

مصادقية المواقع الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية وعلاقتها بالتنافر المعرفي

د. ابراهيم حسن المرسي التوام *

مقدمة

تشهد وسائل الإعلام في وقتنا الحاضر تطورات سريعة ومتلاحقة بشكل متزايد وغير مسبوق سواء في طريقة تقديم الرسالة الإعلامية أو محتواها من خلال (النصوص، الصور والرسوم، مقاطع الصوت والفيديو) ناهيك عن التفاعلية التي اتسم بها الإعلام الجديد. وفي ظل تعدد وتنوع وسائل الإعلام الجديد (مواقع إخبارية، نسخ إلكترونية لصحف مطبوعة، مدونات، منتديات، شبكات تواصل اجتماعي)، وسط كل هذا الزخم الإعلامي يجد المستخدم نفسه محاطاً بكم هائل من الأخبار تعددت مصادرها، وتنوعت أيولوجيات مالكي هذه المواقع، وتعددت مصالحهم مع الأنظمة السياسية، ومع المسؤولين التنفيذيين ومع النخبة وقادة الرأي. تزامناً مع سطوة السلطة التنفيذية وفرض وصايتها على الإعلام، والقيود الاحتكارية التي تمارسها المؤسسات الإعلامية الكبرى، ومتطلبات التسويق الإعلاني فمن يضمن للجمهور التزامها بالمصادقية في كل ما ينشر؟

إن من أبجديات دراسة الإعلام التي يتعرض لها دارسوه أنه نشاط اتصالي يهدف إلى تزويد الجمهور بالأخبار الصحيحة، والمعلومات الدقيقة، والحقائق الثابتة، بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى الجمهور، مما يساهم في تنوير الرأي العام. وبالتالي يفترض في أي رسالة اعلامية أن تتسم بالمصادقية حتى تقوم وسائل الإعلام بدورها الايجابي ومسؤوليتها نحو المجتمع.

وهناك مجموعة من المعايير من الضروري توفرها لتوافر المصادقية الإعلامية وأهمها التزام الحيادية والموضوعية. ومن الطبيعي أن تتظاهر كل وسيلة إعلامية بمساحة واسعة من الحيادية كشرط مهم لكسب ثقة القارئ، كما أن الموضوعية في الإعلام ليست مطلوبة لذاتها بقدر ماهي ضرورة إعلامية. وعليه فإن التعاطي مع مفهوم الحيادية والموضوعية كأمر نسبي وليس مطلقاً، خاصة وأن الإعلام يتعامل مع الجهاز الإدراكي للإنسان أكثر من التعامل مع قلب الإنسان في معركة الحصول على ثقته، فالرسالة الإعلامية تخوض حرباً مع قناعة الجمهور المعرفية

* مدرس بقسم الصحافة بكلية تكنولوجيا الإعلام – جامعة سيناء.

والفكرية، حيث أن ذهنية الجمهور هي التي تقرر درجة الوثوق بالحقيقة التي تحملها هذه الوسيلة الإعلامية أوتلك¹. فالمصداقية تشكل محدداً هاماً ورئيسياً لمدى اعتماد الجمهور على مصادر معينة تبعاً لثقته في مصداقيتها².

وقد شهدت السنوات الماضية تراجعاً في مصداقية وسائل الاعلام بمختلف دول العالم، فلم يكن الواقع العربي فقط هو الذي يحمل اتهاماً صريحاً للاعلام العربي في مصداقيته، واهتزاز ثقة عند الجمهور وبمختلف فئاته، بل إن المجتمعات المتقدمة تعاني القضية نفسها، ومن ثم فقد حذر خبراء الاعلام من خطورة تراجع هذه المصداقية على اعتبار أن ذلك يمثل تهديداً لدور هذه الوسائل في حماية مصالح المجتمع³.

إن التحدي الذي تواجهه المواقع الإخبارية يتمثل في السرعة التي تنتشر بها الأخبار (في محاولة تحقيق سبق)، وفي ظل المنافسة الشديدة بين مختلف وسائل الإعلام بصفة عامة والمواقع الإخبارية وبعضها البعض على نحو خاص. حيث تتسابق المواقع الإخبارية في جذب الجماهير من خلال التغطية الفورية للأحداث، ومعايشة القراء لها أولاً بأول، كما تواجه وسائل الإعلام تحدياً آخر يتمثل في أزمة ثقة القراء فيها، بسبب عدم تحري الدقة في نشر الأخبار بسبب ضغوط المنافسة والسبق في نشر الأخبار، لدرجة قد تصل لنشر الخبر دون التأكد منه ثم تعديله بعد ذلك أو نفيه إذا ثبت عدم صحته.

أولاً: مشكلة الدراسة

نظراً لتنامي حجم مستخدمي وسائل الإعلام الجديد، وتزايد استخدامهم اليومي للحصول على الأخبار، ويقابله تعددية في الوسائل والتطبيقات إنعكس ذلك على زيادة كمية الأخبار المنشورة بالمواقع الإخبارية وتزايد مستوى التطوير مضموناً وتقديماً، حيث أصبح لكل صحيفة مطبوعة نسخة الكترونية، أو بوابة إخبارية على شبكة المعلومات الدولية، بالإضافة لتقديم خدمة إخبارية عبر الرسائل النصية للهواتف المحمولة وتطبيقاتها، وحتى المحطات التليفزيونية دخلت مضمار المنافسة، وأنشأت مواقع الكترونية من أجل نيل ثقة المشاهدين وتلبية احتياجاتهم، ودخلت شبكات التواصل الاجتماعي المنافسة في نشر الأخبار، وبذلك يجد الفرد نفسه محاطاً بعدد كبير من الوسائل الإعلامية، التي يتنوع نمط ملكيتها، وتختلف سياسياتها التحريرية، فضلاً عن كم هائل من الأخبار التي تتعدد مصادرها، لدرجة أنه قد يجد الخبر ونقيضه، إلا أن جمهور الوقت الحالي هو جمهور نشط يمتلك العديد من البدائل، والخيارات التي يستطيع من خلالها المقارنة بين المصادر الإخبارية، ومن ثم إختيار الوسيلة الإعلامية التي يثق فيها، ولا يمكن إنكار التوجه الأيديولوجي للفرد في إختيار

الوسائل التي تتناسب مع توجهاته. كل ذلك أثار تساؤلات كثيرة حول مدى المصادقية التي تتمتع بها المواقع الإخبارية. وهي حقيقة تقع بين طرفي المقصلة: تعددها من جهة وسعيها لتحقيق السبق من جهة أخرى.

ويمتلك كل فرد نسفاً معرفياً خاصاً به، كونه لذاته من خلال مراحل عمره المختلفة حتى أصبحت معياراً للحكم على الأشياء، يستعين به في تكوين أرائه واتخاذ قراراته، ولكن التساؤل المهم الذي تطرحه هذه الدراسة ماذا لو واجه الفرد مجموعة من الأخبار تتعارض مع نسقه المعرفي ومخزون خبراته؟ فقد تكون هذه الأخبار صحيحة، وقد تكون غير ذلك. فتعرض الفرد لمجموعة من الرسائل الإعلامية التي تتضمن معلومات وآراء وأفكار ورؤى ذات طبيعة مختلفة تصل في كثير من الأحيان إلى التناقض مما قد يترتب عليه خلق تشويش وعدم وضوح وتناقض وقلق لدى الجمهور، قد يصاحبه صراع بين النسق المعرفي لديه وما يتم استقباله من معلومات وأخبار. وهذا الشعور بالتناقض يعد دافعاً ومحركاً أساسياً لإعادة التوازن (الاتساق) المعرفي لدى الفرد. ويعد الاعتماد على وسائل الإعلام ومدى الثقة فيها غاية في الأهمية خاصة عندما يتعرض الأفراد لمعلومات متضاربة حول الأحداث المختلفة من خلال التعرض للعديد من المضامين الإعلامية في وسائل الإعلام⁴.

وفي ظل المنافسة الشديدة من جانب وسائل الإعلام وطبيعة الأحداث التي تتميز بالسرعة في التغطية الإخبارية، أصبحت دراسة معايير مصادقية وسائل الإعلام لدى الجمهور ذات أهمية بالغة في الوقت الراهن⁵.

وفي ضوء ما سبق يمكن تحديد مشكلة الدراسة في الكشف عن درجة مصادقية المواقع الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية، وتقييمهم لمدى توافر المعايير المختلفة ومؤشراتها لمصادقية هذه المواقع، واختبار العلاقة بين مصادقيتها ومعدل استخدام النخبة لهذه المواقع. وعلاقته بدرجة التنافر المعرفي للنخبة.

إن إدراك الأفراد لمصادقية الوسيلة الإعلامية يرتبط إيجابياً مع إنتقائهم لوسيلة إعلامية دون أخرى كما يزيد من فاعلية ونجاح وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الأفراد، بل وتشكيل وصياغة الواقع الاجتماعي. لذا غنيت الدراسة الحالية بقياس مؤشرات معايير مصادقية المواقع الإخبارية كما تراها النخبة الأكاديمية المتخصصة وغير المتخصصة. من خلال مقياساً للمصادقية من اعداد الباحث. ودراسة علاقتها بدرجة التنافر المعرفي لديهم.

ثانياً أهمية الدراسة

- 1- تأتي أهمية هذه الدراسة من كونها تهتم بقضية أثارت الجدل بين الممارسين للعمل الإعلامي والباحثين الإعلاميين، وهي مصداقية وسائل الإعلام بوجه عام ومصداقية المواقع الإخبارية بوجه خاص، حيث تعتبر المصداقية من أساسيات العمل الإعلامي، وتعتبر دراستها مطلباً أساسياً، وفي ضوء عدم التزام المواقع الإخبارية بمؤشرات المصداقية، وتقديم الحقيقة للجمهور كما هي دون تحريف لينتقل وعيهم بالأحداث، ويتحقق الوعي الصحيح والادراك السليم لقضايا المجتمع وبالتالي وجود رأي عام صحيح وسليم يحافظ على تماسك المجتمع.
- 2- تهتم هذه الدراسة باستقصاء رأي النخبة الأكاديمية بالمجتمع وهو بعد يعطى الدراسة أهمية كبيرة، نظراً للمستوى العلمي والثقافي لديهم، والذي يمكنهم من التقييم الدقيق لأبعاد الدراسة، خاصة أن الدراسة تبحث في قضية المصداقية، ودرستها تحتاج لأصحاب فكر وثقافة وقدرة على الحكم والتقييم والتفحص، كما أن لديهم قوة تأثير في الرأي العام، وقادرين على الشرح والتفسير والتحليل للقضايا وتقديم النصح والارشاد والتوجيه.
- 3- دراسة درجة التنافر المعرفي لدى النخبة في ظل تعرضهم في بعض الأحيان لأخبار قد تتعارض مع نسقهم المعرفي، وفي حدود علم الباحث لم يتم دراسة التنافر المعرفي لجمهور وسائل الإعلام عامة والمواقع الإخبارية خاصة.
- 4- تسعى الدراسة لوضع مقياس لمعايير المصداقية يمكن الاحتكام إليه لقياس درجة مصداقية المواقع الإخبارية.

ثالثاً: أهداف الدراسة

- تسعى الدراسة لرصد معدل تصفح النخبة الأكاديمية للمواقع الإخبارية ودرجة المصداقية ومدى توافر مؤشراتهما في المواقع الإخبارية وعلاقتها بدرجة التنافر المعرفي، ولتحقيق هذا الهدف لا بد من تحقيق مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل فيما يلي:
- 1- التعرف على درجة ومعدل تصفح النخبة للمواقع الإخبارية.
 - 2- تحديد المواقع الإخبارية التي تتابعها النخبة الأكاديمية ودرجة مصداقيتها.
 - 3- التعرف على كيفية دخول النخبة للمواقع الإخبارية؟ وما تقوم به عند متابعة المواقع؟
 - 4- الكشف عن أولوية الوسائل الإعلامية لدى النخبة كمصدر للمعلومات.

- 5- رصد تقييم النخبة لمعايير المصداقية ومؤشراتها للمواقع الإخبارية.
- 6- معرفة درجة أهمية توافر عناصر المصداقية في مصداقية المضمون الخبري للمواقع الإخبارية.
- 7- الكشف عن موقف النخبة من الموضوعية والحيادية بالنسبة لوسائل الإعلام.
- 8- رصد السلوك الذي تقوم به النخبة للتأكد من صحة الأخبار التي يتابعونها على المواقع الإخبارية.
- 9- الكشف عن موقف النخبة من الأخبار التي تتعارض أو تتفق مع توجهاتهم الأيديولوجية.
- 10- معرفة أسباب عدم التزام بعض المواقع الإخبارية بالمصداقية.
- 11- قياس درجة التنافر المعرفي لدى النخبة الأكاديمية وعلاقته بمصداقية المواقع الإخبارية.
- 12- رصد العلاقة بين المتغيرات الديموجرافية للنخبة ومصداقية المواقع الإخبارية.

رابعاً: الدراسات السابقة

- قام الباحث باستعراض التراث العلمي المرتبط بموضوع الدراسة ومحاوره المختلفة، وتم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين هما :
- المحور الأول : دراسات تتناول مصداقية الصحف والمواقع الإخبارية على الشبكة الدولية للمعلومات.
 - المحور الثاني: دراسات تتناول علاقة النخبة بوسائل الإعلام .

أ- المحور الأول: دراسات تتناول مصداقية المواقع الإخبارية

- 1- دراسة سارة شوقي المقدم⁶ 2016 اهتمت بأنماط استهلاك الأخبار والمعلومات عبر تطبيقات الهاتف الخليوي الذكي، وكيفية تقييمهم لمصداقية الأخبار والمعلومات التي تصلهم عبر تطبيقات الهاتف، واعتمدت على نظريتي الشبكات الاجتماعية ونشر المستحدثات، مستخدمة المنهج المسحي وشبه التجريبي، وتوصلت إلى أن الجمهور يفضل استخدام تطبيقات الهاتف الخليوي للحصول على الأخبار بسهولة وسرعة استخدامها، إلا أنهم لا يرونها ذات مصداقية مرتفعة.

2- دراسة **Matt CarlsonBob Franklin & 2016** ⁷ هدفت الدراسة للتحقق من أربعة أهداف رئيسية منها تحقيق مستوى من التفاعل مع 15 مصدر من مصادر المعلومات السياسية، وتحديد درجة الاعتماد على كل من هذه المصادر، وتقييم إدراك مصداقية هذه المصادر. وتشمل هذه المصادر شبكة المواقع الاجتماعية، وتويتر، وتطبيقات الهاتف المحمول. واختبار العلاقة بين درجة التفاعل ودرجة الاعتماد على المصادر. وتوصلت الدراسة إلى أن مصداقية المصادر تراوحت من معتدلة إلى مصداقية عالية. بالنسبة لدرجة الاعتماد أشار لمصداقية 14 من 15 مصدرا بالمقارنة مع التفاعل الذي أشار لمصداقية فقط 9 من 15 مصدرا. التفاعل مع مصادر (مثل تويتر ووسائل الإعلام الاجتماعية، البرامج الحوارية الإذاعية) تتمتع بقوة مصداقية أكبر من التفاعل مع مصادر (مثل سي إن إن، والمواقع السياسية).

