

مصادقية المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية لدى الجمهور المصري

دراسة حالة للتغطية الإعلامية للعمليات الإرهابية لتنظيم داعش

د/ وفاء عبد الخالق ثروت(*)

مقدمة:

شهدت بدايات القرن الحادي والعشرين تطوراً واضحاً في مجال الاتصال الجماهيري من خلال الاستخدام الواسع والتفعيل المتزايد لشبكة المعلومات الدولية، والتي أضفت على الممارسة الإعلامية أبعاداً إضافية عن تلك التي تقدمها وسائل الإعلام التقليدية، فتوسعت وسائل الإعلام في ممارساتها الإعلامية من خلال مواقعها الإلكترونية على شبكة الانترنت لتجعل الجمهور أكثر مشاركة وتفاعلاً معها، وقد أثارت مصادقية وسائل الإعلام الجديد وبالتحديد المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية جدلاً واسعاً من قبل الباحثين في مجال الاتصال الجماهيري ، من منطلق أن المصادقية عامل مهم في تحديد تأثير وسائل الإعلام على معارف واتجاهات الجمهور، وتعد أحد العناصر المهمة في تقييم الأداء الإعلامي.

وتزايدت أهمية دراسة المصادقية في ضوء التطورات المتلاحقة في مجال تكنولوجيا الاتصال، والتقدم الكبير في صناعة الإعلام ونقل المعلومات، وتزايد عدد القنوات الفضائية، وشبكات الأخبار العالمية التي حرصت أن يكون لها مواقع إلكترونية على شبكة الانترنت .

وقد تراجعت في السنوات الأخيرة مصادقية وسائل الإعلام تراجعاً واضحاً ، بل كانت هناك أزمة في هذه المصادقية على مستوى العالم أجمع ، وتشير التوجهات العلمية الحديثة في مجال الدراسات الإعلامية إلى أن تحقيق المصادقية لدى الجمهور ليس بالأمر اليسير، لأنها مفهوم متعدد الأبعاد، منها ما يتعلق بالوسيلة الإعلامية وخصائصها، وبالمؤسسة الإعلامية ذاتها من حيث نمط ملكيتها وتمويلها وتوجهها السياسي، ومنها ما يتعلق بالمصدر وما يخص طبيعة التغطية الإعلامية، كما أنها ترتبط بمجموعة من المتغيرات مثل الأنظمة السياسية والثقافية للمجتمع وخصائص الجمهور، فالمصادقية تعنى درجة الثقة التي يوليها الجمهور للمعلومات الواردة

(*) أستاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا.

إليه عبر وسائل الإعلام ، من منطلق أن هذه المعلومات هي انعكاس حقيقي للأحداث التي يتم تغطيتها ، حيث تلتزم الوسيلة الإعلامية بتقديم الحقائق والمعلومات الصحيحة، بما يؤدي إلى الوصول للحق في معرفة سليمة أمام الجمهور ، فالجمهور يضع دائماً مصداقية الوسيلة في موضع الاختبار ، فإذا وثق بها اعتمد عليها ، وإذا لم يثق في مصداقيتها استبعدها وبحث عن مصدر آخر يشكل له السبيل المعرفي الموثوق به، وعلى الرغم من ازدياد مساحة حرية الرأي والتعبير وتداول المعلومات في وسائل الإعلام، وتعدد القنوات الفضائية واستخدامها لشبكة الانترنت من خلال مواقعها الإلكترونية، وما أتاحه ذلك من منافسة في تقديم الوقائع للجمهور من زوايا ورؤى متعددة ، إلا أن هذه الحرية لم يواكبها ارتفاع في مصداقية هذه الوسائل، حيث أشارت نتائج مسح الرأي العام إلى التراجع الحاد في مصداقية وسائل الإعلام لدى الجمهور⁽¹⁾.

وقد شهدت المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية تزايداً ملحوظاً في الآونة الأخيرة، وأصبحت منطقة الشرق الأوسط والمنطقة العربية مقصداً مهماً لهذه المواقع ، وأيضاً تزايد عدد مستخدمي شبكة الانترنت، وتزايد جمهور هذه المواقع، مما بلور أهمية التعرف على درجة مصداقيتها لدى الجمهور، ومواقفها تجاه القضايا والأحداث العربية والدولية ، خاصة أن محاولة الوصول للمواطن العربي والتأثير عليه هو هدف أساسي للعديد من الدول الأوروبية منذ الثلاثينات من القرن الماضي ، وأطلقت العديد من الدول الأوروبية قنوات فضائية للمنطقة العربية باللغة العربية، ثم دعمتها بالمواقع الإلكترونية للوصول إلى شريحة معينة من الجمهور من مستخدمي شبكة الانترنت .

تحديد مشكلة الدراسة وأهميتها:

أدى التطور التكنولوجي إلى حدوث تغيرات في آليات نقل الأخبار وتداولها، إذ أدت الثورة التكنولوجية إلى وجود نوع من التكامل والاندماج بين وسائل الإعلام الجماهيرية وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات ، فأصبح لدى القنوات الفضائية مواقع إلكترونية تدعم ما تقدمه هذه القنوات، ويتفاعل معها الجمهور بدرجة جعلته يتعايش مع تطورات الأحداث أول بأول .

وقد أثارَت المواقع الإلكترونية للقنوات الأجنبية الموجهة باللغة العربية العديد من الإشكاليات حول كيفية ممارستها لدورها الإعلامي في تغطية الأحداث المختلفة ، ومدى مصداقيتها في عملية الإقناع ، والمعايير المكونة لتلك المصداقية ، والمتغيرات التي تؤثر على تصديق الجمهور وثقته في هذه المواقع، فهناك العديد من العوامل التي تؤثر على مصداقية وسائل الإعلام منها علاقة الوسيلة بالنظام السياسي،

ونمط ملكيتها، وخبرات الجمهور مع وسائل الإعلام ، واندماجه في القضية المطروحة، وتوجهاته الفكرية والمتغيرات الديمجرافية وغيرها .

