرافية، ومن تلك الدراسات: دراسة سمية عرفات (٢٠١١) التي أوضحت العلاقة بين استخدام كل من الفضائيات والانترنت والعوامل الديموجرافية^(١١١)، وهبة شاهين (٢٠٠٦) التي كشفت وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات كثافة الاعتماد على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية لدى الشباب^(١١٢)، ودراسة ديوال وآخرون (٢٠٠٥) التي أوضحت أن استخدام الصحف الإلكترونية يختلف من فرد لآخر وفقاً لاختلاف العوامل الديموجرافية للباحثين^(١١٣)، وهذه النتائج هي نفسها التي توصل إليها (Chyi et al, 2002)^(١١٤)، كما أكدت دراسة ميللر (٢٠٠٥) على أن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام لا يرتبط فقط بإشباع حاجات معينة ، ولكنه يرتبط أيضاً بثلاثة عوامل: الحاجة إلى المعلومات، شخصية الفرد، والمرحلة العمرية التي يمر بها، وتلك العوامل تجعل تأثير الوسائل على الفرد يختلف من شخص لآخر^(١١٥)، وفي دراسة أخرى لكل من (Johnson & Kaye, 2004) تبين وجود علاقة سببية طردية بين المتغيرات الديموجرافية واستخدام وسائل الإعلام الرقمية^(١١٦)، كذلك فإن دراسة عبير حمدي (٢٠٠١) كشفت عن وجود فروق بين أفراد العينة من حيث المستوى الاجتماعي والإقتصادي والنوع وفئات السن من حيث اعتمادهم على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات^(١١٧).

جدول (٢٥)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين وفقاً لمدى الاعتماد على مواقع التواصل ومحل الإقامة

البيان	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة ت	مستوى الدلالة
القاهرة	١٨٨	٦٤,١٨٤٤	٢٧,١٣٩٠٣	٣٩٨	٥,٧١٢	داله
خارج القاهرة	٢١٢	٧٨,٨٥٢٢	٢٤,٢٢٢٣٦			

الفرض الثالث: توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة من حيث اتجاهاتهم نحو مصداقية كل من الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بأحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها.

١- العلاقة بين اتجاهات أفراد الجمهور نحو مصداقية الفضائيات المصرية ومتغيرات النوع والسن والتعليم ومحل الإقامة:

أظهرت نتائج التحليل إمكانية قبول الفرض جزئياً حيث تم قبوله بالنسبة للنوع والمستوي التعليمي ورفضه بالنسبة العمر ومحل الإقامة وعلى صعيد النتائج التفصيلية:

جدول (٢٦)

الفروق بين أفراد الجمهور فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو مصداقية الفضائيات المصرية وفقاً لخصائص الأفراد الديموجرافية

المجموعات	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت أو ف)	درجات الحرية	مستوي المعنوية
النوع	ذكر	٤٦,٣١٢٠	٧,٠٥٥٥١	٦,٣٩٢	٣٩٨	داله
	أنثى	٥١,٦٨٣٦	٩,١٩٥٠٦			
محل الإقامة	القاهرة	٥٠,٤٢٤٦	٨,٨٣٨١٨	١,٣٣٥	٣٩٨	غير داله
	خارج القاهرة	٤٨,٣٩١٣	٨,٥٥٧٨٦			
المستوي التعليمي	تحت الجامعي	٤٤,٦	٥,٨٣	٦٦,٥٠٩	٣٩٨	داله
	جامعي	٤٨,٦	٧,٩٩			
	فوق الجامعي	٥٧,٢	٨,٣٧			
السن	من ١٧ إلى ٢٤	٤٨,٦١	٩,٨٩	١,١٤٩	٣٩٩	غير داله
	من ٢٥ إلى ٣٩	٤٩,٦	٨,٧٥			
	٤٠ فأكثر	٥٠,٢	٦,١٣			

استخدمت الباحثة معامل اختبار (ت) (T. Test) لمعرفة مدى وجود اختلاف بين مجموعتين وذلك في حالة النوع (الذكور والإناث) ومحل الإقامة (القاهرة، خارج القاهرة)، كما استخدمت الباحثة معامل تحليل التباين (One Way Anova) لمعرفة مدى وجود اختلاف بين أكثر من مجموعتين، وذلك في حالة المستوي التعليمي والسن.

ويتضح من جدول (٢٦) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مجموعتي الذكور والإناث من حيث اتجاهاتهم نحو مصداقية الفضائيات المصرية، حيث تبين أن قيمة "ت" ٦,٣٩٢، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥).

وتشير نتائج تطبيق اختبار "ANOVA" إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات مجموعات المستويات التعليمية الثلاث من حيث اتجاهاتهم نحو مصداقية الفضائيات المصرية، لصالح المستويات التعليمية الأعلى، حيث كانت قيمة "ف" ٦٦,٥٠٩، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٠١.

ويتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مجموعتي الريف والحضر من حيث اتجاهاتهم نحو مصداقية الفضائيات المصرية، حيث تبين أن قيمة "ت" ١,٣٣٥، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٠١).

كما تشير نتائج تطبيق اختبار "ANOVA" أيضاً إلي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات المجموعات العمرية من حيث اتجاهاتهم نحو مصداقية الفضائيات المصرية، فقد بلغت قيمة "ف" ١,١٤٩، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥.

وبملاحظة نتائج التحليل الإحصائي يتبين وجود علاقة طردية بين سلوك المشاهدة لدى المبحوثين في كل من مجموعتي الذكور والإناث، ومجموعات المستويات التعليمية (الذي أوضحت نتائج الدراسة في جزئية سابقة) وبين الاتجاهات نحو الفضائيات (كما اتضح من الجدول السابق)، فقد أظهرت النتائج أن الإناث هن الأكثر مشاهدة للفضائيات المصرية، ولديهن اتجاهات أكثر إيجابية من الذكور نحو تلك الفضائيات، كذلك الحال بالنسبة للمبحوثين في المستويات التعليمية الأعلى، الأمر الذي يشير إلى وجود علاقة ارتباطية طردية بين كثافة مشاهدة الفضائيات والاتجاهات نحو الوسيلة، وهو ما يتفق مع العديد من نتائج الدراسات السابقة.

كذلك أوضحت النتائج عدم وجود فروق جوهرية بين المبحوثين في مجموعتي الريف والحضر، وكذلك المبحوثين في المجموعات العمرية المختلفة من حيث اتجاهاتهم نحو الفضائيات المصرية، وكانت نتائج الفرض الثاني - في الدراسة - قد أشارت إلى عدم وجود فروق بينهم فيما يتعلق بكثافة المشاهدة، وهو ما يؤكد أيضا ارتباط مشاهدة الفضائيات بالاتجاهات نحوها.

٣- العلاقة بين اتجاهات أفراد الجمهور نحو مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي ومتغيرات النوع والسن والتعليم ومحل الإقامة:

أظهرت نتائج التحليل رفض الفرض جزئياً، حيث تم رفضه في النوع ومحل الإقامة والمستوي التعليمي وقبوله في العمر وعلى صعيد النتائج التفصيلية:

بتطبيق اختبار "T. Test" تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مجموعتي الذكور والإناث من حيث اتجاهاتهم نحو مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تبين أن قيمة "ت" ١,٧٧٣، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠,٠٥).

كما يشير الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة في مجموعتي الريف والحضر من حيث اتجاهاتهم نحو مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تبين أن قيمة "ت" ١,٥٣٣، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠,٠٠١).

جدول (٢٧)

الفروق بين أفراد الجمهور فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للخصائص الديموجرافية

مستوي المعنوية	درجات الحرية	قيمة (ت أو ف)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العينة	المجموعات	النوع
غير داله	٣٩٨	١,٧٧٣	٧,٨	٥٩,٦	١٧٤	ذكر	
			١٠,٣	٥٧,٩	٢٢٦	أنثى	
غير داله	٣٩٨	١,٥٣٣	٥٧,٨	٥٧,٨	١٨٨	القاهرة	محل الإقامة
			٥٩,٣	٥٩,٢٨	٢١٢	خارج القاهرة	
غير داله	٣٩٨	٢,٢٧٥	١١,٧	٥٧,١	١٠٤	تحت الجامعي	المستوي التعليمي
			٨,٧	٥٩,٤	٢١٢	جامعي	
			٧,٤	٥٨,٣	٨٤	فوق الجامعي	
داله	٣٩٩	٤,١٣٢	١١,٣	٥٧,٤	١٦٧	من ١٧ إلى ٢٤	السن
			٨,٥	٥٨,٥	١٣٨	من ٢٥ إلى ٣٩	
			٥,٨	٦٠,٨	٩٥	٤٠ فأكثر	

وتشير نتائج تطبيق اختبار "ANOVA" إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات مجموعات المستويات التعليمية الثلاث من حيث اتجاهاتهم نحو مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي، فقد كانت قيمة ف" ٢,٢٧٥، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي ٠,٠٥.

وقد أشارت نتائج تطبيق اختبار "ANOVA" إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات المجموعات العمرية من حيث اتجاهاتهم نحو مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي، فقد بلغت قيمة ف" ٤,١٣٢، وهي قيمة دالة إحصائياً عندي مستوي ٠,٠٥.