3- دراسة **Eun Go and others 2016** ⁸ بحثت الدراسة في دوافع الأفراد لاستخدام الإنترنت، وإدراكهم لمصداقية المعلومات على الإنترنت والثقة في الصحافة، وارتباط دوافع محددة (البحث عن المعلومات، العلاقات الاجتماعية، والترفيه) مع استخدام البوابات على شبكة الإنترنت، والمواقع الإخبارية، ومواقع الشبكات الاجتماعية. وأشارت النتائج استخدام المواقع الإخبارية يؤثر بشكل خاص على إدراك المستخدمين من مصداقية المعلومات على الإنترنت، وكذلك الثقة في الصحافة. وكشفت عن وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين إدراكهم لمصداقية المعلومات على الإنترنت والثقة في الصحافة.

4- دراسة **سماح الشهاوي 2015** ⁹ سعت للكشف عن درجة مصداقية الصحف الإلكترونية المصرية لدى الشباب المصري، وتقييمهم للأبعاد المختلفة لمصداقية هذه الصحف، واختبار العلاقة بين مصداقية الصحف الإلكترونية واستخدام الشباب لهذه الصحف. اعتمدت الباحثة على عينة عمدية من الشباب المصري يبلغ قوامها 200 مفردة، وتوصلت إلى الصحف الإلكترونية تتسم بمصداقية متوسطة فقد جاءت في الترتيب الأول بنسبة 58%، وعدم وجود علاقة دالة احصائيا بين معدل استخدام الصحف الإلكترونية ودرجة مصداقيتها، وأيضا بين المتغيرات الديموغرافية (النوع- الوظيفة- نوع التعليم) وبين مصداقية الصحف الإلكترونية.

5- وسعت دراسة **أحمد على 2015** ¹⁰ لمعرفة اعتماد الشباب على المواقع الصحف الإلكترونية السورية أثناء الأزمة السورية وعلاقته بادراكهم لمصداقيتها، والوقوف على أهم العوامل المؤثرة على مصداقية مواقع الصحف الإلكترونية

لدى المبحوثين، تطبيقاً على عينة عشوائية من الشباب السوري. وخلصت الدراسة إلى أن الفورية من أهم العوامل التي تزيد مصداقية الصحف الإلكترونية تلاها الدقة في نقل المعلومات، بينما جاءت العوامل المتعلقة بالتصميم في المراتب الأخيرة.

6- دراسة **Miriam & Andrew 2013**¹¹ تتناول هذه الدراسة كيف ولماذا غيرت بيانات الاتصال الرقمية المفاهيم التقليدية للثقة؟ وتعرض البحوث التي تبحث في كيفية جعل الجمهور يصدر أحكاماً حول مصداقية ودقة المعلومات التي يواجهونها على الإنترنت. وتركز على استخدام الاستدلال المعرفي في تقييم المصداقية. وتستخدم النتائج من الدراسات التي أجريت مؤخراً لتوضيح أنواع الاستدلال المعرفي التي الجمهور عند تحديد مصادر المعلومات على الثقة عبر الإنترنت. ووضع أجندة الأبحاث المستقبلية تؤكد على الحاجة إلى فهم أفضل لدور وتأثير الاستدلال المعرفي في تقييم مصداقية المحتوى على الإنترنت.

7- **مني هاشم 2012**¹² هدفت إلى التعرف على مدى المصداقية التي يوليها الجمهور للصحافة الإلكترونية بأبعادها المختلفة بالتطبيق على عينة عمدية من مستخدمي المواقع الإلكترونية قدرها 400 مفردة، وتوصلت إلى التزام الصحيفة بأخلاقيات المهنة وسمعتها يؤثر على ثقة الجمهور بنسبة 58%، بينما من عوامل مصداقية المواقع الإلكترونية (التحديث المستمر والسرعة والفورية في نقل الخبر- وجود الفيديو والصور الخاصة بالخبر. وأكدت الدراسة على حرص الجمهور على تحرى مصداقية الأخبار والمعلومات من مصادر أخرى.

8- دراسة **محمد سعد أحمد (2010)**¹³ تهدف إلى الكشف عن التحيزات الأيديولوجية في التغطية الإخبارية وآليات التحيز البنائي المستخدمة، ومدى توظيف الأطر الخيرية في تشكيل الأخبار وتوجيهها، وتوصلت إلى ارتفاع معدل تشكيل الأخبار والانحراف بالتغطية الإخبارية من خلال التأطير، أو التجهيل، أو تقديم القصص الإخبارية في سياق متميز، أو عرض الادعاءات على أنها فرضيات وحقائق مؤكدة.

9- وبالنسبة لمصداقية الإنترنت نجد أن دراسة **حنان سليم (2010)**¹⁴ قد أوضحت في دراستها أن المجال البحثي المهم بدراسة مصداقية الإنترنت لدى الجمهور جاء في الترتيب الرابع بالنسبة للاتجاهات الحديثة في دراسات وبحوث علاقة الجمهور بالإنترنت، وأن هذه الدراسات تهتم بدراسة مصداقية الإنترنت بشكل عام لدى الجمهور، أي من حيث مدى الثقة في شبكة الإنترنت وما تقدمه بشكل

عام، دون أن يتم الربط بين قياس المصداقية في شبكة الإنترنت وما يتعلق بمصداقية المواقع الإخبارية، أو مصداقية الصحف الإلكترونية أو المدونات.

10- وكذلك أظهرت نتائج الدراسة التجريبية للباحث **Thorson (2010)**¹⁵ التي أجريت عن مدى تأثير السياق الذي تعرض فيه القصص الإخبارية في الحكم على مصداقيتها ، وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين السياق أو الموقع الذي يعرض فيه أخبار الصحف والمصداقية أي أن الموقع أو المدونة الإلكترونية تؤثر في إدراك مدى مصداقية الأخبار المنشورة سلفاً في وسائل الإعلام.

11- أما دراسة **Dochterman & Stamp (2010)**¹⁶ التي رصدت كيفية حكم مستخدمي الإنترنت على مصداقية المواقع الإلكترونية أشارت نتائجها إلى أن الحكم على مصداقية هذه المواقع يتم من خلال عدة عوامل مثل السلطة وتصميم الصفحة ودافع المستخدم والمحتوى والتاريخ والمهنية ومدى سهولة استخدام الموقع والمعتقدات الشخصية .

12- وهدفت دراسة **غاده عبد التواب اليماني 2010**¹⁷ للوقوف على مصداقية الأخبار المحلية في الصحف المصرية، وتؤكد نتائج الدراسة الحالية أن الجمهور العام من قراء الصحف والمواقع الإخبارية على الإنترنت لديهم القدرة على تقييم مصداقية الأخبار في هذه الصحف، وتطرح النتائج مؤشرات بالغة الأهمية، وهو تفوق المصري اليوم على الأهرام والوفد من حيث مصداقية الأخبار المنشورة بها لدى جمهور القراء. كما كشفت الدراسة وجود عدة عوامل تحدد مصداقية الأخبار أهمها ملاحقة الأحداث الجارية و الأداء المهني المحترف، وموضوعية النشر الصحفى، والإنتشار الإعلامى، والثقة.

13- وجاءت دراسة **عثمان بن محمد العربي 2009**¹⁸ لتسعى ل دراسة الجمهور السعودي المستخدم لشبكة الإنترنت. وفيما يخص استخدام المبحوثين للإنترنت للتزود بالأخبار، تلاه الترفيه يأتي في المرتبة الثانية، وكشفت أيضا أن أخبار التلفزيون تحظى بمصداقية عالية في إثنا عشر بعداً من أبعادها (المصداقية عالية لدى الجمهور ما عدى بعدي العدل والتحيز) ويلى ذلك الإذاعة حيث تحظى بمصداقية عالية في خمسة أبعاد هي السمعة والخبرة والأنية والتفاعلية والسمعة الجيدة والإخبارية. وتكشف الدراسة عن تدني عام في المصداقية التي يقدرها جمهور المتصفحين لكل من الإذاعة والصحافة والإنترنت.

14- ونجد أن دراسة **حنان أحمد سليم 2008**¹⁹ عُنيت بقياس عناصر مصداقية الأخبار في كل من الصحف، القنوات التليفزيونية والفضائية، والإنترنت

كمصادر للأخبار من وجهة نظر عينة من الجمهور الألماني. وكانت أهم النتائج: زيادة معدلات مصداقية التليفزيون على معدلات مصداقية الصحافة والإنترنت. كما أن الأكثر تعرضاً للمضمون الأخباري بوسائل الإعلام كانوا أكثر إدراكاً بأبعاد مصداقيتها، ومن أهم الصحف الألمانية الأكثر مصداقية صحيفة Frankfurter Allgemeine Zeitung ، وأرجع المبحوثون ذلك إلى أنهما يتميزان بمصداقية الكاتب والدقة والموضوعية في تناولهما للأحداث.

15- واهتمت دراسة **Neil Robjohn&Others (2008)**²⁰ بالعوامل المؤثرة على تقييم الأفراد لمصداقية الآراء والمعلومات التي يحصلون عليها من المنتديات الإلكترونية، وذلك من خلال التطبيق على عينة قوامها 154 مفردة من مستخدمي الإنترنت، وذلك في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. وتوصلت إلى وجود علاقة بين تقييم المبحوثين لمصداقية المصدر في المنتديات الإلكترونية ومصداقية الرسالة من حيث الدقة وفائدة المعلومات، وجاء الإنترنت في المرتبة الأولى من حيث اعتماد المبحوثين عليه كوسيلة موثوق بها.

16- وهدفت دراسة **Michael Karlsson (2007)**²¹ للتعرف على مدى تأثير فورية الأخبار على جودة المعلومات ودقتها، تطبيقاً على أربعة مواقع إلكترونية لصحف قومية سويدية، وتوصلت إلى أن الفورية لم تؤثر على جودة المعلومات، بل ساعدت الصحفيين على تدعيم التواصل مع القراء، وأن إمكانات الإنترنت تعطي الفرصة لتقديم تحديثات الأخبار بصورة مستمرة.

17- وفي دراسة **نانلة ابراهيم عمارة 2006**²² والتي هدفت الى التعرف على إدراك الجمهور لمدى تحيز وسائل الإعلام في عرض القضايا مثل قضية القضاة. واعتمدت على نظرية عدوانية وسائل الإعلام، مستخدمة منهج المسح من خلال استقصاء بالمقابلات الشخصية. أهم النتائج تحيزت وسائل الإعلام مع قضية حركة 9 مارس (استقلال الجامعات). كما تحيزت وسائل الإعلام للحكومة ضد قضية أزمة القضاة.

18- بينما اهتمت دراسة **(عزة عبدالعظيم 2006)**²³ باختبار مكونات مصداقية الأخبار في الصحف والتليفزيون والإنترنت، واستهدفت التعرف على مدى وجود اختلافات أو تشابه بين إدراك الجمهور لمصداقية الوسائل الحديثة في مقابل الوسائل التقليدية، وتحديد أهم العوامل التي تحكم تقييم مصداقية الوسيلة بين الجمهور. تكونت العينة العشوائية من 216 مفردة من الجمهور الإماراتي، إلى وجود ثلاثة عوامل تحدد مصداقية الوسائل الإعلامية وأهمها الاهتمام

بالمجتمع والثقة فى الوسيلة والحرفية فى الأداء الإعلامى. كما أشارت إلى وجود اختلافات بين الجمهور الإماراتى فى تقييمهم لمصداقية وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية كمصادر للأخبار. كما تفوقت الوسائل التقليدية على الوسائل الحديثة فى درجات الاعتماد والثقة كمصادر للأخبار.

19- وتبحث دراسة **عبد الملك الشهلوب (2005)**²⁴ عن العوامل المؤثرة على مصداقية الصحف السعودية لدى الشباب. حاولت الدراسة التعرف على أهم العوامل المؤثرة فى مصداقية الصحف السعودية من خلال استطلاع رأى عينة من الشباب السعودى بلغت 150 مفردة. كشفت الدراسة أن مصداقية الصحف السعودية لدى القراء من أفراد العينة قد ارتبطت سلبياً بعدد من العوامل أدت إلى فقدان الصحف السعودية لمصداقيتها لدى قرائها، وبالرغم من أهمية الدراسة إلا أنها أغفلت اختبار مكونات مصداقية الصحف السعودية لدى الجمهور.

20- سعت دراسة **وائل إسماعيل عبد البارى (2005)**²⁵ للتعرف على مصداقية المواقع الإخبارية على الإنترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصرى. أجريت الدراسة على عينة عمدية قوامها 250 مفردة من الجمهور المصرى ممن يتعاملون مع الإنترنت. أسفرت الدراسة عن تعدد معايير مصداقية المواقع الإخبارية بشكل جعل هذه المواقع أكثر مصداقية من الصحافة المطبوعة.

21- بينما أشارت دراسة **" Yoshiko Nozato (2002)**²⁶ تركزت أهمية الدراسة من محاولة الباحث لقياس المتغيرات التى تؤثر فى مصداقية المواقع الإلكترونية للصحف الأمريكية من خلال اختيار عينة محدودة من طلاب الجامعة فى جامعة أوهايو قوامها 100 طالب وطالبة، توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية طردية بين معدل استخدام الطلاب للإنترنت واعتيادهم على قراءة الصحف الورقية من ناحية، وإتجاهاتهم الإيجابية نحو المواقع الإلكترونية للصحف محل الدراسة من ناحية أخرى، وأظهرت أهمية مفاهيم للمصداقية مثل الحالية، والعمق، والشهرة، والدقة للصحف الإلكترونية، كما اتضح أن إدراك المبحوثين لمصداقية الصحف الإلكترونية كان مماثلاً للصحف المطبوعة، بينما ارتفعت مصداقية الصحف الإلكترونية.

ب- **المحور الثانى: دراسات تتناول علاقة النخبة بوسائل الإعلام والمواقع الإخبارية.**

1. دراسة **مهيتاب محمود الراعى 2014**²⁷ هدفت للتعرف على مؤشرات المصداقية وتغطية المواقع الصحف الإلكترونية المصرية ومحدداتها بالتطبيق

على بوابة الأهرام والوفد ومصراوي لأداء الاقتصاد المصري، ومواقع الحركات السياسية بعد 30 يونيو 2013، والكشف عن أنماط استخدام النخبة المصرية لشبكة الإنترنت ورؤيتها وتصوراتها لمصادقية المحتوى الإلكتروني، بالتطبيق على عينة 200 مفردة من النخبة، وكانت أهم نتائجها أن حدود ادراك النخبة لمستوى مصادقية محتوى شبكة الإنترنت أعلى من مصادقية محتوى الوسائل الإعلامية الأخرى بنسبة 50.5% تلاها الصحف المطبوعة 41.5%، ومن أليات الحكم على المصادقية جاءت إسناد المادة الإعلامية إلى مصادر موثقة 98.5% ثم تحديث المواد الإخبارية 18.1%.

2. وسعت دراسة **سامح كمال عبدالقادر 2013**²⁸ للكشف عن مصادقية البرامج الرياضية في التداول الإعلامي لأزمة حادث إستاد بورسعيد وفقا لأراء النخبة المصرية، والتعرف على أهم العناصر المكونة لمفهوم مصادقية البرامج الرياضية وقت الأزمات، وبالتطبيق على عينة من المتابعين للبرامج الرياضية حجمها 90 مبحثا من النخبة الأكاديمية والإعلامية والسياسية. وتوصلت الدراسة إلى أن البرامج الرياضية لا تحرص على الحياد والموضوعية في تغطيتها لأخبار حادثة استاد بورسعيد، ولا تعترف بالخطأ المهني، وعدم ذكر مصادر الأخبار بالإضافة للخلط بين الرأي والخبر، وكذلك عدم الاهتمام بعناصر مصادقية البرامج الرياضية في التداول الإعلامي.