وإذا كانت مصداقية وسائل الإعلام من المسائل المهنية المتعلقة بأخلاقيات الإعلام، فإن الاهتمام بها يزداد في أوقات الأزمات ، حيث كثيراً ما تنتهج وسائل الإعلام أساليب وممارسات معينة تختلف عما تنتهجه في الأوقات العادية، ومع تراجع مصداقية وسائل الإعلام بصفة عامة استجابة للعديد من الضغوط والتطورات على الساحة السياسية والإعلامية، أصبح هناك تهديد لحرية الإعلام، وتهديد لدور وسائل الإعلام في حماية مصالح المجتمع ، مما جعل مصداقيتها محل تقويم ومناقشة .

وفي ضوء ما سبق تتحدد مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على مصداقية المواقع الالكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية (موقع قناة BBC العربية - موقع قناة دويتش فيله الألمانية - روسيا اليوم - فرانس 24 ساعة - يورونيوز العربية) لدى الجمهور المصري في تغطيتها الإعلامية للعمليات الإرهابية لتنظيم داعش، من حيث مدى التزام هذه المواقع بالمعايير التي تحقق المصداقية، ومدى اعتماد الجمهور عليها كمصادر للمعلومات عن العمليات الإرهابية لداعش، ودوافع هذا الاعتماد والتأثيرات الناتجة عنه، ورصد المتغيرات التي تؤثر على تصديق الجمهور وثقته في هذه المواقع.

وترجع أهمية الدراسة لما يلي:

- تزايد الاهتمام العالمي بدراسات مصداقية وسائل الإعلام، كالمتميز الأبرز في تحديد تأثيرات وسائل الإعلام علي معارف الجمهور واتجاهاته، في ظل التزايد المتلاحق للآزمات السياسية والأمنية، مما يفيد في تقييم أداء وسائل الإعلام .

- التقصي عن المعايير المحققة لمصداقية وسائل الإعلام , ومدى الالتزام بها للوقوف علي مستويات وأنماط تأثيراتها علي الجمهور المستهدف، ورصد العوامل التي تعزز أو تضعف الثقة في وسائل الإعلام.

- تبحث الدراسة مدي أهمية الدور الذي تقوم به المواقع الالكترونية للقنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية علي المستوى السياسي، حيث أصبحت القضايا السياسية تدار إعلامياً وليس سياسياً فقط، وبالتالي قد يكون تأثيرها كبير علي المستخدم العربي، حال تحيز هذه المواقع أو محاولتها لتوجيه الرأي العام في اتجاه ما، في ظل تزايد أعداد هذه المواقع وزيادة نسبة مستخدميها .

- أهمية القضية التي تتناولها الدراسة حيث تعتبر قضية الإرهاب من أهم القضايا السياسية والأمنية الدولية والعربية في الوقت الراهن، وتحظى بدرجة اهتمام عالية لدى الجمهور بصفة عامة والمصري بصفة خاصة .

- أهمية دراسة مصداقية الإعلام الجديد، خاصة أن الإعلام الجديد أصبح له دور بارز في إدارة العديد من الصراعات الدولية، وتقديم تصورات بشأن الأطراف المشاركة فيها، حيث لم تعد وسائل الإعلام مراقباً موضوعياً في تغطية الأزمات والصراعات، بل تضيء الشرعية على بعض الأطراف، وتجرد أطراف أخرى منها، وكذلك تركز على قضايا معينة، وتتجاهل قضايا أخرى بالرغم من أهميتها.

- توعية الجمهور بمفهوم المصداقية، ومعايير ومستوياته، حتى يستطيع أن يحدد الأخبار الصادقة من غيرها، ولا يشارك في نشر الأخبار غير الصحيحة.

أهداف الدراسة: تسعى الدراسة للتعرف على مصداقية المواقع الالكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة بالعربية لدى الجمهور المصري في تغطيتها للعمليات الإرهابية لتنظيم الدولة في العراق والشام (داعش)، وذلك من خلال دراسة كيفية ممثلة في مجموعات نقاش مركزة مكونة من إعلاميين وجمهور عام، بني عليها دراسة كمية ممثلة في استبيان طبق على عينة من الجمهور المصري، وتستهدف الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- الوقوف على درجة مصداقية المواقع الالكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية لدى الجمهور المصري، فيما يختص بتناول قضية الإرهاب، خاصة إرهاب داعش، وتحديد أكثر المواقع مصداقية لديه.

- رصد وتحليل المتغيرات التي تؤثر على إدراك الجمهور لمصداقية المواقع الالكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية.

- التعرف على مدى وعي الجمهور المستخدم للمواقع الالكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية بمكونات مصداقية هذه المواقع سواء ما يتعلق منها بالوسيلة أو القائم بالاتصال أو بالجمهور ذاته.

- رصد درجة اعتماد الجمهور على هذه المواقع في الحصول على المعلومات المتعلقة بالعمليات الإرهابية، وبالتحديد إرهاب تنظيم الدولة (داعش).

الدراسات السابقة : قامت الباحثة بمراجعة التراث العلمي السابق وقسمته إلي محورين رئيسيين:

(1) دراسات عنيت بمصداقية وسائل الإعلام :

(1) دراسة رحاب عبد الناصر (2016)⁽²⁾، التي استهدفت الوقوف علي درجة مصداقية القنوات التليفزيونية المصرية الحكومية والخاصة ، وفق المستويات المختلفة المكونة للمصداقية، وقياس أثر المصداقية علي استجابات الجمهور المعرفية والعاطفية والسلوكية، وطبقت علي عينة عمدية من مشاهدي هذه القنوات في محافظة أسيوط، وتوصلت نتائج الدراسة إلي: يزيد الاعتماد علي القنوات الخاصة دون الحكومية حالة تعرض الجمهور لمعلومات متناقضة حول حدث ما أو في حالة الشائعات، من أجل التأكد من صحة الخبر، مما يعنى تراجع معدلات الثقة في الإعلام الحكومي المصري، ويؤكد أهمية دراسة التحديات والمعوقات التي تواجهه وتواجه القائمين بالاتصال وتؤثر علي الأداء العام .