ولتوضيح مصدر التباين بين المجموعات العمرية المختلفة تم إجراء اختبار "Sheffe" والذي كشف عن وجود فروق بين مجموعتي الباحثين من فئة (١٧-٢٤) و(٢٥-٣٩) لصالح المجموعة الثانية، وكذلك أسفر الاختبار عن وجود فروق بين المجموعتين (٢٥-٣٩) و(٤٠ فأكثر) لصالح الأولى، وكانت النتائج قد كشفت في جزئية سابقة أن الأفراد في الفئة العمرية من (٢٥-٣٩) هم الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي، كذلك فإن العديد من الدراسات السابقة قد أوضحت وجود علاقة بين استخدام وسائل الإعلام والاتجاهات نحوها، في ضوء ذلك يمكن القول بأن الفئة العمرية (٢٥-٣٩) لديهم اتجاهات أكثر إيجابية نحو مواقع التواصل الاجتماعي.

ومن تلك النتائج يتبين عدم تأثير عوامل النوع، التعليم، محل الإقامة على اتجاهات الجمهور نحو مواقع التواصل الاجتماعي، في حين كان متغير العمر مؤثراً، وهو ما يمكن إرجاعه إلى الطبيعة الخاصة لجمهور الانترنت ، الذي أغلبه من الشباب في المقام الأول، وهو ما يفسر تأثير متغير العمر في هذا الصدد.

الخلاصة ومناقشة النتائج:

نظراً لأهمية الأحداث التي مرت بها مصر بدءاً من ٣٠ يونيو وحتى الآن وتأثيرها على الوطن والمواطنين بكافة فئاتهم، ونظراً لفاعلية الفضائيات في التأثير على أفراد الجمهور ، وارتفاع نسبة مشاهدتها ، وبالنظر إلى الدور الهائل الذي تلعبه شبكة الإنترنت والمواقع الإلكترونية في إتاحة الفرصة للجمهور - ولاسيما الشباب - للتواصل وتبادل المعلومات والتعليقات والآراء بشأن الأحداث منذ ثورة يناير ومروراً بأحداث ٣٠ يونيو وحتى الآن - نظراً لكل ما تقدم - فقد جاءت فكرة هذا البحث الذي يهدف إلى الوقوف على اتجاهات الجمهور المصري نحو مصداقية وسائل الإعلام

التقليدية والجديدة عقب أحداث ٣٠ يونيو، وذلك في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، بهدف الخروج بمؤشرات حول مدى مصداقية وسائل الإعلام وتعاملها مع تلك الأحداث. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، ، وقد تم وضع مجموعة من الفروض التي تحقق أغراض البحث، وأجريت الدراسة على عينة عمدية ممن يستخدمون الإنترنت، قوامها ٤٠٠ مفردة من الذكور والإناث من المقيمين بمحافظة القاهرة والقليوبية، وتتنوع فئاتهم العمرية والتعليمية. وتم تصميم صحيفة الاستقصاء تتضمن مجموعة من الأسئلة التي تحقق أهداف الدراسة، بالإضافة إلى مقياس مستوي الكثافة لقياس كثافة استخدام كل من الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي ، كذلك قامت الباحثة بتصميم مقياس آخر مكون من مجموعة من العبارات الإيجابية والسلبية لقياس اتجاهات المبحوثين نحو التغطية الإخبارية بكل من الفضائيات المصرية ومواقع التواصل. وبعد تطبيق صحيفة الاستقصاء وتفرغ البيانات ومعالجتها إحصائياً والتحقق من فروض الدراسة، توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

١- متابعة أفراد العينة لأحداث ٣٠ يونيو وما بعدها بدرجة كبيرة تتفق مع أهمية الأحداث، حيث كانت "نعم" بنسبة ٧٠%، وكانت "إلى حد ما" بنسبة ٣٠%.

٢- بالرغم من أهمية القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات يتم الاعتماد عليه بدرجة كبيرة- كما أوضحت نتائج الدراسة الحالية وغيرها من الدراسات السابقة- إلا أن الفضائيات المصرية جاءت في مرتبة متوسطة من حيث المتابعة، وقد سبقتها في ذلك (القنوات الفضائية العربية) التي احتلت المرتبة الأولى، الأمر الذي يشير إلى انخفاض درجة مصداقية تلك القنوات المصرية لدى نسبة كبيرة من أفراد الجمهور، في حين احتل (الإنترنت) مرتبة متقدمة كمصدر للمعلومات عن الأحداث، (المرتبة الثانية) مما يشير إلى أهميته في استقاء المعلومات، الأمر الذي تم تفسيره في جزئية لاحقة بارتفاع درجة مصداقية تلك المواقع لدى معظم المبحوثين، مقارنة بدرجة مصداقيتهم بالفضائيات المصرية من حيث تغطيتها للأحداث، وذلك بالرغم من أن كلا من الفضائيات المصرية والانترنت حاز على درجة مصداقية متوسطة إلا أن نسبة من يعتقدون بالمصداقية المرتفعة لمواقع التواصل الاجتماعي أكبر منها فيما يتعلق بالفضائيات المصرية (٣، ٢٠%) مقابل (٥، ٨%).