3. بينما سعت دراسة **دعاء فتحي سالم (2012)**²⁹ إلى التعرف على اتجاهات الصفوة المصرية نحو معالجة المواقع الإلكترونية الإخبارية لأحداث 25 ما بعد ثورة يناير، وذلك في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتوصلت إلى أن المواقع الإلكترونية جاءت في الترتيب الأول من حيث اعتماد الصفوة المصرية عليها في الحصول على المعلومات حول ثورة 25 يناير.

4. وأكدت دراسة **وليد عبدالفتاح النجار 2011**³⁰ على أن من العوامل التي تؤثر على ثقة ومصادقية المواقع الصحفية الإلكترونية هي شهرة الموقع وموضوعيته وحياديته في تناول الأحداث وتحديث الصحيفة أولاً بأول، وترى الصفوة أن مصادقية الرسالة الإعلامية بالمواقع الصحفية الإلكترونية هي الحرية المتاحة لهذه المواقع في الحصول على المعلومات، يليها التنوع في عرض المضامين ثم الأساليب الإقناعية المستخدمة.

5. بينما هدفت دراسة **هبة حسين عبدالوهاب 2010**³¹ لمعرفة مستويات المصادقية للفتوات الإخبارية الفضائية العربية والأجنبية من وجهة نظر عينة حجمها 155 من الصفوة المصرية (أكاديمية – إعلامية – سياسية)، واعتمدت

على النموذج البنائي لمستويات المصداقية. وخلصت إلى أن تصورات الجمهور حول مصداقية القنوات الإخبارية تتدخل في حكمهم على تقييمات تلك المصداقية ووفق خبراتهم الخاصة، وكلما شعر الجمهور أن القنوات الإخبارية أمينة فيما تقدمه من أخبار وأحداث والتزامها بالمعايير الأخلاقية في التغطية وتميز أداء القائم بالإتصال كلما كانت تقييماته أعلى للمصداقية والعكس، وجود علاقة ارتباطية متوسطة بين المصداقية المدركة والاعتماد عليها في الأزمات المختلفة

6. في حين أن دراسة **William P. Cassidy (2008)**³² هدفت للتعرف على النفوذ الخارجي والتأثيرات التي تؤثر على القيم الإخبارية للصحفيين العاملين بالمواقع الإخبارية الأمريكية على شبكة الإنترنت، وقد اعتمدت الدراسة على استطلاع رأي 655 صحفياً، وتوصلت إلى أنه من العناصر التي تؤثر على القيم الخبرية، مصادر المعلومات، والمنافسة مع وسائل الإعلام الأخرى، وقد أشار صحفيو الإنترنت إلى أهمية استطلاع الرأي العام وتأثيره على قيمهم الإخبارية، بالإضافة إلى التأثير الواضح الذي يتمتع به الإعلان على بيئة العمل الإلكتروني.

7. وسعت دراسة **محمد يحيى موسى 2008**³³ لاستطلاع رأي الصفوة حول مصداقية الصحافة اليمينة ودوافع قراءتهم لها ونوعية الصحف التي الأكثر مصداقية على عينة حجمها 264 من الصفوة السياسية والفكرية والصحفية. وخلصت إلى أن 71.2% يرون أن مفهوم المصداقية يتركز في عبارة الأخبار والمعلومات والجرأة في مناقشة القضايا – الصدق وعدم إخفاء الحقائق. وينال الخبر المعبر عن هموم المجتمع ثقة الصفوة كأهم المعايير التي يتم من خلالها ادراك مصداقية الخبر والالتزام بأخلاقيات المهنة هو المعيار الأنجح لاستعادة الصحيفة لمصداقيتها.

8. دراسة **Cassidy P. William (2007)**³⁴ وسعت الدراسة للتعرف على مدى إدراك الصحفيين لمصداقية الأخبار الإلكترونية ومدى تأثير الدور المهني على إدراكهم لهذه المصداقية. واعتمدت الدراسة على نظرية حارس البوابة، ووضعت الدراسة مقياساً للمصداقية مكوناً من أربعة عناصر هي (الثقة، العدالة، الدقة، الشمول)، وتوصلت إلى أن الأخبار الإلكترونية متوسطة المصداقية بوجه عام، وصنف الصحفيون العاملون بالصحف الإلكترونية الأخبار على الإنترنت بأنها أكثر مصداقية، في حين صنف الصحفيون العاملون بالصحف المطبوعة الأخبار بالصحف المطبوعة بأنها أكثر مصداقية من

الصحف الإلكترونية، وأوضحت الدراسة أن للدور المهني للصحفيين بالصحف الإلكترونية تأثيراً إيجابياً على مفهوم مصداقية الأخبار الإلكترونية.

9. وجاءت دراسة **سامى السعيد النجار (2007)**³⁵ لتسعى لمعرفة رأى النخبة السياسية وإتجاهاتهم حول مصداقية التغطية الصحفية فى الصحف المصرية المختلفة للإنتخابات البرلمانية 2005، ورصد معدل تعرض النخبة للصحف المختلفة القومية والحزبية والخاصة ودوافعهم فى التعرض، واستخدمت الدراسة منهج المسح بشقيه الوصفى والتحليلي، وخلصت إلى وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين معدل قراءة المبحوثين للصحف المصرية واتجاهاتهم نحو مصداقية التغطية الصحفية للإنتخابات الرئاسية. كما تأكد عدم وجود فروق دالة احصائياً بين المبحوثين فى درجة إتجاهاتهم نحو مصداقية التغطية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية.

10. ودراسة **أماني عمر الحسيني 2006**³⁶ هدفت الى التعرف على دور البرامج السياسية فى تشكيل الرأى واعتمدت على نظرية دوامة الصمت. المنهج والادوات : منهج المسح من خلال استقصاء موجه للنخبة . وأهم نتائجها ، كانت أهم أسباب إعجاب النخبة بالبرامج السياسية يرجع الى أنها تتمتع بالمصداقية والتشويق. وتقل مصداقية البرامج السياسية حينما يشعر الفرد بأنها تعرض رأى الأغلبية فقط. ولا توجد علاقة بين نوع المبحوث وبين المصادر التى يلجأ إليها لإستقاء المعلومات السياسية .

11. وسعت دراسة **سهام نصار (2003)**³⁷ للكشف عن تأثير عنصر المصداقية على علاقة الصفوة بالصحافة المصرية، وتوصلت الدراسة إلى أن الصحف القومية أكثر مصداقية من الصحف الحزبية والخاصة، كما أشارت الدراسة إلى ضعف مصداقية الصحافة المصرية بالمقارنة بمصداقية الفضائيات العربية الإخبارية التى تميزت بأنها أكثر توازناً وحيادية فى عرض الرأى والرأى الآخر.

12. وهدفت دراسة **هويدا مصطفى (2003)**³⁸ إلى معرفة آراء النخبة المصرية حول مصداقية وسائل الإعلام أثناء تغطيتها الإخبارية للحرب على العراق. وأوضحت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام المصرية تناولت تقارير الإخبارية متعارضة حول أحداث الحرب على العراق، فى حين حظيت وسائل الإعلام الأجنبية بالمصداقية لتوافر عنصرى الشمول والدقة فى التغطية الإخبارية وتلتها الفضائيات العربية .

• التعليق على الدراسات السابقة ومدى الاستفادة منها:

- اعتمدت بعض الدراسات على مجموعة من النظريات كمدخل نظري وكانت أهم النظريات المستخدمة (نظرية التماس المعلومات، ونظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، ونظرية نشر الأفكار المستحدثة، نظرية عدوانية وسائل الاعلام، نظرية الشبكات الاجتماعية، نظرية حارس البوابة، نظرية دوامة الصمت، والنموذج البنائي لمستويات المصادقية).
- اهتمت بعض الدراسات السابقة بمصادقية المحتوى المعلوماتي على الإنترنت، وبعضها اقتصر على الصحافة الإلكترونية، والبعض الآخر اهتم بمصادقية المواقع الإخبارية. أو عقد مقارنة بين مصادقية وسائل الاعلام التقليدي ووسائل الاعلام الجديد.
- اختلفت وتنوعت معايير الحكم المستخدمة على مصادقية المحتوى المعلوماتي على الانترنت، والصحافة الإلكترونية، والمواقع الإخبارية، ويرجع ذلك إلى النظريات المستخدمة أو أهداف وفروض الدراسة أو لإختلاف الرؤية التي ينظر الباحثون منها لمفهوم المصادقية. وبالتالي اختلفت نتائجها فمنها من يري أن مصادقيتها متوسطة (سماح المحمدي 2015)، ومصادقيتها متدنية أو منخفضة (عثمان بن محمد العربي 2009، وسهام نصار 2005)، وأن الأخبار على تطبيقات الهاتف الذكي ليست مرتفعة (سارة المقدم 2016).
- أكدت الكثير من الدراسات على أن الفورية والدقة والشمول والالتزام بأخلاقيات المهنة وشهرة الموقع وسمعته، الصدق وعدم اخفاء الحقائق، من أهم العوامل المؤثرة على مصادقية المواقع الإخبارية، كما أكدت بعض الدراسات تحيز وسائل الاعلام في معالجتها لبعض الموضوعات.
- يأخذ على إحدى الدراسات التي اهتمت بمصادقية الصحافة الإلكترونية أنها لم تهتم بقياس عناصر المصادقية.
- معظم الدراسات السابقة استخدمت المنهج الوصفي واهتمت بالجانب الميداني، وعدد قليل جمع بين الجانب الميداني والتحليلي، كما استخدمت بعض الدراسات المنهج شبه التجريبي. واستخدمت العينات العشوائية وبعضها اعتمد على العينات العمدية لمستخدمي المواقع أو شبكة المعلومات الدولية، وتنوعت مجتمع الدراسات السابقة ما بين جمهور عام وفئة الشباب والنخبة السياسية أو الأكاديمية أو الإعلامية.

خامساً: الاطار النظري للدراسة :

1- نظرية التنافر المعرفي Cognitive dissonance:

يسعى الإنسان في طبيعته البشرية للوصول إلى الاتزان في سلوكه ومعتقداته ومعرفته، فلو تمكنا من فهم أكثر عمقا للطبيعة البشرية لمعرفة أسباب اختلال التوازن، لوجدنا أن هناك قدراً من المعرفة المتناقضة حول فكرة معينة، مما يشغل الفرد لإنهاء هذا التناقض، والوصول إلى حالة من الاتزان والرضا عن سلوكه³⁹.

ونظرية التنافر المعرفي التي صاغها كورت لويين، واهتم بها ليون فيستنجر حيث ناقها وطورها بسبب ندرة النماذج النظرية في علم النفس الاجتماعي عام 1957م⁴⁰، والنظرية تقترح العلاقة بين عنصرين أو أكثر من النواحي المعرفية، أو بعض عناصر المعلومات ويكون هناك اتساق وتوازن في النواحي المعرفية، ولا يوجد تنافر معرفي في الحالات الآتية (حينما يكون هناك معرفتين متسقيتين منطقياً- حينما تكون الأفكار والمشاعر والإنفعالات والسلوكيات والتصرفات متنسقة مع الأعراف في المجتمع - حينما تكون المعلومات والمعارف الجديدة متنسقة مع الخبرات والمعارف السابقة)، بينما يحدث التنافر المعرفي في النواحي التالية: (حينما يكون هناك معلومتان أو معرفتان غير متسقيتين منطقياً. حينما تكون الاتجاهات أو ضد الأعراف الاجتماعية- حينما يكون هناك موقف ضد أو مخالف للخبرات السابقة). ومن المفترض أن الفرد لديه دافع أساسي لأن يفهم، وأن يعرف مغزى الأشياء ويشكل خبراته، وعلى هذا فإنه يعيد ترتيب خبراته التي كانت غير متنسقة من قبل كلما أضاف إلى معارفه جديداً، وهو يغير من تلك الخبرات ليحقق الاتساق⁴¹، كما افترض بعض الباحثين أن جمهور وسائل الإعلام جمهور نشط، وأن التعرض لوسائل الإعلام يحدد نوع الآثار المحتملة التي يمكن أن تتحقق كنتيجة للتعرض لوسائل الإعلام⁴².

فالانساق المعرفي في هذه النظرية هو الهدف المحرك لسلوك الشخص واتجاهاته؛ فكل سلوك يختاره، وكل قرار يتخذه تنشأ عنه حالة من عدم التوازن أو من التنافر المعرفي يكون من شأنها أن تخلق توتراً وبالتالي تخلق حالة دافعية تسعى إلى خفض هذا التوتر، فكل اختيار يختاره الشخص يكون معرضاً لإعادة النظر فيه بناءً على معلومات جديدة عن موضوعه، وعن البدائل الأخرى المقابلة له والتي لم يتم اختيارها. والشخص لا بد أن يتعرض لهذه المعلومات الجديدة سواء بإرادته أو بفرض هذه المعلومات عليه، ويكون من شأن هذه المعلومات أن تدعم هذا الاختيار وتبرره، وبذلك يتغير اتجاه الشخص نحوه تغيراً مسابراً أو أن تحول الشخص عن هذا الاختيار فيتغير اتجاه الشخص نحوه تغيراً مضاداً⁴³. فالأفراد غالباً ما يبحثون عن الأشياء التي تكون متألفة مع معتقداتهم ومعارفهم وأفكارهم وشعورهم، وهذا هو

جوهر نظرية التوازن المعرفي، وأن وجود الاختلال أو عدم التوازن يشكل ضغطاً كبيراً على الأفراد يجعلهم يحاولون تحقيق التآلف أو الاتساق من خلال الإتصال والتعرض للحصول على حقائق جديدة , قد يؤدي إلى تعديل الشعور نحو موضوع الاتجاه، أو عدم التعرض إلى موضوع الاتجاه, حتى لا يشعر الفرد بحالة أو عدم التوازن⁴⁴.

2- المصدقية (الماهية والاشكالية والقياس) :

بداية هناك فرق بين الصدق والمصدقية، فالصدق يعني نقل الكلام أو المعلومات كما قيلت دون زيادة أو نقصان أو تحريف أو تشويه وهذا من الصعب قياسه لأن الأمر يتطلب الرجوع إلى المصدر الرئيسي، أما المصدقية فتعني المؤشرات والمعايير التي تحدد مدى صدق المضمون من كذبه⁴⁵.

ومن المفاهيم المطروحة للمصدقية أنها مجرد قابلية الوسيلة للتصديق أو الاعتقاد في صدقها أو هي الثقة في الوسيلة أو إمكانية الاعتماد عليها أو احترام الوسيلة وتقديرها وتفضيلها كمصدر للمعلومات والآراء مقارنة بغيرها من الوسائل أو رضا الجمهور عن أداء الوسيلة⁴⁶.

وترى عزة عبدالعزيز⁴⁷ مفهوم مصداقية الصحافة على أنها نوع من المعالجة المهنية والثقافية والأخلاقية للمادة الصحفية، بحيث يتوافر فيها كل أبعاد الموضوع، والاتجاهات المطروحة حوله، بطريقة متوازنة تستند على شواهد وأدلة، ودقة، في عرض الموضوعات، وفصلها عن الآراء الشخصية، التي ينبغي أن تعلن بوضوح وصراحة، وتتجرد من الأهواء والمصالح الخاصة، بحيث تتسق مع الآراء الأخرى، التي تطرحها الصحيفة، أو يطرحها الكاتب، في وقت آخر، أو موضع آخر، وذلك في إطار من التعمق والشمولية، يراعي علاقة الخاص بالعام، وربط الجزء بالكل، شرط أن تعكس هذه المادة الصحفية أولويات الاهتمام عند الجمهور".