(2) دراسة وليد رشيد (2013)⁽³⁾، التي سعت إلي معرفة مستويات مصداقية الأخبار في القنوات التليفزيونية العراقية كما يراها الجمهور العراقي، ومدى ثقته فيها، وطبقت علي عينة قوامها (400) مفردة في مدينة بغداد، وأسفرت النتائج عن: تمثلت العوامل المؤثرة علي مصداقية الخبر في القنوات التليفزيونية العراقية في مصدر الخبر والدقة والصورة المصاحبة للخبر، ارتفاع نسبة من يعتمدون علي القنوات التليفزيونية عند حدوث أزمة سياسية في البلاد، توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل التعرض للأخبار في القنوات العراقية ودرجة مصداقية هذه القنوات، لا يفضل المبحوثون متابعة الأخبار في القنوات الحكومية لطابعها الدعائي.

(3) دراسة هبة شاهين (2012)⁽⁴⁾، التي سعت لرصد اتجاهات الجمهور المصري نحو مصداقية القنوات الإخبارية المصرية والعربية والدولية خلال ثورة 25 يناير، ومدى اعتماد الجمهور عليها كمصادر للمعلومات، ودوافع الاعتماد عليها ، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (400) مفردة من البالغين المصريين (18 سنة فأكثر) في محافظات القاهرة والجزيرة والقليوبية بأسلوب التوزيع النسبي على المحافظات الثلاثة وفقاً لعدد السكان في كل محافظة ، وتوصلت الدراسة إلى : تصدرت قناتا العربية والجزيرة قائمة القنوات الإخبارية العربية والدولية التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة أخبار ثورة 25 يناير، برزت قناة BBC في مقدمة القنوات الإخبارية من حيث إجمالي المصداقية، ثم قناة العربية، فالجزيرة ثم CNN ، وبالتالي عكست مؤشرات ثقة الجمهور في القنوات الإخبارية اختلافاً عن مؤشرات الاعتماد عليها ، تعددت مكونات مصداقية القنوات الإخبارية لدى الجمهور وتمثلت

في الدقة ثم الحياد ثم الشمول ثم تلبية احتياجات الجمهور ثم مكون كفاءة المرسلين وأخيراً مكون الثقة.

(4) دراسة Ann Williams (2012)⁽⁵⁾ التي استهدفت التعرف على إدراك الجمهور لمصداقية الأخبار المقدمة عبر وسائل الإعلام التقليدية وعبر المواقع الالكترونية، وسعت لقياس تأثير متغير نشاط المشاهدة على إدراك الجمهور لمصداقية وسائل الإعلام، وأجريت الدراسة على عينة قوامها (400) مفردة، وأسفرت الدراسة عن النتائج التالية: أشار المبحوثون إلى أن الأخبار المقدمة عبر المواقع الالكترونية الإخبارية أكثر مصداقية من الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية، هناك علاقة ارتباطية ايجابية بين نشاط المشاهدة من ناحية ومصداقية الوسيلة الإعلامية، ومصداقية القائم بالاتصال من ناحية أخرى.

(5) دراسة حسناء منصور (2012)⁽⁶⁾ التي استهدفت تقييم مصداقية البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية لدى مشاهديها من المغتربين المصريين في المملكة العربية السعودية، وانعكاس ذلك على درجة اعتمادهم عليها لإشباع حاجتهم المعرفية حول موضوع الدستور المصري 2012، وأيضا اتجاهاتهم نحو ما تطرحه البرامج من قضايا وأفكار بشكل عام، وطبقت الدراسة على (174) مفردة من المصريين المغتربين في السعودية، وتوصلت نتائجها إلى: تمثلت معايير الحكم على مصداقية البرامج الحوارية من وجهة نظر الجمهور في: مصداقية المذيع، عرض الرأي والرأي الآخر، نقل صور حية من مواقع الأحداث، احترام رأى الجمهور، مرجعية القناة، رأى الأصدقاء ثم شهرة البرنامج، أقر نصف العينة تقريبا أن معايير المصداقية تتواجد في البرامج الحوارية بدرجة قليلة، يعتمد الجمهور على البرامج الحوارية كمصدر للمعلومات بدرجة محدودة حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة (49.4%)، تليها فئة الاعتماد إلى حد ما ثم الاعتماد بشدة.

(6) دراسة دينا عرابي وبسنت العقباوي (2012)⁽⁷⁾ التي سعت إلى قياس مدى مصداقية ما يعرض في مواقع التواصل الاجتماعي من أخبار أو من صور أو فيديو هات لدى الشباب، من خلال رصد نمط المضمون الخبري الذين يتعرضون له، كما اهتمت الدراسة التي استخدمت منهج المسح الإعلامي بالتعرف على مدى وعي الجمهور بمفهوم المصداقية للمضمون الخبري والعناصر المكونة له، وذلك من خلال دراسة ميدانية طبقت على عينة عشوائية بلغ قوامها 200 مفردة من الشباب من الجنسين ممن تتراوح أعمارهم ما بين (18-35) عاماً من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع السعودي، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: كان التعرف على كافة الأخبار بشكل دقيق وصادق هو أول مكونات مفهوم المصداقية عند

الجمهور، ثم ضرورة التأكد من شخصية القائم بالاتصال ثم استناد الأخبار إلى أدلة كالوثائق والوقائع، جاء استخدام الصور ضمن المضمون الخبري في مواقع التواصل الاجتماعي أول عناصر تصديق المحتوى عند الشاب، ثم ذكر مصدر الخبر، ثم وجود أكثر من رابط لنفس الخبر، ثم الوثائق، وبعد ذلك الفيديوهات، وتدني الاهتمام بالأرقام والإحصائيات .