٣- اتفقت النتائج مع إحدى فرضيات مدخل الاستخدامات والإشباعات والقائلة بأن جمهور وسائل الإعلام جمهور نشط، فقد تبين أن نسبة غير قليلة من المبحوثين يحاولون التأكد من المعلومة إذا وجدوا اختلافاً أو تعارضاً فيم يصلهم من معلومات من وسائل الإعلام.

٤- فيما يتعلق بتأثير وسائل الإعلام- تبين أن تلك الوسائل قد ساعدت نسبة كبيرة من المبحوثين على تكوين رأي بخصوص الأحداث السائدة.

٥- إن المصدقية مرتبطة لدى الجمهور بعدة عوامل في مقدمتها الموضوعية، وكذلك الاستقلالية والصدق والأمانة، وإن الجمهور يقيم الوسائل الإعلامية تقييماً سلبياً بسبب التحيز السياسي، والمبالغة والتوهيل، وعدم تناول الحقائق كاملة .

٦- توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام كل من الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي، وبين والاتجاهات نحو مصداقية هذه الوسائل كمصادر للمعلومات عن أحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها.

٧- أظهرت نتائج التحليل وجود فروق جوهرية بين مجموعات العينة من حيث اعتمادهم على كل من الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بأحداث ٣٠ يونيو، (باستثناء العمر ومحل الإقامة بالنسبة للفضائيات).

٨- كشفت نتائج التحليل الإحصائي (statistical analysis) وجود علاقة طردية بين سلوك المشاهدة لدى المبحوثين وبين الاتجاهات نحو الفضائيات، في حين كان الأمر مختلفاً بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي، فبالرغم من وجود فروق بين المبحوثين وفق لمتغيراتهم الديموجرافية واستخدامهم لمواقع التواصل، إلا أنه قد تبين عدم تأثير تلك العوامل على اتجاهات الجمهور نحو مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك باستثناء العمر الذي كان مؤثراً، وهو ما يمكن إرجاعه إلى الطبيعة الخاصة لجمهور الانترنت ، الذي أغلبه من الشباب في المقام الأول، وهو ما يفسر تأثير متغير العمر في هذا الصدد.

التوصيات:

١- ضرورة وضع وتطبيق ميثاق شرف إعلامي يسرى على جميع وسائل الإعلام - لا سيما الفضائيات المصرية- وهو السبيل إلى إصلاح حال الإعلام المصري، خاصة وأن معظم أفراد العينة قد أكدوا بشكل عام على أن " الفضائيات المصرية تشهد الآن أزمة في القيم والأخلاقيات المهنية" .

٢- يجب على الفضائيات المصرية اتباع قواعد المهنية، وفي مقدمتها إتاحة الفرصة لكافة الآراء للتعبير، وهو ما أكدت عليه نسبة كبيرة من المبحوثين، كذلك من الهام والضروري التزام الصدق والموضوعية وعدم الكيل بمكيالين عند تناول الموضوعات، وألا تتحول إلى طرف في الصراع السياسى فى مصر، وهو الأمر الذي رآه المبحوثون ضروريا لأي وسيلة تحرص على الاحتفاظ بجمهورها، كذلك يجب أن يكون هناك شعور بالمسئولية لدى القائمين بالإتصال فى الفضائيات المصرية، وعدم اللجوء إلى المبالغة والتهويل عند عرض أي موضوع، وأن تتوفر لديه الأمانة فى نقل الأخبار والموضوعات .

٣- على الجمهور ألا ينساق إلى المعلومات المضللة أو غير المنطقية ، والتي لا تتسم بالدقة، أو التي يشعر بأنها غير موضوعية، بل على الجمهور الواعي أن يدقق ويتحقق من أي معلومة تصله لا سيما وأن العديد من وسائل الإعلام لها أجنداث سياسية تتماشى مع أهدافها، وتحقق مصالحها، ومن ثم فهي تحيد عن الحقيقة إذا تعارضت مع تلك المصالح.

٤- توصي الباحثة بإدخال مصطلح "Media Education" في المؤسسات التعليمية وهو يعني التربية الإعلامية، أسوة بالدول المتقدمة ، وذلك بهدف إكساب الطالب مهارة نقد المضمون الإعلامي الذي تقدمه وسائل الإعلام، وتعليمه قواعد النقد السليم، ومن ثم يستطيع الحكم الصحيح على المضمون الاتصالي، ويستطيع تكوين رأي صائب على أساس سليم وموضوعي، بعيدا عن التحيز وعدم الموضوعية.