وتشير د. عواطف عبدالرحمن أن الحكومات العربية حرصت على فرض سيطرتها الكاملة على وسائل الإعلام كجزء من السيادة الوطنية على مصادر التعبير الثقافي والإعلامي، وقد كان لذلك آثاره السلبية على تطور الصحافة العربية فيما بعد، إذ أسفر ذلك عن إنعدام ثقة القراء بها لارتباطها بالحكومات. ويلاحظ أن أغلب الصحف العربية ذات الملكية الحكومية لا تتسع إلا لوجهات النظر الرسمية، وتنطوي على اتجاه واحد لسريان الأخبار من السلطة إلى الجماهير، وتمر المواد الإعلامية بالصحف الموالية للحكومات، بعدة مراحل تتعرض أثناءها للحذف والتعديل والتنقيح والتحوير والاضافة والتلفيق والاقتصار على مصادر الإخبارية معينة دون سواها من

خلال حراس البوابات الإعلامية لتصل إلى القارئ في صورة ترضي الحكومات وتدعم سلطتها ونفوذها السياسي⁴⁸.

وتعتبر مصداقية الصحافة قضية لها أبعادها وأسبابها الخاصة (الذاتية) المرتبطة بسياسات التحرير والسياسات الإعلامية وثقافات وقيم الصحفيين وعلاقتهم ببعض وبالمصادر وبالرؤساء في العمل، ولها أسباب وأبعاد عامة (موضوعية) مرتبطة بعلاقة الصحافة بالسلطة ونمط الملكية السائدة والتشريعات الإعلامية ونوعية المصادر فضلاً عن الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية السائدة⁴⁹.

وقد بدأت قدسية الخبر تتهاوى ودخلنا مرحلة الخبر المضاد، والخبر المعاكس، والخبر المفبرك، والخبر الإشاعة، والخبر بالون الاختبار، والخبر الـ 'لا خبر'! كل ذلك ظهر بعد تحولات جمة طرأت على الإعلام منها⁵⁰ أولاً: ظهور مصادر جديدة عبر الإنترنت لا يمكن حصرها ولا التحقق منها كما كان الحال مع وكالات الأنباء العالمية. ثانياً: ظهور وسائل جديدة جعلت من المتلقي مرسلأً أيضاً، يتحول من مجرد متلقٍ سلبي للأخبار إلى مرسل إيجابي، فاختلفت الأدوار بين متلقٍ ومرسل، مع أنه قد لا يمتلك القدرات المطلوبة لأداء العمل الصحفي بمهنية. وأحياناً هو يعطي لنفسه حق التلاعب بالمعلومات كي يعرض فكرته أو وجهة نظره. ثالثاً: انتشار جو من المنافسة الانتاجية يجعل وسائل الإعلام تشعر بأنها دائماً تحت ضغط الخروج بشيء جديد، فعليها دائماً أن تقدم عناوين مثيرة وتبحث عن مواضيع ساخنة.

ويرى البعض أن مصداقية الصحافة تعني أمرين⁵¹ :

الأول: مصداقيتها بالنسبة إلى القارئ حيث تعني الجوانب التالية:

- مدى دقة المعلومات وصحتها، التي تنشرها الجريدة، ومدى موضوعية صاحب الرأي فيها؛ لأن الخبر معياره الدقة، والرأي معياره موضوعية الكاتب، أو صاحب القلم.
- مدى شمولية التغطية الصحفية، في عرض وتقديم مختلف جوانب الحقيقة، فقد تقتصر بعض الصحف، في تغطيتها للأخبار على ما يجري في بلاد أخرى، وتسكت عما يجري في بلادها.

والثاني: مصداقيتها، بالنسبة إلى صانع القرار، أو مصدر الأخبار، حيث تعني القدرة على معرفة ما يجري بالنسبة إلى الشعب أو الجمهور أو المستهلك. أي إلى أي مدى يستفيد صانع القرار من انعكاسات ما يجري في الصحف في إصدار قراره؟ وهل يأخذ ما رآه ويضعه موضع الاعتبار، أم يعده مجرد شوشرة ونقد مغلوط؟ ففي كثير من الدول يستخدم صانع القرار ما تنشره الصحف في قياس اتجاهات الجماهير أو

الرأي العام في قضايا أو مصالح أو أشخاص أو مشروعات بهدف اتخاذ القرار السليم أو الموقف الصحيح.

معايير قياس المصداقية

من خلال مسح التراث العلمي للدراسات التي تناولت المصداقية يلاحظ تعدد وتنوع المقاييس المستخدمة، ما بين الدراسات العربية والدراسات الأجنبية بصفة ، وظهر الاختلاف أيضا بين الدراسات العربية نفسها. ويحدد البعض أبعاد مصداقية الصحافة كما يلي⁵² :

(1) مصداقية القائم بالإتصال: وتشمل عدم التسرع في نشر الحقيقة، والعمل لصالح الحقيقة وليس لصالح الحكومة أو الجريدة، ونشر الحقائق بطريقة مباشرة وليس بالإشارة أو التلميح، ومراعاة العرف والتقاليد في نشر الحقائق، وعدم المساس بالحياة الشخصية للآخرين أونشر الفضائح، والبعد عن الأخبار الكاذبة والقصص الملفقة حتى لو كانت موافقة لأغراض رئيس التحرير وسياسات الدولة.

(2) مصداقية المضمون: وتشمل وضوح الرسالة حتى في أوقات الخطر، واليسر والسهولة في تناول الحقائق، ونشر الحقائق بكل أبعادها السياسية، والدقة في تناول الخبر.

(3) مصداقية الوسيلة، وتشمل اعتماد الصحيفة على كتاب موثوق فيهم، وتعبير الصحيفة عن هموم واحتياجات القراء.

ويرى ساندر أن هناك أنماطا متطابقة في الطريقة التي ينظر بها الناس إلى مصداقية أخبار الإنترنت والمصادر الإخبارية التقليدية وقد كانت العوامل الأربعة الرئيسية التي يقوم عليها مقياسه لقياس مصداقية الإعلام الأخباري هي الصدق وحب الجمهور والجودة والتمثيل ويتألف عامل المصداقية من ثلاثة أبعاد منحاز وعادل وموضوعي⁵³.

كما صمم "نوزاتو" Yoshiko Nozato (2002)⁵⁴ مكونا من 14 عامل لقياس مصداقية الصحف الإلكترونية وهي (الخبرة، الشهرة، الحالية، التكامل، العدالة، الدقة، الثقة بالمصدر، العملية التحريرية، الأطر الإخبارية، العمق، الثقة، الموضوعية، عدم التحيز، التفاعلية).

وتتمثل عناصر مصداقية الصحافة في⁵⁵: التوازن في عرض الرأي والرأي الآخر، أثناء التغطية الصحفية الشاملة. والدقة في مراجعة المادة الصحفية، قبل

نشرها، بحيث تصبح الدقة من السمات الواضحة للصحيفة. ووضوح الأفكار والاتجاهات، في الموضوعات، والقضايا، والأشخاص، والأحداث. وإسناد الكلام لمصدره، مع الثقة في هذا المصدر. ومحاولة التجرد من العمل لصالح جهة بعينها، وعدم تبني وجهة نظر تلك الجهة، وعدم اغفال أو تجاهل وجهات النظر الأخرى. وعدم إخفاء أو حجب أي معلومة عن القارئ. والأمانة والعدل، في نقل الأخبار للناس. وتعدد المصادر. ومراعاة الصحفي لضميره. وتقديم الحقيقة وتأكيداتها من خلال إظهار الباطل. وثقة القارئ في صدق ما تقوله الصحافة، ولا يتأتى ذلك إلا بالحرية؛ لأنه من الصعب أن يثق القارئ في صحافة غير حرة، حتى لو كانت صحافة بلاده.

بينما حددت عزة عبدالعزيز معايير مصداقية الصحافة وتشمل⁵⁶ : التنوير في مقابل التزييف – التعددية في مقابل الأحادية – الشمول في مقابل التجزئ – تأكيد الثقة في مقابل التشكيك.

سادسا: مفاهيم الدراسة

مصداقية المواقع الإخبارية: (اجرائيا)

مدى توافر مجموعة من المعايير التي يستند إليها للحكم على مصداقية المواقع الإخبارية وتشمل تسعة معايير ويشتمل كل معيار على مجموعة من البنود (مؤشرات) وهذه المعايير هي (التفاعلية-الشمول- الواقعية- الأهمية – الصدق- الموضوعية- الفورية- الدقة – التوازن).

التنافر المعرفي (اجرائيا)

في حالة تعرض الجمهور لمجموعة من الرسائل الإعلامية تتضمن معلومات وآراء وأفكار تتعارض مع نسقه المعرفي فإنه يترتب عليه توتر وقلق لدى الجمهور، قد يصاحبه صراع بين النسق المعرفي لديه وما يتم استقباله من معلومات وأخبار. وهذا الشعور بالتناقض يعد دافعاً ومحركاً أساسياً لاعادة التوازن المعرفي لدى الفرد من خلال البحث عن صحة هذه الأخبار.

ثامنا: فروض الدراسة:

- 1- توجد علاقة ارتباطية ذات دالة احصائية بين متوسط درجات استخدام النخبة للمواقع الإخبارية ومتوسط درجات مؤشرات معايير مصداقية المواقع الإخبارية.
- 2- توجد علاقة ارتباطية عكسية ذات دالة احصائية بين مصداقية المواقع الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية ودرجة التنافر المعرفي أي - (كلما قلت مصداقية المواقع الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية زادت درجة التنافر المعرفي).

3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية (التخصص الأكاديمي-النوع- الدرجة العلمية- السن- الطبيعة الجرافية للجامعة التي يعمل بها النخبة) وبين درجة مصداقية المواقع الإخبارية.

تاسعا: الإجراءات المنهجية للدراسة

1- نوع ومنهج الدراسة :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى لرصد درجة تصفح النخبة الأكاديمية للمواقع الإخبارية، والكشف عن تقييمهم لمؤشرات مصداقيتها، وعلاقته بدرجة التنافر المعرفي لديهم. من خلال الاعتماد علي المنهج المسحي لعينة من النخبة الأكاديمية المتخصصة وغير المتخصصة.

2- مجتمع الدراسة :

يتكون مجتمع الدراسة من النخبة الأكاديمية بالجامعات المصرية من السادة أعضاء هيئة التدريس من درجة مدرس وأستاذ مساعد وأستاذ (متخصصة في المجال الإعلام – وغير متخصصة).

3- عينة الدراسة :

تمثلت عينة هذه الدراسة في عينة عمدية من مستخدمي المواقع الإخبارية بلغ حجمها 147 مبحوثا من النخبة الأكاديمية بالجامعات المصرية وشملت، جامعات العاصمة الثلاث، وعدد من جامعات الأقاليم (المنصورة- طنطا- الزقازيق- المنيا- بني سويف- أسيوط- سوهاج)، وجامعات حدودية (العريش- سيناء)، وتم تطبيق الاستبيان عن طريق البريد الإلكتروني لجامعات العاصمة والأقاليم، وذلك لضمان استخدام العينة لشبكة المعلومات الدولية. بينما تم تطبيق الاستبيان بالمقابلة الشخصية لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات الحدودية، وتم استبعاد الاستمارات غير المكتملة.

جدول (1) خصائص العينة

مجم	%	ك	الخصائص
147	34	50	جامعات القاهرة الكبرى
	42.9	63	جامعات الأقاليم
	23.1	34	جامعات حدودية
147	57.1	84	مدرس
	24.5	36	أستاذ مساعد
	18.4	27	أستاذ
147	45.6	67	أقل من 40
	40.1	59	من 40: 55 سنة
	14.3	21	أكثر 55 سنة
147	48.3	71	متخصص في الاعلام
	51.7	76	غير متخصص
147	73.5	108	ذكر
	26.5	39	أنثى

4- أدوات جمع البيانات :

تم استخدام صحيفة الاستقصاء بالبريد الإلكتروني لتحقيق أهداف الدراسة و فروضها و التي اشتملت على عدة محاور للتعرف على مصداقية المواقع الإخبارية. واشتملت مقياسين، مقياس المصداقية ويحتوى على ثمانية معايير وشملت على سبعة وعشرين مؤشراً، بينما المقياس الآخر مقياس التنافر المعرفي واشتمل على تسعة بنود.

5- اختبار الصدق والثبات:

تم قياس الصدق في ضوء أهداف وفروض الدراسة، ثم تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين⁵⁷ لتحقيق الصدق الظاهري للبيانات - تصميم المقياس في ضوء مراجعة الدراسات السابقة - إجراء اختبار قبلي على 10% من حجم العينة بما يعادل 15 مبحثاً من النخبة الأكاديمية بالجامعات، وتم إعادة تطبيق الاستمارة على نفس العينة من المبحوثين، وتم حساب نسبة الثبات بين التطبيقين، وقد بلغت نسبة الثبات 0.87، وهي نسبة مرتفعة تدل على قابلية استمارة الاستقصاء للتطبيق.

6- المعالجة الإحصائية للبيانات :

المعالجة الإحصائية باستخدام برنامج "SPSS"، وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة: التكرارات البسيطة والنسب المئوية-المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين، ولدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية اختبار كاي². واختبار ت ، واختبار ف.

نتائج الدراسة:

أولاً: الاجابة على تساؤلات الدراسة.

1- تصفح النخبة الأكاديمية للمواقع الإخبارية

جدول (2)

التخصص معدل التصفح	أكاديمي متخصص		أكاديمي غير متخصص		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أحيانا	26	36.62	31	40.79	57	38.78
دائما	45	63.38	45	59.21	90	61.22
الإجمالي	71	100	76	100	147	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن 48.2% نسبة متصفح المواقع الإخبارية باستمرار من النخبة الأكاديمية، ونسبة متصفحها في بعض الاوقات بلغت 51.7%، وذلك باعتبار أن العينة عمدية ممن يتصفحون المواقع الإخبارية، وتشير البيانات أن

النخبة الأكاديمية المتخصصة تفوقت في التصفح باستمرار، ويرجع الباحث ذلك لدرجة الاهتمام والارتباط بالتخصص.

- المدة الزمنية المستغرقة في تصفح النخبة الأكاديمية "عينة الدراسة" للمواقع الإخبارية

جدول (3)

الإجمالي		غير متخصص		متخصص		التخصص
%	ك	%	ك	%	ك	
41.50	61	43.40	33	39.4	28	معدل التصفح أقل من ساعة
38.78	57	38.16	29	39.4	28	من ساعة لأقل من ساعتين
14.28	21	11.84	9	17.0	12	من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات
5.44	8	6.60	5	4.2	3	أكثر من ثلاث ساعات
100	147	51.8%	76	48.2%	71	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن جاء معدل الاستخدام أقل من ساعة في الترتيب الأول بنسبة 41.5% ثم تلاه من ساعة لأقل من ساعتين بنسبة 38.8% ، وبذلك يكون معدل التصفح لأقل من ساعتين بلغ 80.3% من مجموع تكرارات معدل التصفح. وهي نتيجة طبيعية ووقت مناسب لتصفح الأخبار والحصول على معلومات بشأن الأحداث اليومية.