(7) دراسة (2012) Shahira Fahmy and Others⁽⁸⁾، التي استهدفت التعرف على العوامل المؤثرة على تقييم الجمهور لمصداقية قنوات الحرة والجزيرة والعربية، واختبرت الدراسة نموذج انتمان، الذي يقوم على أن نجاح الولايات المتحدة الأمريكية في الترويج لسياساتها الخارجية يعتمد على اتجاهات الجمهور الإيجابية نحوها، وطبقت الدراسة خلال الفترة من 27 مارس حتى 25 أبريل 2008، على عينة قوامها (1109) مفردة من مشاهدي هذه القنوات محل الدراسة من خلال استبيان إلكتروني، وتوصلت الدراسة إلى: ارتباط تقييم مصداقية القنوات الثلاثة بمعدل التعرض لها، وبمتغير أهمية القضية، مثل قضية الحرب على العراق، والصراع الفلسطيني الإسرائيلي، يميل المبحوثون الذين يدعمون السياسة الأمريكية إلى استخدام وتصديق قناة الحرة بدرجة تفوق قناتي الجزيرة والعربية، بينما يقل استخدام وتصديق قناة الحرة بين الرافضين للسياسة الأمريكية.

(8) دراسة وسام نصر (2010)⁽⁹⁾ عن مصداقية وسائل الإعلام المصرية الحكومية والخاصة أثناء الأزمات بالتطبيق على أزمة انفلونزا الخنازير، واستهدفت تقصي رأى الجمهور حول مصداقية وسائل الإعلام المصرية، ودرجة التزامها بالمعايير التي تحقق المصداقية، وما إذا كان هناك تغير في أساليب تناولها لازمة أنفلونزا الخنازير بعد مضي فترة زمنية، وانعكاس ذلك على مصداقيتها، وأجريت الدراسة على عينة قوامها (400) مفردة من الجمهور المصري في المرحلة من 18 سنة فأكثر في محافظات القاهرة والجيزة وطلوان، وخلصت الدراسة إلى ما يلي: حازت الفضائيات المصرية الخاصة على أعلى النسب فيما يتعلق بالعناصر الإيجابية لمصداقية الوسيلة الإعلامية، وكذلك مصداقية القائم بالاتصال، اتضح أن ملكية الوسيلة ومصادر تمويلها والقدرة على فهم تداعيات الأزمة من خلالها كانت من العوامل المؤثرة إيجاباً على مصداقية الوسيلة، تعرض ما يقرب من ثلاثة أرباع المبحوثين لمعلومات متناقضة بين الوسائل الإعلامية المصرية الحكومية والخاصة فيما يتعلق بالأزمة موضع الدراسة.

(9) دراسة هبة عبد الوهاب (2010)⁽¹⁰⁾: التي استهدفت التعرف على مدى مصداقية القنوات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفوة المصرية، حيث

طبقت الدراسة الميدانية على عينة قوامها (155) مفردة من الصفوة السياسية والأكاديمية والإعلامية، وتوصلت إلى : تمثلت أهم معايير تقييم مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية لدى الصفوة في الفورية في نقل الأحداث، الاعتماد على شبكة مراسلين في نقل الأحداث من أماكنها، ارتفاع مستوى الأداء المهني للمذيع، وجود علاقة ارتباطية دالة ايجابية قوية بين حجم مشاهدة القنوات الإخبارية العربية والأجنبية والموجهة وإدراك الصفوة لمصداقيتها، جاءت قنوات مصر الإخبارية والعربية في الترتيب الأول في نسبة مشاهدة الصفوة للقنوات الإخبارية.

(10) دراسة Kim and Johnson (2009)⁽¹¹⁾، حيث سعت للتعرف على تقييم الجمهور لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة لاختبار العوامل المؤثرة على مصداقية المصادر الالكترونية في فترة الانتخابات في كوريا الجنوبية عام (2004) ، وطبقت الدراسة على عينة من المعنيين بالسياسة، وفي ذات الوقت من مستخدمي المواقع الالكترونية ، وتوصلت إلى أن المبحوثين يرون أن الصحف الالكترونية على الانترنت بدون إصدارات مطبوعة هي أكثر مصداقية في المعلومات السياسية من الصحف وغيرها من الوسائل التقليدية ومواقعها الالكترونية.

(11) دراسة Seo Tyujin (2008)⁽¹²⁾ ، التي استهدفت التعرف على مدى إدراك القائمين بالاتصال لمصداقية المصدر في تغطية المحادثات المرتبطة بكوريا الشمالية وتحديداً الملف النووي لديها ، كذلك تحليل العلاقة بين إدراك القائمين بالاتصال لمصداقية المصدر ومدى استعانتهم به ضمن المصادر الإعلامية الأخرى، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (69) صحفي منهم (24 صحفياً من الولايات المتحدة الأمريكية) ، (45 صحفياً من كوريا الجنوبية) وذلك عبر البريد الالكتروني، وتوصلت الدراسة لوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين إدراك الصحفيين لمصداقية المصدر والاستعانة به في التغطية الإعلامية.

(12) دراسة نائف العتيبي (2007)⁽¹³⁾ عن مصداقية الأخبار التلفزيونية لدى طلاب وطالبات جامعة الملك سعود: دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة، واستهدفت التعرف على رأي الطلاب في مصداقية الأخبار والعناصر المكونة لمفهوم المصداقية وترتيب هذه العناصر لديهم، وهي دراسة مسحية استخدمت الأسلوب المقارن، وطبقت على عينة عشوائية عنقودية قوامها (514) مفردة، وتوصلت إلى ما يلي: تميزت القنوات الخاصة بتفوق عنصر الحرية، وهو ما افتقدته القنوات الحكومية، شهرة القناة تجعل أخبارها ذات مصداقية عالية، شغل الانترنت المرتبة الأولى كبديل إعلامي تلجأ إليه عينة الدراسة حال عدم ثقتهم في أخبار التلفزيون، أظهرت النتائج أن عنصر الوضوح (في اللغة والأفكار وأساليب

تقديم الخبر) جاء في الترتيب الأول كأهم عناصر ومكونات المصدقية، ثم القرب والترتيب والكفاءة.