مصادر البحث ومراجعته:

(١) من هذه الدراسات على سبيل المثال لا الحصر:

- سمية عرفات (٢٠١١)، العلاقة بين استخدام الجمهور المصرى للقنوات الفضائية والانترنت خلال ثورة ٢٥ يناير، والتاثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية - " دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصرى"، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام** ، مركز بحوث الرأى العام، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ،المجلد ١٠، العدد ٣، يناير/ يونيو ٢٠١١ .

- الهام يونس (٢٠١٠)، العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية الإخبارية العربية ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية لدى الجمهور المصرى واتجاهاته نحوها، رسالة **دكتوراة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة.

- نهى عاطف العبد (٢٠٠٩)، اعتماد الجمهور العربى على القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية فى أوقات الأزمات، بالتطبيق على أزمة العدوان الإسرائيلى على غزة، بحث مقدم إلى مؤتمر "وسائل الاعلام الجديدة وآفاق المستقبل"، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإتصال.

- اتحاد الإذاعة والتلفزيون (٢٠٠٨)، **استخدامات الجمهور المصرى للقنوات الإخبارية**، دراسة غير منشورة، القاهرة، اتحاد الإذاعة والتلفزيون.

- محمد هلال محمد سيد(٢٠٠٧)، دور القنوات الفضائية فى إمداد الجاليات العربية فى مصر بالمعلومات السياسية، رسالة **ماجستير**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة.

(٢) من هذه الدراسات على سبيل المثال لا الحصر:

- حسن اللقان (٢٠٠٨)، اعتماد الجمهور على القنوات التلفزيونية الفلسطينية أثناء الأزمات، رسالة **ماجستير**، القاهرة، جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية.

- هبة شاهين (٢٠٠٦)، اعتماد الشباب الجامعى على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية للحصول على المعلومات السياسية، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، المجلد السابع، عدد يناير - يوليو، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

- عبد العزيز محمد (٢٠٠٤)، استخدامات الجمهور في مملكة البحرين لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة.

(3) Richard West & Lynn Turner (2010), **Introducing communication theory**, New York, Mc Graw Hill., pp 404-405.

(4) <http://en.wikipedia.org/wiki/media-system-dependency>

(٥) خالد صلاح الدين (٢٠٠١)، دور التليفزيون والصحف في تشكيل معلومات وإتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية ، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، ص ٥.

(6) Joy C. Gordon (2009), **A tola of two hurricanes: crisis communication and media dependency as a predictor of evacuation behavior** in southeast Lousiana Hurricanes, Katrina and Gustave Kansas State Univ., Nat. Comm. Emacitation Chicago, on: <http://all academic.com>, Oct 2011.

(٧) حسن عماد (٢٠٠٥)، الإعلام ومعالجة الأزمات، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ص ص ١٤٥-١٤٨.

(8) Kzker Keith & Cruchz Christopher (2004), **Television production**, London, Libraries Unlimited, pp 87-88.

(9) Flanagin, A. & Metzger, M. (2000. Autumn), Perceptions of Internet information credibility, **Journalism & Mass Communication Quarterly**, 77(3). PP:515-540.

(١٠) مي العبد الله، دور الإعلام الفضائي العربي في "الثورات العربية"، على الشبكة العنكبوتية:

http://www.philadelphia.edu.jo/arts/17th/day_two/session_six/mai.doc

(١١) شحاتة عوض، الإعلام المصري بعد ٣٠ يونيو: أزمة بنيوية أم مرحلة عابرة؟ تقارير مركز الجزيرة للدراسات على الشبكة العنكبوتية:

<http://studies.aljazeera.net/mediastudies/2014/02/201422011239377163>

(١٢) محمد شومان: كيف تعامل الإعلام مع الثورة، الأهرام الرقمي.

- (13) Moody, Kim E. (Aug 2011), Credibility or Convenience? Political information choices in a media-saturated environment, **Media International Australia (8/1/07-current)**, 140.35-46.
- (14) Feighery Glen (Apr-Jun 2011), Conversation and Credibility: Broadening Journalism Criticism Through Public Engagement, **Journal of Mass Media Ethics**, 26(2). 158-175.
- (15) Tewksbury, David; Jensen, Jakob & Coe, Kevin, (April 2011). Video News Releases and the Public: The Impact of Source Labeling on the Perceived Credibility of Television News. **Journal of Communication**, 61(2). 328-348.
- (16) Joy C. Gordon (2009), **op.cit.**
- (17) Tivana Kitt (2009), **A dependency model of mass media**, a research paper on: [www.Mightystudents.com/essay/dependency.model.mass, 109492#](http://www.Mightystudents.com/essay/dependency.model.mass,109492#)
- (18) Richard West& Lynn Turner (2010), **Introducing Communication Theory**, New York, McGraw Hill., pp. 403-404.
- (19) Kevin Williams (2003), **Understanding media theory**, New York, Oxford Univ., Press Inc, p.167.
- (20) Tcyrone H. Gold (2004), September 11th 2001: An individual media dependency perspective, **MA**, Fac. Brigham Young Univ., Dept. of Comm., pp.12-14.
- (21) Jack Rosenberry & Lauren A. Vicker (2009), **Applied mass communication theory. A guide for media practitioners**, USA: Pearson edu. Inc., pp 127-129.
- (22) Little John S. W.(1999), **Theories of human communication**, 6th ed., **Albuquerque**, NM: Wassworth Pub., pp 351-354.