- معدل مرات تصفح النخبة الأكاديمية "عينة الدراسة" للمواقع الإخبارية

جدول (4)

الإجمالي		غير متخصص		متخصص		التخصص
%	ك	%	ك	%	ك	
31.97	47	34.21	26	29.58	21	من أربع مرات : خمسة مرات أسبوعيا
2.04	3	1.32	1	2.82	2	مرة واحدة أسبوعيا
22.45	33	19.73	15	25.35	18	من مرتين : ثلاث مرات في أسبوعيا
43.54	64	44.74	34	42.25	30	يومية
100	147	100	76	100	71	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن معدل تصفح الأكاديمية "عينة الدراسة" للمواقع الإخبارية يوميا بلغ نسبة 43.5% وبإضافته لمعدل التصفح من أربع مرات إلى خمسة مرات في الأسبوع والتي بلغت نسبة 32%، يكون معدل تصفح المواقع بانتظام 75.5%، على اعتبار أن التصفح لأربع مرات أسبوعيا يدخل ضمن التصفح بانتظام، وهي نسبة مرتفعة إن دلت على شئ إنما تدل على اعتماد النخبة على المواقع الإخبارية بصورة كبيرة في معرفة الأحداث اليومية.

• درجة مصداقية المواقع التي تتصفحها النخبة

جدول (5)

الوزن المرجح			مصداقيتها منخفضة		مصداقيتها متوسطة		مصداقيتها عالية		درجة المصداقية المواقع الإخبارية
الترتيب	%	النقاط	%	ك	%	ك	%	ك	
3	55.1	243	14.3	21	42.9	63	21.8	32	بوابة الأهرام
5	45.6	201	15.6	23	36.1	53	16.3	24	بوابة الأخبار
1	60.1	265	25.2	37	40.8	60	24.5	36	اليوم السابع
2	57.4	253	22.4	33	44.2	65	20.4	30	المصري اليوم
8	41.7	184	24.5	36	40.1	59	6.8	10	الوطن
7	43.1	190	18.4	27	42.2	62	8.8	13	الشروق
12	31.1	137	17.0	25	29.9	44	5.4	8	البوابة نيوز
17	22.9	101	23.8	35	18.4	27	2.7	4	التحرير
18	21.7	96	25.2	37	15.0	22	3.4	5	أخبارك
20	15.4	68	21.8	32	10.2	15	1.4	2	كلمتي
14	30.2	133	19.0	28	20.4	30	10.2	15	الجزيرة نت
16	26.3	116	12.9	19	19.7	29	8.8	13	محيط
9	38.5	170	13.6	20	30.6	45	13.6	20	موقع قناة العربية
4	51.5	227	9.5	14	34.7	51	25.2	37	B.B.C
6	44.9	198	9.5	14	27.9	41	23.1	34	C.N.N
11	33.8	149	9.5	14	24.5	36	14.3	21	موقع قناة فرنسا 24
10	34	150	10.9	16	25.2	37	13.6	20	يلا كورة
15	29.9	132	17.0	25	27.2	40	6.1	9	فيتو
13	30.6	135	15.0	22	31.3	46	4.8	7	مصراوي
19	18.4	81	23.8	35	13.6	20	1.4	2	الفجر
-	8.8	39	6.1	9	6.1	9	2.7	4	مواقع أخرى
3268			مجموع الأوزان						

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن احتل موقع اليوم السابع الترتيب الأول بين المواقع الإخبارية من حيث درجة المصداقية بمجموع نقاط (265) وبنسبة 60.1%، تلاه موقع المصري اليوم بمجموع نقاط (253) وبنسبة 57.4%، ثم بوابة الأهرام بمجموع نقاط (243) وبنسبة 55.1%، ثم موقع BBC بمجموع نقاط (227) وبنسبة 51.5%، تلاه بوابة الأخبار بمجموع نقاط (201) وبنسبة 45.6%، ثم موقع CNN بمجموع نقاط (198) وبنسبة 44.9%، ثم تلاها مواقع الشروق والوطن وقناة العربية وفي الترتيب العاشر موقع يلا كورة.

يلاحظ أن المواقع التي جاءت في صدارة المصداقية كما تراها النخبة هي مواقع الإخبارية للصحف مستقلة، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة غاده عبد التواب اليماني⁵⁸ 2010، ثم البوابات الإخبارية للصحف القومية بالتبادل مع المواقع الإخبارية الموجهة، ويرجع الباحث ذلك إلى أن مواقع الصحف المستقلة لا تخضع مباشرة للحكومة وبالتالي قد عرضت الأخبار بدرجة من الموضوعية والتوازن والحيادية وعرض وجهات النظر بصورة أوضح عما كانت عليه البوابات الإخبارية

التابعة للدولة، حتى أن المواقع الإخبارية الموجهة تبادلت درجة المصادقية معها مما يشير إلى أن هذه المواقع قد تستخدم تكنيكات في التحرير الصحفي بحيث يبدو للقارئ أنها تعرض الأخبار بموضوعية وحيادية ومنثم تنال ثقة القراء.

• **درجة اعتماد النخبة على الوسائل الإعلامية كمصدر للمعلومات**

جدول (6)

الوزن المرجح		لا أتابعها		أحيانا		بانتظام		درجة المتابعة الوسيلة
النقاط	الوزن %	ك	%	ك	%	ك	%	
374	84.8	0	0	67	45.6	80	54.4	المواقع الإخبارية
332	75.3	14	9.5	81	55.1	52	35.4	القنوات التلفزيونية
261	59.2	49	33.3	82	55.8	16	10.9	الصحف والمجلات المطبوعة
370	83.9	10	6.8	51	34.7	86	58.5	شبكات التواصل الاجتماعي
259	58.7	55	37.4	72	49	20	13.6	المكتبات الإلكترونية
232	52.6	74	50.3	61	41.5	12	8.2	الراديو

يتضح من بيانات الجدول السابق أن جاءت المواقع الإخبارية في المرتبة الأولى من مصادر المعلومات التي يعتمد عليها النخبة الأكاديمية في الحصول على المعلومات بنسبة 84.8%، تلاها بقارق طفيف شبكات التواصل الاجتماعي 83.9%، ثم القنوات التلفزيونية بنسبة 75.3%، ثم الصحف المطبوعة والمكتبات الإلكترونية والراديو على التوالي، وقد يرجع ذلك لكون العينة عمدية من متصفح المواقع الإخبارية.

• **كيفية متابعة الموقع الاخباري المفضل**

جدول (7)

الترتيب	%	ك	متابعة الموقع الاخباري
2	31.5	88	الدخول إلى موقعها الإلكتروني من خلال الكمبيوتر أو اللاب توب.
1	32.9	92	الدخول إلى موقعها الإلكتروني من خلال الموبايل أو الجهاز اللوحي. والتطبيقات الإخبارية
3	28.7	80	عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، ...)
4	0.07	19	من خلال روابط بمواقع إلكترونية أخرى
--	100	279	مج (ك)

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن النخبة تتابع موقعها الإخباري المفضل من خلال الدخول إليه مباشرة من الموبايل أو الجهاز اللوحي بنسبة بلغت 32.9%، يليها الدخول من خلال الكمبيوتر أو اللاب توب بنسبة 28.7%، ثم عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 28.7%، وأخيرا من خلال روابط بمواقع إلكترونية أخرى 0.07%.

• ما تقوم به النخبة عند متابعة المواقع الإخبارية

جدول (8)

ترتيب	%	ك	عند متابعتك للمواقع الإخبارية فإنك تقوم بـ
1	29	62	قراءة العناوين
2	24.7	53	العناوين والمقدمات
4	13.1	28	العناوين والصور والفيديوهات
3	19.6	42	الموضوع كاملاً
5	14.5	31	الموضوع كاملاً والتعليقات
7	7.9	17	متابعة الباب المفضل لدي
6	10.7	23	أتابع الأخبار الأكثر قراءة
--	100	214	مج (ك)

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن سلوك النخبة عن تصفح المواقع الإخبارية يقوم بقراءة العناوين في المرتبة الأولى بنسبة 29%، ثم جاءت قراءتهم للعناوين والمقدمات بنسبة 24.7%، ثم قراءة الموضوع كاملاً بنسبة 19.6%، ثم قراءة العناوين ومشاهدة الصور ومقاطع الفيديو بنسبة 13.1%، ثم جاء على التوالي قراءة الموضوع كاملاً والتعليقات المصاحبة، ومتابعة الأخبار الأكثر قراءة، ومتابعة الباب المفضل.

وهذا يؤكد توجه الجمهور للقراءة السريعة للأخبار، إضافة إلى أن أخبار المواقع الإخبارية هي عبارة عن معلومات سريعة حول الحدث نظراً للطبيعة الإخبارية التي تتميز بها المواقع.

• درجة مؤشرات المصادقية في المواقع التي تتصفحها

جدول (9)

م	عناصر المصادقية	مؤشرات المصادقية		بدرجة كبيرة		إلى حد ما		غير متوفرة		المجموع
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
1	التفاعلية	التعليق أو الرد	48	32.7	82	55.8	17	11.6	325	73.7
		التواصل مع الكاتب	11	7.5	69	46.9	67	45.6	238	54
		المشاركة عبر وسائل التواصل الإلكتروني	43	29.3	82	55.8	22	15.0	315	71.4
		مقاطع صوت وفيديو	32	21.8	84	57.1	31	21.1	295	66.9
		وجود أكثر من رابط للخبر	27	18.4	73	49.7	47	32.0	274	62.1
		وجود أرشيف	17	11.6	73	49.7	57	38.8	254	57.6
		وجود محرك بحثي	23	15.6	69	46.9	55	37.4	262	59.4
		إتاحة معلومات خاصة عن الموقع والهدف منه	27	18.4	69	46.9	51	34.7	270	61.2
التفاعلية		متوسط حسابي		279		279		2233		72.3
2	الشمول	ذكر تفاصيل الخبر	37	25.2	83	56.5	27	18.4	304	68.9
		عرض كافة جهات النظر حول الأحداث	21	14.3	73	49.7	53	36.1	262	59.4
الشمول		متوسط حسابي		283		283		566		64.2
3	الواقعية	نقل الأحداث كما هي في الواقع	24	16.3	73	49.7	50	34.0	268	60.8
		تقديم الخبر كما دون زيادة أو اجتزاء	15	10.2	76	51.7	56	38.1	253	57.4

الواقعية		متوسط حسابي			الواقعية		
59.1	521	259			92	25.2	37
71	313	12.2	18	62.6	92	25.2	37
63.6	307	20.4	30	50.3	74	29.3	43
70.3	620	310			متوسط حسابي		
64.4	284	23.1	34	60.5	89	16.3	24
61.7	272	25.9	38	63.3	93	10.9	16
56	247	40.8	60	50.3	74	8.8	13
60.7	803	267.6			متوسط حسابي		
58.3	257	36.7	54	51.7	76	11.6	17
62.8	277	28.6	42	54.4	80	17.0	25
62.1	274	27.2	40	59.2	87	13.6	20
61.9	273	30.6	45	53.1	78	16.3	24
61.3	1081	270.2			متوسط حسابي		
76.2	336	14.3	21	42.9	63	42.9	63
76.2	336	336			متوسط حسابي		
69.6	307	19.0	28	53.1	78	27.9	41
62.8	277	25.2	37	61.2	90	13.6	20
65.8	290	22.4	33	57.8	85	19.7	29
66.1	874	291.3			متوسط حسابي		
62.4	275	25.2	37	62.6	92	12.2	18
59.4	262	32.7	48	56.5	83	10.9	16
60.9	537	268.5			متوسط حسابي		
%63.6	وزن منوي للمقياس			7571	مجموع الأوزان العينة		11907
اجمالي اوزان المقياس							

من خلال الجدول السابق يتضح أن توافر مؤشرات المصادقية كما تراها النخبة الأكاديمية في المواقع الإخبارية جاءت كالتالي في المقدمة (الفورية في نقل الحدث) بمجموع نقاط (336)، وتلاه توافر وجود تعليق أو رد على الخبر بمجموع نقاط (325)، ثم امكانية مشاركة الخبر عبر شبكات التواصل أو البريد الإلكتروني بمجموع نقاط (315)، حيث أن بعض التعليقات قد تحدد صحة أو خطأ الخبر باعتبار القراء شهود عيان في بعض الأحداث أو أن الخبر يمس جهة العمل أو مكان تواجدهم، ثم جاءت أهمية الأحداث والقضايا بمجموع نقاط (313)، تلاها ذكر مصادر الأخبار، والاهتمام بالقضايا التي تمس مصالح واهتمامات الجمهور بمجموع نقاط (307)، ثم ذكر تفاصيل الخبر بمجموع نقاط (304)، وتوافر مقاطع صوت وفيديو بمجموع نقاط (295) وتلاها وجود أكثر من رابط للخبر بمجموع نقاط (374).

بينما جاءت المؤشرات التالية في مرتبة متأخرة من حيث التقييم على التوالي التواصل مع الكاتب بمجموع نقاط (238) البعد عن الإثارة بمجموع نقاط (247) – تقديم الخبر كما هو في الواقع بمجموع نقاط (253) – وجود أرشيف بمجموع نقاط (254) – فصل الخبر عن الرأي بمجموع نقاط (257) – وجود محرك بحث – عرض كافة وجهات النظر – التوازن في عرض وجهات النظر بمجموع نقاط متساوى قدره (262) – واتاحة معلومات حول الموقع الأخباري بمجموع نقاط (270).

وتشير بيانات الجدول أن المصدقية التي تراها النخبة الأكاديمية في المواقع الإخبارية هي مصداقية متوسطة حيث بلغت نسبة 63.6% من إجمالي أوزان المقياس. وتتفق هذه النتيجة مع ما خلصت إليه دراسة Cassidy P. William (2007)⁵⁹ ، ودراسة سماح الشهاوي 2015⁶⁰.

بعد حساب المتوسط الحسابي والنسب المئوية لمعايير المصدقية ومؤشراتها تشير بيانات الجدول السابق أنه من المعايير التي حصلت على درجة مرتفعة جاءت الفورية في المرتبة الأولى من معايير المصدقية كما تراها النخبة متوفرة في المواقع الإخبارية وبنسبة 76.2%، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة أحمد على 2015⁶¹ ودراسة مني هاشم 2012⁶² ، ويرجع ذلك للسرعة التي يتم بها نشر الأخبار فور وقوعها، لتحقيق السبق الصحفي، تلاها الأهمية في المرتبة الثانية بنسبة 70.3% – ثم التفاعلية بنسبة 72.3%، ثم الدقة بنسبة 66.1% – بينما من المعايير التي حصلت على مجموع نقاط أقل من المتوسط الحسابي وحصلت على درجة متوسطة جاءت على التوالي الشمول- الموضوعية- التوازن- الصدق- الواقعية.

● درجة تأثير عناصر مصداقية المضمون الخبري على مصداقية المواقع الإخبارية

جدول (11)

الوزن المرجح		غير مؤثرة		مؤثرة الى حد ما		مؤثرة بدرجة كبيرة		درجة المصدقية العناصر	
الوزن %	النقاط	%	ك	%	ك	%	ك		
88.2	389	2.0	3	29.3	43	68.7	100	الصور	
63.9	382	4.1	6	32.0	47	63.9	94	الأرقام والإحصائيات	
86.2	380	6.1	9	23.1	34	70.7	101	الوثائق	
83.4	368	4.8	7	40.1	59	55.1	81	ذكر مصدر الخبر	
92.7	409	3.4	5	28.6	42	68.0	105	مقاطع الصوت والفيديو	
73.9	326	16.3	24	43.5	64	40.1	58	وجود أكثر من رابط لنفس الخبر	
2249		مجموع الأوزان							

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن النخبة الأكاديمية ترى ضرورة نشر مقاطع الصوت والفيديو مع المحتوى الإخباري للدلالة على صدق المحتوى بوزن مؤوي 92.7%، ثم الصور بنسبة 88.2%، تلاها الأرقام والاحصائيات 63.9%، ثم ذكر مصادر الأخبار، يليها وجود أكثر من رابط للدلالة على صدق المحتوى الإخباري.