(13) دراسة خالد صلاح (2006)⁽¹⁴⁾ التي استهدفت التعرف على مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور المصري، وهي دراسة كمية كيفية في إطار النموذج البنائي للمصدقية، حيث اهتم الباحث بدراسة مصداقية وسائل الإعلام وفق مستويين رئيسيين أولهما المستوى العام الذي يتضمن التصديق العام، وتقييم الجمهور لوسائل الإعلام المصرية، وثانيهما المستوى الفرعي الخاص بالمقارنة بين قابلية الجمهور لتصديق وسائل الإعلام التقليدية في مقابل الوسائل الحديثة، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة عمدية قوامها (300) مفردة من مدينتي القاهرة والجيزة، وتوصلت إلى النتائج التالية: صحة الربط النظري بين متغيري المصدقية والاعتماد، حيث كانت هناك علاقة ايجابية متوسطة القوة بين المتغيرين، أظهرت النتائج أنه بالرغم من التصديق العام لوسائل الإعلام المصري، إلا أن الأفراد لديهم تحفظات تتعلق بالتوجهات الفكرية لبعض هذه الوسائل، ومصادر تمويلها، يقيم الجمهور المصري وسائل الإعلام التقليدية بوصفها الأصدق مقارنة بالوسائل الحديثة وفقاً للمستوى الأول للمصدقية، وتتفوق المواقع الالكترونية من حيث الصور الذهنية الايجابية وفقاً للمستوى الثاني للمصدقية.

(14) دراسة عثمان عربي (2005)⁽¹⁵⁾ عن مصداقية الصحف الالكترونية العربية لدى الجمهور السعودي، وهي دراسة مسحية على متصفح الصحف الالكترونية في مدينة الرياض، للتعرف على درجة مصداقية وسائل الإعلام التقليدية والحديثة لديهم، واعتمد الباحث على ما تسمى بعينة الكرة الثلجية، وطبقت على (450) مفردة، وتوصلت النتائج إلى ما يلي: بمقارنة مصداقية الانترنت بمصدقية وسائل الإعلام التقليدية نجد أن الانترنت جاء في المرتبة الأولى في صفتي الأنوية والتفاعلية، ثم التلفزيون ثم الإذاعة فالصحافة، وجاء الانترنت في المرتبة الثانية بعد التلفزيون بالنسبة للخبرة والاكتمال وأيضاً الموضوعية والعمق، وجاء في المرتبة الثالثة في صفات الدقة وقوة المصادر والمهنية التحريرية، تمتع التلفزيون بدرجة ثقة تفوق الانترنت والصحف والراديو لدى عينة الدراسة.

(15) دراسة Johnson and Kaye (2004)⁽¹⁶⁾ حول الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة وأثر ذلك على مصداقية ما يسمى باليوميات الإخبارية "Weblogs" التي بدأت تنتشر وهي ليست صحافة رقمية بالشكل المعروف، إنما هي يوميات إخبارية يمكن لأي فرد مستخدم للإنترنت إقامة موقع وطرح موضوع معين للنقاش العلن، بحيث يتنامى السياق التفاعلي في مناقشة الخبر المطروح، 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.

(16) دراسة Greer (2003)⁽¹⁷⁾ عن تقييم مصداقية وسائل الإعلام الرقمية، واستخدمت 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 وهيكلة التنظيمي.

(17) دراسة سهام نصار (2003)⁽¹⁸⁾ عن تأثير المصداقية على علاقة الصفوة بالصحافة المصرية، وتناولت إدراك الصفوة لقيم الممارسة المهنية والأخلاقية للصحافة المصرية من خلال تأثير المصداقية على استخدامهم لتلك الصحف، واعتمدت على المنهج المسحي، وطبقت على عينة عمدية قوامها (250) مفردة في مدينتي القاهرة وأسيوط، وتوصلت الدراسة إلى: الصحافة المصرية أقل مصداقية من وسائل الإعلام العربية والأجنبية، والتي تقدم تغطية متكاملة وأكثر شمولية للأخبار، مصداقية الخبر في التلفزيون ترتبط بالقناة التي يذاع منها وليس بشخص مذيع النشرة، ربط المبحوثون بين مصداقية الخبر الصحفي والصحيفة التي تنشره.

(18) دراسة Rasha Abdulla and Others (2002)⁽¹⁹⁾ عن مصداقية الخبر في الصحافة والتلفزيون والصحافة الإلكترونية، واستهدفت رصد أوجه التشابه والاختلاف في إدراك الجمهور لمصداقية الخبر في وسائل الإعلام، استخدمت الدراسة منهج المسح، وطبقت على عينة عنقودية من الأمريكيين البالغين 18 سنة فأكثر، وتوصلت النتائج إلى: يعتبر التلفزيون الوسيلة الأساسية للأخبار تليه الصحافة ثم الإنترنت، اختار المبحوثون الإنترنت باعتباره الأكثر مصداقية والأكثر إيجابية بالمقارنة بالوسائل الإعلامية التقليدية، اختلفت وسائل الإعلام باختلاف الأخبار المفضلة لدى المشاهدين، فالمشاهد الذي يفضل الأخبار المحلية والقومية يستخدم الصحافة والتلفزيون، والمشاهد الذي يفضل الأخبار الدولية يتعرض للإنترنت.