(23) Sharon Wilson; P. Leong; C. Nge & N. Miang Hong (2012), **Trust and credibility of Urban Youth on on line news media**, Malaysia, J. Comm., 27(2), pp. 97 – 120.

(٢٤) سمية عرفات (٢٠١١)، مرجع سابق.

(٢٥) الهام يونس (٢٠١٠)، مرجع سابق.

(٢٦) عبد الحكيم عبد الله مكارم (٢٠٠٩)، دور وسائل الإعلام فى تكوين الوعى السياسى لدى الشباب الجامعى: دراسة ميدانية على طلاب الجامعات اليمنية، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة: جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات العربية.

(٢٧) إتحاد الإذاعة والتلفزيون (٢٠٠٨)، مرجع سابق.

(28) Westgate Christopher (2008), **Op. Cit.**

(29) Daniel Riffe, Stephen Lacy & Mirton Varohakis (2008), Media system dependency theory and using the internet for in-depth, specialized information, On:

http://www.scripps.ohiou.edu/wjmcr/vol_11/11-b,htm/#section

(٣٠) أميرة النمر (٢٠٠٧) إعتقاد المراهقين السعوديين على وسائل الإعلام فى المعرفة بالقضايا المحلية والعربية والعالمية، دراسة مقارنة بين الوسائل التقليدية والحديثة، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع، ص ٢٣٥ - ٣٢١.

(٣١) محمد هلال محمد سيد (٢٠٠٧)، مرجع سابق، ص ٧.

(٣٢) هبة شاهين (٢٠٠٦)، مرجع سابق.

(٣٣) منى الحديدى، عاطف العبد، و أيمن منصور (٢٠٠٦)، إستخدامات الشباب العربى للقنوات الفضائية وتأثيراتها فيهم، القاهرة: جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية.

(٣٤) سامية الدسوقي (٢٠٠٥)، دور التلفزيون فى إمداد المرأة المصرية بالمعلومات البيئية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة.

(٣٥) أحمد فاروق (٢٠٠٥)، إعتقاد الجمهور على شريط الأخبار كمصدر للأخبار والمعلومات، المؤتمر العلمى الأول للأكاديمية الدولية للعلوم والإعلام "الفضائيات العربية ومتغيرات العصر"، الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص ٣١١-٣٤٢.

(٣٦) عادل عبد الغفار (٢٠٠٥)، تقويم الأداء المهنى للقنوات الفضائية الإخبارية فى ضوء آراء عينة من النخبة الإعلامية المصرية، المؤتمر العلمى الأول للأكاديمية الدولية للعلوم والإعلام "الفضائيات العربية ومتغيرات العصر"، الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص ٣٤٣-٣٨٦.

(37) DeWaal. N (2005), **op.cit.**

(38) Miller, K.(2005), Communication theories: perspectives, processes, and context, 2nd ed, New York, McGraw Hill, pp 250-251.

(39) Kaye, A. K. & Johnson, T. J.(2004), A web for all reasons: uses and gratifications of internet components for political information, Telemetric and Informatics, 21, pp 197-223.

(٤٠) عبد العزيز محمد (٢٠٠٤)، مرجع سابق.

(٤١) مها الطرابيشى، و عبد العزيز السيد (٢٠٠٤)، تأثير التعرض للقنوات الفضائية العربية الإخبارية على الثقافة السياسية للجمهور، *المجلة المصرية لبحوث الرأى العام*، المجلد الخامس، العدد الثانى، يونيه - ديسمبر، ص ١٩١-٢٣٠.

(٤٢) ماهيناز رمزى (٢٠٠٣)، التأثيرات المعرفية لإعتقاد الشباب الجامعى على القنوات الفضائية الإخبارية كمصدر للمعلومات، *مجلة الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة المنيا*، عدد (٤٧)، يناير، ص ٨٧ - ١٣٤.

(٤٣) وليد فتح الله بركات (٢٠٠٣)، إعتقاد الشباب الكويتى على وسائل الإعلام فى المعرفة بالقضايا العربية والدولية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد ١٨، يناير - مارس، ص ٧٣-١٢٧.

(٤٤) محمد عبد الوهاب الفقيه (٢٠٠٢)، العلاقة بين الإعتقاد على القنوات التليفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية، مرجع سابق.