● الموضوعية والحيادية في وسائل الإعلام والمواقع الإخبارية

جدول (12)

لا		نعم		الموضوعية والحيادية في وسائل الاعلام
%	ك	%	ك	
19	28	81	119	أمر نسبي وليس مطلق
40.8	59.2	60	87	دراسة نظرية وليست تطبيقية في وسائل الاعلام
ن=147				

81% من النخبة الأكاديمية عينة الدراسة ترى أن الموضوعية والحيادية أمر نسبي في وسائل الإعلام والمواقع الإخبارية ويدللون على ذلك من الأسباب التالية: (الموضوعية والحيادية تخضع لتوجهات، وميول القائمين على العملية الاعلامية، وتتأثر بالطبع بعوامل عديدة فرأس المال يلعب دور كبير بالاضافة إلى الأيديولوجية السياسية والسياسة التحريرية وغيرها، لا يوجد حياد ولكن الموضوعية خلق مهني من حق القارئ ومن واجب الصحفي أن يتقنه، ولها شروط غير متوفرة في الاعلام المصري، تأثر الاعلاميين حتى لو بدون قصد، مرهون بتطبيق قواعد عامة وبشفافية حقيقية، تحقق الموضوعية والحيادية حينما يكون لدي الإعلامي المؤمن برسالته ووظيفته ومؤمن أيضا أنه لا حرية مطلقة في سبيل حريات الآخرين، يمكن أن تتحقق في الصحافة بقدر أكبر من القنوات التلفزيونية، لأنها تخضع لتوجهات وميول القائمين على العملية الاعلامية، لأنها تتعلق في كثير من الأحيان بأيديولوجية الممولين لهذه الوسائل والقائمين عليها، كل وسيلة إعلامية تتبع سياستها التحريرية النابعة من توجهاتها ومصالحها وليس بالضرورة الأمانة الصحفية والمهنية والدقة والحيادية والنزاهة، الجهل بالإثنين هو السائد، الحرية محدودة بأمن البلاد والشخصيات والأعراض.

بينما 19% منهم يرون أنها ليست أمرا نسبيا بل ضروريا لاغنى عنه في وسائل الاعلام والمواقع الإخبارية. (لو مش هابتحققوا يبقى ملهاش لازمة كليات الإعلام ، مهم جدا وضروري ، يجب أن تكون مطلقة وليست نسبية ، من أخلاقيات العمل الاعلامي واحتراما للجماهير).

• الأخبار التي تتوافق مع توجهاتي الأيديولوجية

جدول (13)

لا		الوزن المرجح		أحيانا		دائما		الأخبار التي تتوافق مع توجهاتي الأيديولوجية
%	ك	%	مج نقاط	%	ك	%	ك	
7.5	11	95.9	257	79.6	117	12.9	19	أثق في صحة الأخبار التي تتوافق مع توجهاتي الأيديولوجية
59.2	87	58.2	121	33.3	49	7.5	11	أقوم بنشر الأخبار التي اهتم بها على شبكات التواصل دون التأكد من صحتها؟

تشير نتائج الجدول السابق أن ثقة النخبة في الأخبار يتوقف على درجة تعبيرها عن توجهاتهم الأيديولوجية حيث يرى 12.9% أنه يثق دائما في كل الأخبار التي تتوافق مع توجهاته الأيديولوجية، 79.6% يتقون أحيانا في صحتها، وبالتالي فمن يثق باستمرار أو أحيانا فيها بلغت وزن مؤي مرجح بلغ 95.5% وهي نسبة عالية يجب أن نستوقف عندها، فهل لو كانت هذه الأخبار غير صحيحة فإن التوجه الفكري للأشخاص يدفعه إلى الاعتقاد بصحتها، بينما 7.5% لا يثق في صحتها إلا إذا توافرت فيها مؤشرات المصادقية.

ونجد أيضا أن النخبة تقوم بإعادة نشر الأخبار التي تتوافق مع توجهاتها واهتماماتها بصورة دائمة بلغ 7.5%، وأحيانا بنسبة 33.3%، لتصل نسبة الوزن المؤي المرجح 58.8% وهي نسبة مرتفعة.

وبذلك يعد التوجه الأيديولوجي إحدى معايير المصادقية التي تستند إليها النخبة للحكم على صحة الأخبار من وجهة نظرهم. وهذه النتيجة تتفق مع دراسة دراسة هبة حسين عبد الوهاب 2010⁶³

• أسباب عدم التزام المواقع الإخبارية بالمصادقية

جدول (14)

الترتيب	%	ك	أسباب عدم التزام المواقع الإخبارية بالمصادقية
4	16.2	84	السياسات التحريرية
1	21.5	112	مراعاة مصالح مالكي المواقع
3	17.1	89	عدم مراعاة الصحفيين للمعايير والقواعد المهنية
2	17.7	92	عدم الالتزام بأخلاقيات المهنة
5	13.3	69	الأمن القومي
6	12.3	64	ضغط الوكالات الإعلانية
7	1.9	10	أخرى تذكر
--	100	520	مج (ك)

تشير نتائج الجدول السابق إلى أنه من أسباب عدم التزام المواقع الإخبارية بالمصادقية مراعاة مصالح مالكي الموقع بنسبة 21.5% وقد يرجع ذلك إلى زيادة دور رجال الأعمال في العمل الإعلامي في ظل ضعف الإعلام الرسمي للدولة، ثم عدم الالتزام بأخلاقيات المهنة بنسبة 17.7%، وهذا ما يتماشى مع ما أكدته هبة

حسين عبدالوهاب 2010⁶⁴ ومحمد يحيى موسى 2008⁶⁵، تلاها عدم مراعاة الصحفيين للمعايير والقواعد المهنية بنسبة 17.1%، ثم السياسات التحريرية التي تتبعها المواقع الإخبارية بلغت 16.2%، تلاها الأمن القومي بنسبة 13.3%، وأخيرا ضغوط الوكالات الإعلانية بنسبة 12.3%.

• التأكد من صحة الأخبار المنشورة بالمواقع

تم طرح سؤالاً مفتوحاً عما يقوم به المبحوثين للتأكد من صحة الأخبار التي يقرأها أو يتابعها على المواقع الإخبارية أجاب على هذا التساؤل 104 مبحوثاً بنسبة 70.8% لديهم الدافع للبحث عن صحة الأخبار والتأكد منها ولذا فهم يقومون بما يلي:

البحث عن التفاصيل في موقع أو مصدر آخر أو البحث في أكثر من موقع أو وسيلة إعلامية وعقد المقارنة بينهما. سؤال بعض العاملين في المجال كصحفي صديق أو غيره. أو بالمشاركة عبر الفيس وانتظار التعليقات على الخبر فربما يكذبه أحد. الرجوع لأكثر من مصدر للخبر وخصوصاً للوسائل ذات التوجهات المختلفة. قراءة التحليلات والوثوق بما اتفق عليه الصديق والعدو من الأخبار، مناقشة الخبر مع الأصدقاء والزملاء والأهل. القراءة النقدية لمضمون الخبر، والاحتكام إلى المنطق في قراءة الخبر خاصة في صحف الإثارة، المقارنة بينها وبين القنوات أو المواقع ذات مصداقية.

• حالة التعرض لأخبار لا يعتقد في صحتها وتتعارض مع المعارف والخبرات (مقياس التنافر)

جدول (15)

ترتيب	الوزن المرجح		لا		أحيانا		دائما		درجة المصدقية العناصر
	النقاط	الوزن %	%	ك	%	ك	%	ك	
2	387	78.8	4.1	6	28.6	42	67.3	99	أشعر بالقلق والارتجاج وعدم الارتياح
4	351	79.6	10.2	15	40.8	60	49.0	72	أشعر بحالة صراع بين هذه الأخبار ومعلوماتي السابقة (النسق المعرفي)
7	334	75.7	13.6	20	45.6	67	40.8	60	لا أهتم بها ليقيني بصحة معلوماتي
6	338	76.6	10.9	16	48.3	71	40.8	60	لا أهتم بها لاعتقادي أنها أخبار كاذبة
5	340	77.1	15.0	22	38.8	57	46.3	68	تزداد درجة القلق وعدم الارتياح في حالة تكرار نفس الأخبار التي تتعارض مع معلوماتي وخبراتي

9	64.4	284	32.0	47	42.9	63	25.2	37	حينما تكون هذه الأخبار حول شخص أحبه أو موضوع اهتم به لا أبالي
1	88.7	391	3.4	5	27.2	40	69.4	102	أبحث عن صحة هذه الأخبار
3	85.5	377	7.5	11	28.6	42	63.9	94	في حالة تكرار الأخبار الكاذبة لا أهتم بتصحيح هذا الموقع
8	75.3	332	17.0	25	40.1	59	42.9	63	إذا تأكدت من صحة هذه المعلومات والأخبار أتخلص من معارفي وخبراتي السابقة
% 78.9	وزن منوي للمقياس		3134	مجموع الأوزان العينة		3969	اجمالي أوزان المقياس		

يتضح من نتائج الجدول السابق أن درجة التنافر المعرفي للنخبة الأكاديمية تزداد في حالة تعرضهم لأخبار لا يعتقدون في صحتها وتتعارض مع معارفهم وخبراتهم حيث بلغ الوزن المنوي لمقياس التنافر 78.9% وهي درجة تنافر معرفي مرتفعة وهذا يتوافق مع فروض نظرية التنافر المعرفي. وبالتالي نجد أن البحث عن صحة هذه الأخبار جاء في الترتيب الأول بوزن مؤبياً مرجحاً (88.7%) من اجمالي أوزان المقياس وذلك بسبب وجود حالة من القلق والانزعاج وعدم الارتياح للتعرض للأخبار التي يعتقدون في عدم صحتها وبلغت وزناً مرجحاً (87.8%) ، وفي المرتبة الثالثة في حالة تكرار الأخبار الكاذبة لا يهتمون بتصحيح هذا الموقع وبلغت وزناً مرجحاً (85.5%) وبالتالي يفقد الشخص الثقة في الموقع الأخباري، كما أنه يشعر بحالة صراع بين هذه الأخبار ومعلوماته السابقة (النسق المعرفي) وبلغت وزناً مرجحاً (79.6%)، وهذا ما تؤكدته النظرية ومع حالة الصراع تزداد درجة القلق وعدم الارتياح خاصة في حالة تكرار نفس الأخبار التي تتعارض مع معلوماتهم وخبراتهم وبلغت وزناً مرجحاً (77.1%)، وهناك من لا يهتم بها لاعتقاده أنها أخبار كاذبة وبلغت وزناً مرجحاً (76.6%)، أو لأنهم لا يهتمون بها ليقتنئهم بصحة معلوماتهم وخبراتهم السابقة وبلغت وزناً مرجحاً (75.7%)، وإذا تأكدوا من صحة هذه المعلومات والأخبار يتخلصون من معارفهم وخبراتهم السابقة وبلغت وزناً مرجحاً (75.3%)، وهناك من لا يبالى بصحة الأخبار أو عدم صحتها حينما تكون هذه الأخبار حول شخص يحبونه أو موضوع يهتمون به وبلغت وزناً مرجحاً (64.4%).

ثانياً: اختبار صحة الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دالة احصائية بين متوسط درجات تصفح النخبة للمواقع الإخبارية ومتوسط درجات مؤشرات المصدقية.

جدول (16)

الإجمالي	منخفض التعرض	متوسط التعرض	عالي التعرض	مقياس التعرض درجات المصدقية
77	3	67	7	عالي المصدقية
47	2	39	6	متوسط المصدقية
23	2	16	5	منخفض المصدقية
147	7	122	18	الإجمالي

كا2 المحسوبة (3.856) < كا2 الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوي معنوية (0.426) معامل بيرسون (0.070)

يتضح من بيانات الجدول السابق أن قيمة (كا2) بلغت 3.856 عند درجة حرية 4 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى 0.05، وأكد على ما سبق معاملي الارتباط بيرسون (0.07)، وسبيرمان (0.073) وهو ارتباط طردي ضعيف جداً لم يحقق مستوى دلالة؛ مما يدل على عدم وجود علاقة ارتباطية بين متوسط درجات استخدام النخبة للمواقع الإخبارية ومتوسط درجات مؤشرات المصدقية وبالتالي عدم قبول صحة الفرض وعليه يمكن القول بأنه لا توجد علاقة ارتباطية ذات دالة إحصائية بين متوسط درجات استخدام النخبة للمواقع الإخبارية ومتوسط درجات مؤشرات المصدقية، ويقدر يرجع ذلك لكون المواقع الإخبارية حصلت على تقييم متوسط في مقياس المصدقية، أو اتساع فجوة الثقة بين وسائل الاعلام وجمهورها، وخاصة مع انتشار مقولة كلام جرايد . وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة سامي السعيد النجار(2007)⁶⁶، بينما تتفق مع دراسة سماح الشهاوي 2015⁶⁷.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية عكسية ذات دالة احصائية بين مصداقية المواقع الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية ودرجة التنافر المعرفي أي (كلما قلت مصداقية المواقع الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية زادت درجة التنافر المعرفي).

جدول (17)

الإجمالي	منخفض التنافر	متوسط التنافر	عالي التنافر	مقياس التنافر درجات المصدقية
7	0	4	3	عالي المصدقية
121	0	82	39	متوسط المصدقية
19	1	8	10	منخفض المصدقية
147	1	94	52	الإجمالي

ك2المحسوبة(10.043) < ك2ا الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوي معنوية (0.04) معامل بيرسون (-0.042)

يتضح من بيانات الجدول السابق أن قيمة (ك2ا) بلغت 10.043 عند درجة حرية 4 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى 0.05، وأكد على ما سبق معامل الارتباط بيرسون (-0.042)، وهي علاقة ارتباطية عكسية ضعيفة جداً؛ أي أنه كلما قلت مصداقية المواقع الإخبارية زادت درجة التنافر المعرفي لدى النخبة الأكاديمية، وبالتالي يمكن قبول صحة الفرض بوجود علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية بين مصداقية المواقع الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية ودرجة التنافر المعرفي.

2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية (التخصص الأكاديمي- النوع- الدرجة الوظيفية- السن - الطبيعة الجغرافية للجامعة التي يعمل بها النخبة) وبين درجة مصداقية المواقع الإخبارية.

جدول (18)

مستوى الدلالة SIG	درجة الحرية	قيمة t	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المجموعات	مصداقية المواقع	
غير دالة	0.083	144	1.746	0.36087	1.9857	70	مخصص	تخصص النخبة
				0.44248	1.8684	76	غير مخصص	
غير دالة	0.195	144	1.302	0.42915	1.8991	108	ذكر	نوع النخبة
				0.33333	2	37	أنثى	
غير دالة	0.103	2	2.313	0.40616	1.9592	49	القاهرة الكبرى	الطبيعة الجغرافية
				0.40033	1.9683	63	الأقاليم	
				0.41043	1.7941	34	الحدود	
غير دالة	0.376	2	0.984	0.45114	1.9643	84	مدرس	الوظيفة
				0.3228	1.8857	35	أستاذ مساعد	
				0.36201	1.8519	27	أستاذ	
غير دالة	0.122	2	2.132	0.40882	1.9545	66	40 سنة فأقل	السن
				0.39057	1.9492	59	من 40 : 55 سنة	
				0.44426	1.75	20	أكثر من 55	

أولاً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التخصص الأكاديمي وبين درجة مصداقية المواقع الإخبارية.