(19) تناول Kiouisis (2001)⁽²⁰⁾ في دراسته معيار الثقة كأحد المحددات التي يستخدمها الجمهور عند متابعته لوسائل الإعلام الجديدة في عصر المعلومات، و قارن بين مصداقية الأخبار المقدمة في كل من التلفزيون والصحف وشبكة الإنترنت،

وعرض لمتغيرين مهمين هما استخدام وسائل الإعلام وأنماط الاتصال الشخصي ودورهما في مناقشة مصداقية الوسيلة، وركز أيضًا على مصداقية المصدر والمحتوى، واستخدم الباحث منهج المسح الإعلامي لعينة عشوائية قوامها (320) مفردة، وتوصلت الدراسة إلي: مصداقية الأخبار على شبكة الإنترنت أكثر من مثيلاتها على التلفزيون، المواقع الإخبارية الرقمية تعمل على إعادة تشكيل اتجاهات الجمهور بشأن مصداقية وسائل الإعلام التقليدية .

(20) استهدف Flanagan and Metzger (2001)⁽²¹⁾ قياس اتجاهات الجمهور نحو أنماط مصداقية الإنترنت مقارنة بمصداقية الراديو، التلفزيون، المجلات وأخيراً الصحف، و توصل الباحثان إلى أن مصداقية الإنترنت تتساوى مع هذه الوسائل عدا الصحف المطبوعة التي تنفرد بدرجات أعلى من المصداقية، واعتمد الباحثان على معايير التحقق، المحتوى والمراجعة التحريرية كعناصر حاكمة لمناقشة موضوع المصداقية، وقد تم ذلك باستخدام منهج المسح الإعلامي، وطرحت الدراسة عدة جوانب مستقبلية تتعلق بمصداقية المصدر، وتنوع المحتوى الإعلامي في ظل تعددية وسائل الإعلام، وتطور معايير وآليات التحقق من مصداقية وسائل الإعلام، بالإضافة لإيجاد اتجاهات وأطر نظرية جديدة تعالج قضية المصداقية.

(2) دراسات خاصة بالمواقع والقنوات والإذاعات الفضائية الأجنبية الموجهة

بالعربية:

(21) دراسة محمد الدالي (2012)⁽²²⁾ التي استهدفت التعرف على المعالجة الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط في قناتي الحرة الأمريكية وفرانس 24 ، من خلال تحليل مضمون كمي وكيفي للإعلام الأمريكي والفرنسي الموجه بالعربية، ورصد حجم الاختلاف بينهما، والتعرف على الأطر الإخبارية المستخدمة في تناول القضايا البارزة في الشرق الأوسط، وانعكاس السياسة التحريرية للقناة على المعالجة الإخبارية، وهي دراسة مسحية استخدمت الأسلوب المقارن، وتم تحليل مضمون قضايا الشرق الأوسط في (90) نشرة إخبارية في كل من الحرة وفرانس 24، وأسفرت الدراسة عن: اتفقت السياسة التحريرية والفنية للقناتين مع سياسة الدولتين الباتنتين بالنسبة لقضية العراق، وبالنسبة للصراع العربي الإسرائيلي، وحرصت كل قناة على إبراز دور دولتها، تصدرت الأخبار السلبية عن قضايا الشرق الأوسط الأخبار الواردة في كل من الحرة وفرانس 24 بنسبة (56.8%)، بينما جاءت الأخبار الإيجابية بنسبة (28%)، تصدر إطار الصراع الأطر الإعلامية المستخدمة (70.2%)، وبفارق نسبي عن إطارى التعاون والاحتجاج.

(22) دراسة Michael Bruce (2012)⁽²³⁾ التي درست أوجه الاختلاف في اختيار واستخدام الصورة التليفزيونية في النشرات الإخبارية في خمس قنوات تليفزيونية إخبارية عربية وموجهة بالعربية، فيما يتعلق بتغطية أحداث ثورات الربيع العربي، وهي قنوات الجزيرة والجزيرة الإنجليزية والعربية والحررة وBBC عربي، وقامت الدراسة بتحليل مضمون (438) قصة إخبارية خلال الفترة من 2010/8/1 حتى 2011/6/15، وتوصلت الدراسة إلى: استخدمت القنوات محل الدراسة تقنيات الإنتاج في تقديم تغطية إخبارية دورية لأحداث الربيع العربي، كانت الشبكات الإخبارية العربية هي الأكثر عرضاً لمشاهد العنف، والأكثر تركيزاً على عناصر الإثارة، تصدرت قناة الحررة في استخدامها للصور في تغطيتها للأحداث، وكانت هي الأكثر استخداماً للإطار السياسي.

(23) دراسة داليا عثمان (2012)⁽²⁴⁾ حول المعالجة الإخبارية للقضايا السياسية العربية في القنوات الموجهة باللغة العربية: الحررة الأمريكية، العالم الإيرانية، فرانس 24، وسعت الدراسة إلى رصد وتحليل أطر وسمات معالجة القضايا السياسية العربية، والقوى الفاعلة المؤثرة فيها، وطبقت على عينة من النشرات والبرامج الإخبارية قوامها (60) نشرة من الحررة، (61) نشرة من العالم، (61) نشرة من فرانس 24، وتم تحليل مضمون (45) حلقة من برنامج ساعة حررة على الحررة، (59) حلقة من برنامج تحت الضوء على العالم، (44) حلقة من برنامج باريس مباشر من فرانس 24، خلال شهري مايو ويونيو 2011، وهي دراسة مسحية استخدمت الأسلوب المقارن، وأسفرت عما يلي: اهتمت القنوات الثلاثة بالتوازن في عرض القضايا، حيث جاء في المقدمة "عرض وجهات نظر متعددة"، اتسمت قناة الحررة في معالجتها للقضية الفلسطينية بالتحيز الواضح للجانب الإسرائيلي، بينما كانت قناة فرانس 24 محايدة إلى حد ما، وكان لقناة العالم توجه إيجابي للجانب الفلسطيني، والعداء الكامل للجانبين الإسرائيلي والأمريكي، أو وضحت نتائج التحليل الكيفي الخاص بالقضية السورية تأثير سياسات الحكومات البائدة للقنوات علي المعالجة الإخبارية، فقناة العالم تدعم النظام السوري علي عكس قناتي الحررة وفرانس 24 .