(٤٥) عبير حمدى (٢٠٠١)، دور الإنترنت والراديو والتلفزيون فى إمداد الجمهور المصرى بالمعلومات فى إطار نظرية فجوة المعرفة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة.

(46) Dans, N. (2000). op.cit.

(٤٧) سامى طابع (٢٠٠٠)، إستخدامات الإنترنت فى العالم العربى: دراسة على عينة من الشباب العربى، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع، ص ص ٣٥-٦٧.

(48) Papacharissi, Zizi & Rulsin, Alan (2002), Predictors of internet use, J. Broadcasting & Electronic media, Vol (44), No. 2, pp 175-194.

(49) Tewksbury, D. & Althaus, S. (2000. Autumn). "Differences in Knowledge Acquisition among Readers of the Paper and Online Versions of a National Newspaper". Journalism Mass Communication Quarterly. 77(3). pp:457-479.

(50) Stempel, G., Hargrover, T. & Bernt, J. (2000. Spring) "Relation of Growth of use of the internet to changes in media use from 1995 to 1999". Journalism & Mass Communication Quarterly. 77 (1). Pp:71-79.

(51) Flanagan, A.& Metzger, C. (2013), Credibility and digital media, Cambridge, MIT Press.

(52) Sharon Wilson; P. Leong; C. Nge & N. Miang Hong (2012), op.cit.

(53) Guy Golan & Sherry Backer (2012), Perceptions of media trust and credibility among Morman College Students, J. of Media and Religion, 11:31-43, Taylor & Francies Group, LLC.

(54) Brain Carroll & Randolph Richerdson (2011), Identification, transperence, interactivity: Towards a new paradigm for credibility for single-voice blogs, Inst. Of the Future of the book.

- (55) Steve Gue; Huang Yu; To Yiu Ming & Fanny Chan (2010), *Credibility, News Sources and readership: The case of Hong Kong audience*, David Lan Inst. For East-West Studies (LEWI), Working paper series, Paper No. 95, Hong Kong Baptist Univ.
- (56) Minjeong Kang (2010), *Measuring social media credibility: A study on a measure of blog credibility*, Inst. For Pub. Relation.
- (57) Davood Mehraki; Muhamed Sham Shakat Ali& Musa Abu Hassan (2010), *Research attention to the credibility of information sources*, **Media Ethics**, Spring, Vol. 21, No. 2.
- (58) Guy Golan (2010), **New perspectives on media credibility research**, available at: <http://abs.sagepub.com>
- (59) Davood Mehraki; Musa Abu Hassan & Muhamed Sham Shakat Ali (2009), *News media credibility of the internet and television*, Euro. J. Social Sci., 11,1.
- (60) Anis Rahman; Marium Akther; Mehdi Rageb; Nasrin Akter & Sabiha Gulshan(2009), *Credibility of TV news in Bangladesh: What really matters to the audience?*, **Conf. Ideas & Innovations for the Development of Bengaladesh: the next Decade**.
- (61) Soo Rich & Brain Hilligass (2008), *College student's credibility judgments in the information – seeking process*, The John D. & C. MacArthur Found. Series, Cambridge, MA, the MIT Press, pp.49 – 72.
- (62) Charmy Sabian (2007), **Credibility perceptions of TV and on line news**, Univ. South Florida, USA, On: <http://scholarcommons.usf.edu/etd/2347>
- (63) David Janes (2007), **Credibility on the internet: shifting from authority to reliability**, **J. Documentation**. On: [www. Emeraldinsight.com/0022-0418](http://www.emeraldinsight.com/0022-0418).

(64) Raijo Savolainen (2007), **Media credibility and cognitive authority: The case of seeking information**, *Info. Res.*, Vol. 12, No.3.

(٦٥) مها صلاح (٢٠٠٤): استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومي الإلكترونية على شبكة الإنترنت - دراسة تحليلية وميدانية . أطروحة ماجستير - قسم الصحافة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة .

(66) Johnson, T. & Kaye, B. (2004. Autumn): "Wag the Blog how reliance on traditional media and the Internet influences credibility perceptions of weblogs among blog users, **Journalism & Mass Communication Quarterly**, 81 (3). PP:622-642.

(67) Greer, J. (2003. Feb.) "Evaluation the Credibility of Online Information: a test of source and advertising influence, **Journal of Mass Communication & Society**, 9(1). Pp: 11-18.

(68) Kiouisis, S.(2001)" Public Trust or Mistrust? Perceptions of media in the information Credibility age, **Journal of Mass Communication & Society**, 4 (4).

(69) Rasha A. Abdulla; Bruce Garrison; Michael Salwen; Paul Driscoll & Denise Casey (2002), The credibility of newspapers, television news and on line news, **A paper presented to the Mass Com. & Society Division, Assoc. for Edu.in Journal. And Mass.**

(70) Flanagan, A.& Metzger, M. (2000. Autumn) Perceptions of Internet information credibility, **Journalism & Mass Communication Quarterly**, 77(3). PP:515-540.