يتضح من بيانات الجدول السابق أن نتائج تطبيق "ت" تشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النخبة الأكاديمية الذكور والإناث عينة الدراسة على مقياس درجة مصداقية النواقل الإخبارية، حيث كانت قيمة "ت" (1.302) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (0.05).

ثانيا: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطبيعة الجغرافية للجامعة التي يعمل بها النخبة ودرجة مصداقية المواقع الإخبارية. يتضح من بيانات الجدول السابق أن نتائج تطبيق "ANOVA" F تشير إلى عدم صحة الفرض فيما يخص متغير الطبيعة الجغرافية للجامعة من وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النخبة الأكاديمية عينة الدراسة على مقياس درجة مصداقية المواقع الإخبارية، حيث كانت قيمة "F" (2.313) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (0.05).

ثالثا: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الدرجة العلمية ودرجة مصداقية المواقع الإخبارية.

يتضح من بيانات الجدول السابق أن نتائج تطبيق "ANOVA" F تشير إلى عدم صحة الفرض فيما يخص متغير الوظيفة من وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النخبة الأكاديمية عينة الدراسة على مقياس درجة مصداقية المواقع الإخبارية وفقل للدرجة العلمية، حيث كانت قيمة الـ "F" (0.984) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (0.05). وب

رابعا: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين السن ودرجة مصداقية المواقع الإخبارية

يتضح من بيانات الجدول السابق أن نتائج تطبيق "ANOVA" F تشير إلى عدم صحة الفرض فيما يخص متغير السن من وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النخبة الأكاديمية عينة الدراسة على مقياس درجة مصداقية المواقع الإخبارية حسب المرحلة العمرية، حيث كانت قيمة الـ "F" (2.132) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند ومما سبق لا يمكن قبول صحة الفرض وعليه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية البيانات الشخصية (النوع- الدرجة الوظيفية- السن – الطبيعة الجغرافية للجامعة التي يعمل بها النخبة- طبيعة التخصص) وبين درجة مصداقية المواقع الإخبارية. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة سامي السعيد النجار(2007)⁶⁸، ودراسة سماح الشهاوي⁶⁹2015. وقد يرجع ذلك لكون أن هذه المتغيرات لم يعد لها تأثيرا قويا يسبب فروقا فردية بين المبحوثين فأصبحت التكنولوجيا الحديثة والصحافة الالكترونية، ودرجة التعليم وغيرها من المؤثرات أصبحت متاحة ومتوفرة لكل المبحوثين ومن هنا تقل أو تنعدم الفروق الفردية بينهم .

النتائج العامة للدراسة :

خلُصت الدراسة إلى عدد من النتائج ومن أهمها:

- أن معدل تصفح النخبة الأكاديمية "عينة الدراسة" للمواقع الإخبارية يوميا بلغ نسبة 43.5% وبإضافته لمعدل التصفح من أربع مرات إلى خمسة مرات في الأسبوع والتي بلغت نسبة 32%، يكون معدل تصفح المواقع بانتظام 75.5%.
- احتل موقع اليوم السابع الترتيب الأول بين المواقع الإخبارية من حيث درجة المصداقية بوزن مؤي 60.1%، وهي رجة متوسطة، تلاه موقع المصري اليوم، ثم بوابة الأهرام، ثم موقع BBC ، تلاه بوابة الأخبار، ثم موقع CNN ، ثم تلاها مواقع الشروق والوطن وقناة العربية وفي الترتيب العاشر موقع بلا كورة.
- يلاحظ أن المواقع التي جاءت في صدارة المصداقية كما تراها النخبة هي مواقع الإخبارية للصحف مستقلة، ثم البوابات الإخبارية للصحف القومية بالتبادل مع المواقع الإخبارية الموجهة، ويرجع الباحث ذلك إلى أن مواقع الصحف المستقلة لا تخضع مباشرة للحكومة، وبالتالي قد عرضت الأخبار بدرجة من الموضوعية والتوازن والحيادية وعرض وجهات النظر بصورة أوضح عما كانت عليه البوابات الإخبارية التابعة للدولة، حتى أن المواقع الإخبارية الموجهة تبادلت درجة المصداقية معها، مما يشير إلى أن هذه المواقع قد تستخدم تكتيكات في التحرير الصحفي، بحيث يبدو للقارئ أنها تعرض الأخبار بموضوعية وحيادية مما يجعل القارئ يثق فيها.
- جاءت المواقع الإخبارية في المرتبة الأولى من مصادر المعلومات التي يعتمد عليها النخبة الأكاديمية في الحصول على المعلومات 20.5% تلاها بقارق طفيف شبكات التواصل الاجتماعي 20.2%، ثم القنوات التلفزيونية بنسبة 18.2%، ثم الصحف المطبوعة والمكتبات الإلكترونية والراديو على التوالي، وقد يرجع ذلك لكون العينة عمدية من متصفح المواقع الإخبارية .
- النخبة تتابع موقعها الإخباري المفضل من خلال الدخول إليه مباشرة من الموبايل أو الجهاز اللوحي بنسبة بلغت 32.9%، يليها الدخول من خلال الكمبيوتر أو اللاب توب بنسبة 28.7%، ثم عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 28.7%.
- عند تصفح المواقع الإخبارية تقوم النخبة بقراءة العناوين في المرتبة الأولى بنسبة 29%، ثم جاءت قراءتهم للعناوين والمقدمات بنسبة 24.7%، ثم قراءة الموضوع

كاملا بنسبة 19.6%، ثم قراءة العناوين ومشاهدة الصور ومقاطع الفيديو بنسبة 13.1%،

- توافر مؤشرات معايير المصدقية كما تراها النخبة الأكاديمية في المواقع الإخبارية جاءت كالتالي: في المقدمة الفورية في نقل الحدث، وتلاه توافر وجود تعليق أورد على الخبر، ثم امكانية مشاركة الخبر، عبر شبكات التواصل أو البريد الإلكتروني، حيث أن بعض التعليقات قد تحدد صحة أو خطأ الخبر باعتبار القراء شهود عيان في بعض الأحداث أو أن الخبر يمس جهة العمل أو مكان تواجدهم، ثم جاءت أهمية الأحداث والقضايا، تلاها ذكر مصادر الأخبار والاهتمام بالقضايا التي تمس مصالح واهتمامات الجمهور، ثم ذكر تفاصيل، وتوافر مقاطع صوت وفيديو وتلاها وجود أكثر من رابط.

- بينما جاءت المؤشرات التالية في مرتبة متأخرة من حيث التقييم على التوالي التواصل مع الكاتب، البعد عن الاثارة، تقديم الخبر كما هو في الواقع، وجود أرشيف، فصل الخبر عن الرأي، وجود محرك بحث، عرض كافة وجهات النظر، التوازن في عرض وجهات النظر، واتاحة معلومات حول الموقع الإخباري.

- المصدقية التي تراها النخبة الأكاديمية في المواقع الإخبارية هي مصداقية متوسطة حيث بلغت نسبتها 63.6% من اجمالي أوزان المقياس.

- جاءت الفورية في المرتبة الأولى كمعيار من معايير المصدقية كما تراها النخبة متوفرة في المواقع الإخبارية تلاها الأهمية، ثم الدقة، فالشمولية، بينما من المعايير التي حصلت على مجموع نقاط أقل من المتوسط الحسابي (التفاعلية- الموضوعية- التوازن- الصدق- الواقعية)

- ضرورة نشر مقاطع الصوت والفيديو مع المحتوى الإخباري للدلالة على صدق المحتوى، ثم الصور، تلاها الأرقام والاحصائيات، ثم ذكر مصادر الأخبار، وبلبها وجود أكثر من رابط للدلالة على صدق المحتوى الإخباري.

- 81% من النخبة الأكاديمية عينة الدراسة ترى أن الموضوعية والحيادية أمر نسبي في وسائل الإعلام والمواقع الإخبارية، بينما 19% منهم يرون أنها ليست أمراً نسبياً بل ضرورياً لاغنى عنه في وسائل الاعلام والمواقع الإخبارية.

- 70.8% من النخبة تحرص على التأكد من صحة الأخبار المنشورة بالمواقع الاخبارية.

- ثقة النخبة في الأخبار يتوقف على درجة تعبيرها عن توجهاتهم الأيديولوجية حيث يرى 12.9% أنه يثق دائماً في كل الأخبار التي تتوافق مع توجهاته الأيديولوجية، و79.6% يتقون أحياناً في صحتها، وبالتالي فمن يثق باستمرار أو أحياناً فيها بلغت وزن منوي مرجح بلغ 95.5% وهي نسبة عالية يجب أن نستوقف عندها، فهل لو كانت هذه الأخبار غير صحيحة فإن التوجه الفكري للأشخاص يدفعه إلى الاعتقاد بصحتها، بينما 7.5% لا يثق في صحتها إلا إذا توافرت فيها مؤشرات المصادقية.
- ونجد أيضاً أن النخبة تقوم بإعادة نشر الأخبار التي تتوافق مع توجهاتها واهتماماتها بصورة دائمة بلغ 7.5%، وأحياناً بنسبة 33.3%، لتصل نسبة الوزن المئوي المرجح 58.8% وهي أيضاً نسبة مرتفعة.
- ومما سبق نستنتج أن التوجه الأيديولوجي إحدى معايير المصادقية التي تستند إليها النخبة للحكم على صحة الأخبار من وجهة نظرهم.
- من أسباب عدم التزام المواقع الإخبارية بالمصادقية جاء مراعاة مصالح مالكي الموقع بنسبة 21.5% وقد يرجع ذلك إلى زيادة دور رجال الأعمال في العمل الاعلامي في ظل ضعف الاعلام الرسمي للدولة، ثم عدم الالتزام بأخلاقيات المهنة بنسبة 17.7%، تلاها عدم مراعاة الصحفيين للمعايير والقواعد المهنية بنسبة 17.1%، ثم السياسات التحريرية التي تتبعها المواقع الإخبارية بلغت 16.2%، تلاها الأمن القومي بنسبة 13.3%، وأخيراً ضغوط الوكالات الإعلانية بنسبة 12.3%.
- درجة التنافر المعرفي للنخبة الأكاديمية تزداد في حالة تعرضهم لأخبار لا يعتقدون في صحتها وتتعارض مع معارفهم وخبراتهم حيث بلغ الوزن المئوي لمقياس التنافر 78.9% وهي درجة تنافر معرفي مرتفعة وهذا يتوافق مع فروض نظرية التنافر المعرفي. وبالتالي نجد أن البحث عن صحة هذه الأخبار جاء في الترتيب الأول وذلك بسبب وجود حالة من القلق والانزعاج وعدم الارتياح للتعرض للأخبار التي يعتقدون في عدم صحتها، وفي المرتبة الثالثة في حالة تكرار الأخبار الكاذبة لا يهتمون بتصفح هذا الموقع، وبالتالي يفقد الشخص الثقة في الموقع الإخباري، كما أنه يشعر بحالة صراع بين هذه الأخبار ومعلوماته السابقة (النسق المعرفي)، وهذا ما تؤكدته النظرية ومع حالة الصراع تزداد درجة القلق وعدم الارتياح خاصة في حالة تكرار نفس الأخبار التي تتعارض مع معلوماتهم السابقة.

- ثبت عدم صحة الفرض الأول وبالتالي لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات استخدام النخبة للمواقع الإخبارية ومتوسط درجات مؤشرات معايير مصداقيتها.
- ثبت صحة الفرض الثاني وعليه توجد علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة احصائية بين مصداقية المواقع الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية ودرجة التنافر المعرفي أي (كلما قلت مصداقية المواقع الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية زادت درجة التنافر المعرفي).
- ثبت عدم صحة الفرض الثالث وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية (التخصص الأكاديمي- النوع- الدرجة الوظيفية- السن – الطبيعة الجغرافية للجامعة التي يعمل بها النخبة) وبين درجة مصداقية المواقع الإخبارية.

التوصيات

- بعد استعراض نتائج الدراسة من الممكن تقديم مقياساً لمصداقية المواقع الاخبارية يحتوى على 9 معايير، وهو المقياس التي اعتمدت عليه هذه الدراسة وهو من اعداد الباحث، ويشمل المقياس المعايير التالية: (التفاعلية-الشمول- الواقعية- الأهمية – الصدق- الموضوعية- الفورية- الدقة – التوازن)، ولكل معيار مجموعة من المؤشرات بتوافرها تتوافر المصداقية وفقاً لدرجة توافر المؤشرات من خلال مقياس ثلاثي.
- وعلى الصحف القومية ضرورة مراجعة وتقييم إصداراتها الورقية والالكترونية نظراً لتأخر ترتيبها من حيث المصداقية، وبالتالي فهي في حاجة إلى إعادة هيكلة وتخطيط باعتبارها لسان الشعب والنطق بهوموم وأحزانه وآماله وطموحاته والمعبر عن اهتماماته ومشكلاته.
- وعلى المواقع الإخبارية ووسائل الاعلام الاهتمام بالموضوعية ونقصد بالموضوعية هي موضوعية التناول والعرض، وأن يكون عنوان الخبر مرتبط بمضمونه ومعبر عنه، والاهتمام أيضاً بالتوازن في عرض وجهات النظر المختلفة المؤيدة والمعارضة، وعرض جوانب الموضوع وأبعاده، والاهتمام بالصدق في نقل الأحداث ونقلها كما هي، وفي حالة وجود تعليق أو عرض رأي يأتي بعد عرض الخبر ويشار إلى كونه تحليلاً أو تعليقاً أو تفسيراً، ويجب على المواقع إحترام قرائها بتقديم الموضوعات التي تمس مصالحهم والقضايا ذات الاهتمام المشترك للجمهور، حتى تقل فجوة الثقة بينهما.

- يجب على المواقع الاخبارية أن تهتم بمعيار التفاعلية من حيث التواصل مع الكاتب، ووجود محرك بحث يسهل من عملية البحث عن الأخبار، إتاحة المعلومات حول الموقع والهدف منه، وجود أكثر من رابط لنفس موضوع الخبر أو الأخبار المتشابهة، في حالة نقل الخبر من مصدر آخر يجب وضع رابط الخبر الأصلي.
 - ضرورة الاهتمام بنشر مقاطع الصوت والفيديو مع المحتوى الإخباري للدلالة على صدق المحتوى، و الصور، والاهتمام بعرض الأرقام والإحصائيات، وذكر مصادر الأخبار، ووجود أكثر من رابط للدلالة على صدق المحتوى الإخباري.
 - ضرورة الاهتمام بالموضوعية وعرض الأخبار بعيداً عن الأهواء الشخصية والاتجاهات الذاتية والمصالح المشتركة لمالكي المواقع الاخبارية.
 - تفعيل موانئ الشرف الاعلامي، وتدريب الصحفيين على كيفية ممارسة المهنة والالتزام بأخلاقيات المهنة. وتقبل الأفكار والآراء التي تتعارض مع معتقداتهم وتوجهاتهم.
 - نشر الوعي بين الجمهور عامة بضرورة تقبل الآخر أينما كانت توجهاته، والحكم على صحة أو عدم صحة الأخبار من خلال المعايير المهنية، وعدم الاستناد إلى التوجه الأيديولوجي كأساس للحكم على مصداقية الأخبار.
 - الاعتراف بالصحفيين الالكترونيين وضمهم لنقابة الصحفيين لضمان حقوقهم الأصلية باعتبارهم عامل مهم من رفع مستوى مصداقية الأخبار.
- ما تأثيره الدراسة من قضايا بحثية :**
- دراسة المعايير المهنية للقائم بالاتصال ، ومدى توافرها في المضمون الخبري.
 - التفاعلية وعلاقتها بمصداقية الأخبار .
 - التوجهات الأيديولوجية لدى الجمهور وعلاقتها بتقييم مصداقية الأخبار.
 - مصداقية صحافة المواطن وعلاقتها بمصداقية ومستقبل الصحافة الإلكترونية.