(24) دراسة Amir Yehia (2011)⁽²⁵⁾: التي استهدفت تحليل الأطر الإعلامية البارزة في القصص الإخبارية في الموقع الإلكتروني لقناة CNN الأمريكية وقناة الجزيرة القطرية، للمقارنة بينها في التغطية الإخبارية لثورة 25 يناير 2011، وموقف كل من المتظاهرين والحكومة المصرية والمجتمع الدولي من الثورة، وطبقت الدراسة على (36) قصة إخبارية في موقع CNN، و(48) قصة إخبارية في موقع الجزيرة، خلال الفترة من 25 يناير إلى 15 فبراير 2011، وتوصلت الدراسة إلى:

اختلاف الموقعين محل الدراسة في تغطيتهما لأحداث ثورة 25 يناير، حيث ركز موقع CNN على أحداث الثورة من وجهة نظر الحكومة الأمريكية وحلفائها، ومن خلال الدعوة إلى إصلاح سلمي عن طريق الحوار لتلافي الفوضى في الشارع المصري، بينما ركز موقع الجزيرة على وجهة نظر المتظاهرين وزعماء المعارضة، ووصف الثورة بأنها سلمية لتحقيق مستقبل أفضل.

(25) دراسة بثينة حمدان (2010)⁽²⁶⁾ عن تغطية الـBBC الإخبارية للصراع الفلسطيني - الإسرائيلي، وتناولت الدراسة الـBBC نموذجاً عن الإعلام (الموجه)، من منطلق أنها من أشهر الوسائل الإعلامية عالمياً، وهي أحد أذرع السياسة الخارجية البريطانية منذ بدايتها، رغم إعلانها المتكرر عن استقلاليتها التحريرية.

كذلك من منطلق أن توجه العالم الغربي للعقل والثقافة العربية عبر الإعلام، ومؤثر هام لا بد من الالتفات إليه ومعرفة أهدافه، وأكدت النتائج على: عدم موضوعية BBC وتأثرها باللوبي الصهيوني والضغط الإسرائيلي التي تمارس عليها، وظهر ذلك من خلال سلوكها مع محرريها الذين تحدثوا بحقائق عن الصراع تدين الطرفين الفلسطيني، ولم تتناول أحداثاً فيها انتهاك للقانون الدولي، أهملت بث عدد من الأخبار حول حياة الفلسطينيين اليومية، تناولت مصطلحات إسرائيلية، وركزت على قضية صواريخ الفصائل الفلسطينية، لتظهر حقيقة ما يحدث في غزة من حصار على أنه رد.

(26) دراسة تمارة الاوم (2010)⁽²⁷⁾ عن بناء الحقائق في الصراع العربي الإسرائيلي، وركزت الدراسة على مقارنة التغطية الإخبارية للصراع بين الجزيرة والـCNN والـBBC، عبر تحليل مضمون مقالات نشرت على المواقع الالكترونية الإخبارية الخاصة بالشبكات الثلاثة لمدة شهرين، بغرض الوصول إلى تصور لكيفية بناء الإعلام لحقائق الصراع العربي الإسرائيلي، وخلصت نتائج الدراسة إلى: إن مصادر الاخبار رغم تشابهها جميعاً في تغطية الأحداث تختلف في المضمون وبشكل خاص فيما يتعلق بالقضايا الإنسانية، وترد الباحثة تلك الاختلافات بدرجة أولى إلى القيود الأيديولوجية المفروضة على المصادر الإخبارية، شكل الصراع العربي الإسرائيلي معطى بارزاً وعملاً حاضراً باستمرار ومؤثراً بدرجات متفاوتة في الاتجاه العام للإعلام، وبرغم هذا الاهتمام ما يزال الحل الجذري لهذا الصراع بعيد المنال، فقد تعددت وجهات النظر وأصبح ذلك جلياً من خلال طبيعة المعلومات الغامضة والمتضاربة التي تبثها وسائل الإعلام حول هذا الصراع.

(27) دراسة فاطمة الخطيب (2010)⁽²⁸⁾، حول المعالجة الإعلامية للقضايا المصرية في القنوات الفضائية الإخبارية الدولية الناطقة باللغة العربية، وتأثيرها

على ترتيب أولويات الشباب الجامعي المصري المتابع لتلك القنوات نحو القضايا، وتم تحليل مضمون النشرات والبرامج الإخبارية في قنوات BBC عربية والحرّة وروسيا اليوم، لمدة ستة أشهر، وطبقت الدراسة الميدانية علي (400) مفردة من طلاب الجامعات المصرية، وأسفرت عن اختلاف أجندة القضايا المصرية لدي القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية عن أجندة القضايا لدي الشباب المصري، مما يدل علي ضعف تأثير هذه القنوات علي الجمهور المستهدف.