(71) Stempel, G., Hargrover, T. & Bernt, J. (2000, Spring), **op.cit.**

(72) Sundar, S. (1999. Summer) "Exploring Receivers' Criteria for perception of print and online news", **Journalism & Mass Communication Quarterly**. 76 (2), Pp: 373-386

(73) Johnson, T. & Kaye, B. (1998. Summer) "Cruising is believing? Comparing Internet and Traditional Sources on Media Credibility Measures", **Journalism & Mass Communication Quarterly**, 75 (2), PP:325-340.

(74) Sundar, S. (1998. Spring), "Effect of Source Attribution on Perception of Online News Stories", **Journalism & Mass communication Quarterly**, 75(1). PP:55-68.

(٧٥) عزة عبدالعزيز عبداللاه (١٩٩٦)، "مصدقية الصحافة المصرية القومية والحزبية". دراسة للمضمون والقائم بالاتصال والجمهور خلال حقبة التسعينات، رسالة دكتوراه، قسم الصحافة بآداب سوهاج، جامعة جنوب الوادي.

(٧٦) من هذه الدراسات على سبيل المثال:

- سمية عرفات (٢٠١١)، مرجع سابق.
- إلهام يونس (٢٠١٠)، مرجع سابق.
- أميرة النمر (٢٠٠٧)، مرجع سابق.
- محمد هلال (٢٠٠٧)، مرجع سابق.
- هبة شاهين (٢٠٠٦)، مرجع سابق.
- منى الحديدى، عاطف العبد، و أيمن منصور (٢٠٠٦)، مرجع سابق.
- عبد العزيز محمد (٢٠٠٤)، مرجع سابق.
- مها الطرابيشى، وعبد العزيز السيد (٢٠٠٤)، مرجع سابق.
- ماهيناز رمزى (٢٠٠٣)، مرجع سابق.
- سامى طابع (٢٠٠٠)، مرجع سابق.

(77) Richard West& Lynn Turner (2010) **op.cit.** p.403.

(78) Wilson et al, (2012), **op.cit.**

(٧٩) سمية عرفات (٢٠١١)، مرجع سابق.

(80) Kang (2010), **op.cit.**

(81) Golan, (2010), **op.cit.**

(82) Anis et al, (2009), **op.cit.**

- (83) Mehraki et al, (2009), **op.cit.**
- (84) Golan& Backer, (2012), **op.cit.**
- (85) Mehraki et al., , (2009), **op.cit.**
- (86) Charmy & Sabigan, (2007), **op.cit.**
- (87) Flanagin, A.& Metzger, M. (2000), **op.cit.**
- (88) Golan, (2010), **op.cit.**
- (89) Kiouisis, S. (2001), **op.cit.**
- (90) Stempel, G., Hargrover, T. & Bernt, J. (2000), **op.cit.**
- (91) Johnson, T. & Kaye, B(1998), **op.cit.**
- (92) Wilson et al, (2012), **op.cit.**
- (93) Mehraki et al., (2010), **op.cit.**
- (94) Anis et al, (2009), **op.cit.**
- (95) Sundar, S. (1999), **op.cit.**
- (96) Raijo Savolainen (2007) ,**op.cit.**
- (97) Rasha A. Abdulla et al. (2002), **op.cit**
- (98) Flanagin & Metzger (2013), **op.cit.**
- (99) Rasha A. Abdulla et al.(2002), **op.cit.**
- (100) Kaye, B. & Johnson, T. (2004) ,**op.cit.**
- (١٠١) سمية عرفات (٢٠١١)، مرجع سابق.
- (102) Guy Golan, (2010), **op.cit.**
- (103) Mehraki et al (2009), **op.cit.**
- (104) Daniel Riffe, Stephen Lacy & Mirton Varohakis (2008), **op.cit.**
- (١٠٥) عادل عبد الغفار(٢٠٠٥)، مرجع سابق.
- (106) Kaye & Johnson (2004),**op.cit.**

- (١٠٧) مها عبد المجيد صلاح (2004)، مرجع سابق.
- (108) Johnson & Kaye, (2004), **op.cit.**
- (109) Greer, (2003), **op.cit.**
- (110) Guo et al, (2010), **op.cit.**
- (١١١) سمية عرفات (٢٠١١)، مرجع سابق.
- (١١٢) هبة شاهين (٢٠٠٦)، مرجع سابق.
- (113) DeWaal et al (2005), **op.cit.**
- (114) Chyi *et al*, (2002), **op.cit.**
- (115) Miller, K. (2005), **op.cit.**
- (116) Kaye, A. K. & Johnson, T. J. (2004), **op.cit.**
- (١١٧) عبير حمدى (٢٠٠١)، مرجع سلبق.