- 1) عبد الجبار كريم. الاعلام واشكالية الموضوعية والحياد .. نحو مفهوم جديد للحياد الاعلامي (بتصرف) متاح في 23 /3 /2016
<http://www.ahlanse.com/mod.php?mod=news&modfile=item&itemid=6560>
online, Available =6560
- 2) وائل إسماعيل عبد الباري. مصداقية المواقع الإخبارية على الإنترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري، المؤتمر السنوي الحادي عشر لكلية الإعلام، مستقبل وسائل الإعلام العربية، الجزء الثاني، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو 2005، ص 786.
- 3) خالد صلاح الدين حسن علي. مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور: دراسة كمية/كيفية في اطار النموذج البنائي للمصداقية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام جامعة القاهرة، العدد السادس والعشرون 2006، ص 129 .
- 4) Savolainen Reijo; " Media credibility and cognitive authority the care of seeking orienting information. **information research**, vol. 12 ,No3,2007, online, Available: <http://information.net> 16/9/2016.
- 5) Moy, P, Torres, M.and et al: knowledge or trust? Investigating link ages between media reliance and participation, **communication Research**, vol.32, No.I, 2005,p.59.
- 6) سارة شوقي عبدالستار المقدم. استخدامات تطبيقات الهاتف الخليوي في نقل الأخبار والمعلومات ومستوى مصداقيتها لدى الجمهور، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (القاهرة: كلية الاعلام جامعة القاهرة، 2016).
- 7) Bob Franklin & Matt Carlson. Journalists, Sources, and Credibility: New Perspectives, **Computers in Human Behavior**, Vol. 61, August 2016. PP.136–145 .
- 8) Eun Go, and others. Why do we use different types of websites and assign them different levels of credibility? information credibility, and trust in the press, **Computers in Human Behavior**, Vol. 54, January 2016, PP. 231–239.
- 9) سماح عبدالرازق الشهاوي. العوامل المؤثرة على مستقبل الصحافة الالكترونية في الفترة من 2015 حتى 2030، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (القاهرة: كلية الاعلام جامعة القاهرة 2015،).
- 10) أحمد علي إبراهيم. اعتماد الشباب على المواقع الصحف الالكترونية أثناء الأزمة السورية وعلاقته بإدراكهم لمصداقيتها، رسالة ماجستير، غير منشورة، (القاهرة: كلية الاعلام جامعة القاهرة، 2015).
- 11) Miriam J. Metzger, & Andrew J. Flanagin. Credibility and trust of information in online environments: The use of cognitive heuristics, **Journal of Pragmatics**, Vol 59, Part B, December 2013, PP. 210–220.
- 12) مني جابر هاشم. مصداقية مواقع بعض الصحف المصرية على الإنترنت وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري: دراسة تحليلية على عينة من الريف والحضر، رسالة دكتوراه، غير منشورة (جامعة المنوفية: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2012).

- 13) محمد سعد أحمد. آليات تشكيل الأخبار في الصحف المصرية وعلاقتها بتعددية المصادر، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، العدد الثاني، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يناير - مارس 2010)، ص ص 219 - 329.
- 14) حنان أحمد سليم. الاتجاهات الحديثة في دراسات وبحوث علاقة الجمهور بالإنترنت والإعلام الجديد، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** (أبريل- يونيو 2010) العدد (35)، ص ص 1-141.
- 15) Thorson, Kjerstin; Vraga, Emily&Ekdale, Brian (Jul-Aug2010). Credibility in Context: How Uncivil Online Commentary Affects News Credibility. **Mass Communication & Society**, vol. 13, No. (3), 289-313.
- 16) Dochterman, Mark A.& Stamp, Glen HPart 1: The Determination of Web Credibility: A Thematic Analysis of Web User's Judgments. **Qualitative Research Reports in Communication**, vol.1 No.(1), 37-43.
- 17) غاده عبد التواب اليماني. مصداقية الأخبار المحلية في الصحف والمواقع الإخبارية . **مجلة البحوث الإعلامية- جامعة الأزهر**. يناير 2010.
- 18) عثمان بن محمد العربي مصداقية الصحافة الإلكترونية العربية لدى الجمهور السعودي : دراسة مسحية على متصفح الصحافة الإلكترونية في مدينة الرياض . (الرياض: كرسي صحيفة الجزيرة للصحافة الدولية، 2009)
- 19) حنان أحمد سليم. مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام لدى الجمهور الألماني، **المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر بكلية الإعلام جامعة القاهرة، الإعلام بين الحرية والمسئولية : 2008)**
- 20) Neil Robjohn&Others," Examining the perceived credibility of on line opinions: information Adoption in the Online Environment ,"proceeding of the 41st **Hawaii international Conference on system sciences** -2008 on line at: [http:// cite seerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi-pdf](http://cite.seerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi-pdf) (28-7-2016).
- 21) Michael Karlsson," Immediacy of Online News: Journalistic Credo Under Pressure", 2007 ,available on line at: [www. Allacademic.com](http://www.Allacademic.com). 30/7/2016.
- 22) نائلة ابراهيم عمارة 2006 22: مدركات الجمهور المصرى عن تحيز الوسائل الاعلامية دراسة تطبيقية فى إطار نظرية عدوانية وسائل الاعلام. **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام** ، العدد الاول، المجلد السابع- يناير / يونيو 2006
- 23) عزة عبد العظيم محمد ..مصداقية مصادر الأخبار بين الجمهور الإماراتي: دراسة مقارنة بين الوسائل التقليدية والحديثة، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، يونيو - ديسمبر 2006 المجلد السابع- العدد الثانى ص ص . 445-496.
- 24) عبد الملك عبد العزيز الشلوب،العوامل المؤثرة على مصداقية الصحف السعودية لدى الشباب الجامعى،**المجلة المصرية لبحوث الإعلام**،جامعة القاهرة،كلية الإعلام،العدد الرابع والعشرين،يناير-يونيو،2005.
- 25) وائل إسماعيل عبد البارى،مصداقية المواقع الإخبارية على الإنترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصرى،**مرجع سابق**.

- 26) Nazato Yoshiko, (2002), *Credibility Of Online Newspapers*, (online), available: www.inma.org/Subscribers/Papers/2002-Nocato.pp.3-4.
- 27) مهيتاب محمود الرافي. استخدامات النخبة المصرية لشبكة الانترنت واتجاهاتها نحو مصداقيتها، رسالة دكتوراه، غير منشورة (القاهرة: كلية الاعلام جامعة القاهرة، 2014)
- 28) سامح كمال عبدالقادر. اتجاهات النخبة المصرية حول مصداقية البرامج الرياضية في التداول الاعلامي للقضايا والازمات الرياضية بالتطبيق على حادثة استاد بورسعيد ، *مجلة كلية التربية الرياضية - جامعة المنصورة العدد 20، مارس 2013* ، المجلد الأول ص 191:229.
- 29) دعاء فتحي سالم. اتجاهات الصفوة المصرية نحو معالجة المواقع الإلكترونية لأحداث ما بعد ثورة 25 يناير: دراسة في إطار نظرية التماس المعلومات، *المؤتمر العلمي الثامن عشر لكلية الإعلام ، مرجع سابق*.
- 30) وليد عبدالفتاح النجار. مصداقية المواقع الصحفية الالكترونية وعلاقتها بدرجة الاعتماد عليها كما يراها جمهور الصفوة الاعلامية المصرية ، *المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، كلية الاعلام جامعة القاهرة العدد 37 ، يونيه 2011*، ص ص 377 : 498.
- 31) هبة حسين عبدالوهاب. مستويات مصداقية القنوات الاخبارية كما تراها الصفوة. رسالة ماجستير، غير منشورة، (القاهرة: كلية الاعلام جامعة القاهرة ، 2010).
- 32) William P. Cassidy , *Outside influences Extra media Forces and the Newsworthiness Conception of on line Newspaper Journalists*, 2008 , Available online at:// www.allacademic.com.
- 33) محمد يحيى موسى . *مصداقية الصحافة اليمينية لدى الصفوة* ، رسالة ماجستير غير منشورة، (أسيوط: جامعة أسيوط كلية الآداب قسم الاعلام ، 2008).
- 34) Cassidy, P. William, " Online News Credibility: An Examination of the Perceptions of News paper Journalists", *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol.12, No.2, 2007 (Online at) www.jcmc.indiana.edu/vol.12/issue2/cassidy.html. 25/4/2016.
- 35) سامى السعيد النجار. *مصداقية الصحف المصرية لدى النخبة السياسية-مرجع سابق* .
- 36) دراسة أماني عمر الحسيني . دور البرامج السياسية فى القنوات المصرية المحلية فى تشكيل الراى العام لدى النخبة تجاه الاحداث الجارية بحث ميدانى. *المجلة المصرية لبحوث الراى العام ، العدد الاول، المجلد السابع- يناير / يونيو 2006*
- 37) سهام نصار. تأثير عنصر المصداقية على علاقة الصفوة بالصحافة المصرية، *المؤتمر العلمي السنوي التاسع " أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق "* .كلية الاعلام جامعة القاهرة، مايو 2003 ، ص ص 385-466.
- 38) هويدا مصطفى. أكتوبر وديسمبر 2003 . مصداقية وسائل الإعلام كما تراها النخبة في مصر: دراسة حالة للتغطية الإعلامية للحرب على العراق، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد (21)، ص ص 10-73* .
- 39) ثريا عبدالحميد سلامة و ثائر غباري. التناظر المعرفي والمسؤولية الاجتماعية لدى طلبة الجامعة الهاشمية في ضوء متغيري النوع الاجتماعي والكلية، (عمان : *المجلة الأردنية في العلوم التربوية، مجلد 12، عدد 1: 2016*)، ص 31.
- 40) [http://www.med.usf.edu/~kmbrown/cognitive consistency overview.Htm](http://www.med.usf.edu/~kmbrown/cognitive_consistency_overview.Htm) , 23/8/2015
- 41) سيد عبد العال ، طلعت حسن . *المدخل إلى علم النفس : الدراسة العلمية لسلوك الإنسان* ، (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، د . ت) ، ص ص 176 : 178.

- 42) <http://www.ou.edu>, Reaching your audience : Matching media channels to target audience, 23/8/2015
- 43) منيرة أحمد حلمي. ثلاث نظريات في تغير الاتجاهات، (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، د . ت) ، ص ص 190-191.
- 44) محمد عبد الحميد. دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، (القاهرة : عالم الكتب ، 1993) ، ص ص 99-100.
- 45) عزة عبدالعزيز عبداللاه. مصداقية الصحافة المصرية القومية والحزبية ، دراسة للمضمون الصحفي والقائم بالاتصال والجمهور، رسالة دكتوراه غير منشورة ،(جامعة جنوب الوادي ، كلية الآداب بسوهاج قسم الاعلام،1996)، ص 79.
- 46) محمود علم الدين. مصداقية الاتصال، (القاهرة: دار الوزان للطباعة والنشر،1989)، ص 7.
- 47) عزة عبدالعزيز. مصداقية الاعلام العربي (المفاهيم والمعايير) ط1، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع: 2006)، ص 36.
- 48) عواطف عبدالرحمن. الصحافة العربية في مواجهة الاختراق الصهيوني، ط1، (القاهرة : دار الفكر العربي، 1996م)، ص ص 59: 61.
- 49) عزة عبدالعزيز. مصداقية الاعلام العربي (المفاهيم والمعايير)، مرجع سابق، ص 122.
- 50) ديمة الخطيب. أزمة الصحافة العربية ، on line ، <http://www.alquds.co.uk/?p=45157> 2016/1/17 ، MAY 17, 2013
- 51) Ceilie Gaziano and Kristisn Mcgrath, Measuring The concept of Credibility, **Journalism quarterly**, vo.63, No.3, 2000, pp.87-88.
- 52) محمد سيد محمد . كيف نقيس المصداقية في الاعلام العربي، (القاهرة: مجلة الدراسات الاعلامية ، العدد 49، اكتوبر -نوفمبر 1987)، ص 36.
- 53) ماكس ماكوفر وآخرون. الأخبار والرأي العام. تأثير الاعلام على الحياة المدنية، ترجمة محمد صفوت حسن، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع: 2012) ، ص 63.
- 54) Nazato Yoshiko, (2002), Credibility Of Online Newspapers, (online), available: www.inma.org/Subscribers/Papers/2002-Nocato.pp.3-4. 23/8/2015
- 55) Ceilie Gaziano and Kristisn Mcgrath, Measuring The concept of Credibility, **Journalism quarterly**, vo.63, No.3, 2000, pp.87-88.
- 56) عزة عبدالعزيز. مصداقية الاعلام العربي (المفاهيم والمعايير)، مرجع سابق، ص 51.
- 57) أسماء السادة المحكمين لصحيفة الاستقصاء، ولهم مني جزيل الشكر والتقدير:
- أ.د. سهام نصار. عميد كلية تكنولوجيا الاعلام. جامعة سيناء.
 - أ.د. اعتماد خلف معبد. أستاذ الاعلام بجامعة عين شمس.
 - أ.د. هشام عطية. أستاذ الصحافة بكلية الاعلام جامعة القاهرة.
 - أ.د. عربي عبدالعزيز. عميد المعهد العالي للإعلام بالاسكندرية.
 - أ.د. محمد زين. عميد كلية الاعلام جامعة بني سويف.
 - أ.م.د. عادل فهمي. أستاذ الاذاعة بكلية الاعلام جامعة القاهرة.
- 58) غاده عبد التواب اليماني. مصداقية الأخبار المحلية في الصحف والمواقع الإخبارية . مجلة البحوث الإعلامية- جامعة الأزهر. يناير 2010
- 59) Cassidy, P. William, " Online News Credibility: An Examination of the Perceptions of News paper Journalists", **Journal of Computer-Mediated Communication**, vol.12, No.2, 2007 (Online at) www.jcmc.indiana.edu/vol.12/issue2/cassidy.html. 25/4/2016.

-
- 60) سماح عبدالرازق الشهاوي. العوامل المؤثرة على مستقبل الصحافة الالكترونية مرجع سابق.
- 61) أحمد على إبراهيم. اعتماد الشباب على المواقع الصحف الالكترونية أثناء الأزمة السورية وعلاقته بإدراكهم لمصداقيتها، مرجع سابق.
- 62) مني جابر هاشم. مصداقية مواقع بعض الصحف المصرية على الإنترنت وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري: دراسة تحليلية على عينة من الريف والحضر، مرجع سابق.
- 63) هبة حسين عبدالوهاب. مستويات مصداقية القنوات الاخبارية كما تراها الصفوة. مرجع سابق.
- 64) نفس المرجع السابق.
- 65) محمد يحيى موسى . مصداقية الصحافة اليمينة لدى الصفوة ، حرجع سابق.
- 66) سامى السعيد النجار، مصداقية الصحف المصرية لدى النخبة السياسية-دراسة حالة للتغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية فى مصر لعام 2005، مرجع سابق.
- 67) سماح عبدالرازق الشهاوي. العوامل المؤثرة على مستقبل الصحافة الالكترونية، مرجع سابق.
- 68) سامى السعيد النجار، مصداقية الصحف المصرية لدى النخبة السياسية- مرجع سابق .
- 69) سماح عبدالرازق الشهاوي. العوامل المؤثرة على مستقبل الصحافة الالكترونية، مرجع سابق.