(28) دراسة ليون بارخو (2009)⁽²⁹⁾ عن استراتيجيات السلطة في محطات البث العالمية متعددة اللغات، ، وهي دراسة تحليلية مقارنة ، تناولت كيفية تقديم أخبار الشرق الأوسط في ثلاث شبكات إعلامية هي الـBBC والـCNN والجزيرة ، وركزت علي لغة الخطاب الخاص بالأخبار الساخنة وكيف يتم إنتاج أو إعادة إنتاج مفردات لغوية معينة سواء عن قصد أو بغير قصد لتفسير السياقات السياسية والاجتماعية للأحداث، وتوصلت الدراسة إلي: تكمن قوة هذه الشبكات في عدم التحفظ وتحري الصدق في نقل المعلومات، تمتلك الجزيرة والـBBC والـCNN إمكانات اتصالية ومعلوماتية تفوق بدرجة ملحوظة غيرها من الشبكات الإعلامية علي مستوى العالم، فالـBBC على سبيل المثال تبث بثلاث وثلاثين لغة ولها فرق كبيرة من الإعلاميين، أما الجزيرة فقد تحولت خلال عقد فقط من الزمن إلى قوة إعلامية لا يمكن لصناع القرار وواضعي السياسات تجاهلها، وأما الـCNN فتقدم خدماتها باثنتي عشرة لغة تغطي الأركان الأربعة للكرة الأرضية.

(29) دراسة سوزان سكوفك (2009)⁽³⁰⁾ عن صورة الإسلام في الفضائيات العالمية، وهي دراسة مقارنة بين القنوات الإخبارية: الجزيرة الإنجليزية والـBBC والـCNN، حيث قارنت الدراسة بين تغطية القناتين الإخباريتين العالميتين الغربيتين: BBC العالمية و CNN من جهة، وبين قناة الجزيرة الإنجليزية من جهة أخرى، وتم في هذه الدراسة تحليل مضمون 707 تقرير إخباري عن قضايا الإسلام في القنوات الثلاثة على مدى فترة ثلاثة أشهر، وأسفرت الدراسة عن: قناة الجزيرة الإنجليزية هي أول قناة إخبارية بالإنجليزية تتخذ من الشرق الأوسط مقراً لها ويمكن استقبال برامجها وأخبارها في جميع أنحاء العالم سواء عبر الأقمار الصناعية أو عبر شبكات الكيبل، لم تكن صورة الذات التي يحملها المسلمون عن أنفسهم منعكسة في محتوى هذه القنوات، وركزت في تغطيتها علي الصور النمطية للإسلام.

(30) دراسة نهي العبد (2009)⁽³¹⁾، التي استهدفت معرفة درجة اعتماد الجمهور العربي علي القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية في أوقات الأزمات بالتطبيق علي أزمة العدوان الإسرائيلي علي غزة ، وتم تطبيق الدراسة علي عينة

عمدية قوامها (400) مفردة من الجمهور العربي الذي يتعرض للقنوات محل الدراسة، وتوصلت إلي : تصدرت BBC عربية القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة بالعربية من حيث درجة المشاهدة , تلاها TV 5 ثم الحرة ثم France 24 ثم روسيا اليوم ثم العالم الإيرانية ثم دويتش فيله DW الألمانية ثم الفضائية الإسرائيلية ، تمثلت أهم اوجة تميز القنوات الموجهة بالعربية في الإمكانيات المتطورة (91.8%)، والجرأة في عرض الأخبار، وبينهما كانت أهم اوجة القصور هي عدم الموضوعية في عرض الأخبار (5208%)، وعرض وجهة نظر مالك الوسيلة، وإهمال عرض وجهة النظر العربية.

(31) دراسة Trevor Asserson and Deena Pinson (2008) (32)، التي استهدفت تحليل مضمون راديو هيئة الإذاعة البريطانية الموجة باللغة العربية خلال فترة الحرب بين إسرائيل وحزب الله بجنوب لبنان عام 2006، وبالتحديد تحليل مضمون برامج الأخبار الأساسية، والتعرف علي اتجاهات الضيوف نحو ال BBC، وأسفرت الدراسة عن : راديو BBC خارج السيطرة والتحكم، وهو ضد الايدولوجيا الأمريكية، أوضح النسبة الأكبر من الضيوف موقفهم المضاد لأمريكا، من منطلق أن السياسة الأمريكية تسعى للاستيلاء علي جميع الأراضي الفلسطينية، أيد (82%) من الضيوف حزب الله، مقابل (18%) مع إسرائيل .

(32) دراسة حلمي محسب (2008) (33) التي استهدفت محاولة الوقوف على مقياس للتفاعلية يجمع المستحدثات التكنولوجية لثورة الإنترنت، وأيضاً محاولة معرفة العلاقة بين التفاعلية وبين المواقع الإلكترونية للقنوات التلفزيونية، وذلك بتحليل مضمون موقعي الجزيرة و CNN خلال الفترة من 1 يناير إلى 1 أبريل 2007، وهي دراسة مسحية استخدمت الأسلوب المقارن وتوصلت إلى: ارتفعت نسبة تفاعلية موقع CNN (89%)، بالمقارنة بتفاعلية موقع الجزيرة (53.2%)، يقدم موقع CNN أكثر من خيار لغوي للمستخدم، ويحتوي موقع الجزيرة على خيار واحد إضافي هو اللغة الإنجليزية، يتميز موقع الجزيرة في الإجابة المباشرة على استفسارات المستخدمين.

(33) دراسة Hanadi S.Eltuhami (2003) (34)، حول تغطية الانتفاضة الفلسطينية الثانية في موقعي شبكتي BBC World ، CNN علي شبكة الانترنت، واهتمت الدراسة بتحليل مضمون هاذين الموقعين والتعرف علي الأطر والمصادر الإخبارية في تغطية أحداث الانتفاضة , وأشارت نتائج الدراسة إلي : أكد الموقعان علي هيمنة الولايات المتحدة الأمريكية من خلال تقليل قائمة مصادر الأخبار، والتركيز علي الجوانب المعتمدة علي الإثارة في الصراع، هذا بالرغم من إنه من

المفترض استقلالهما عن الحكومة من حيث توجيهها نحو الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، قلة ومحدودية الآراء والأفكار حول الصراع الفلسطيني الإسرائيلي في كلا الموقعين .

باستعراض الدراسات السابقة يتضح ما يلي :

- تنامي الاهتمام بدراسات المصدقية سوء مصداقية وسائل الإعلام التقليدي أو الجديد.
- اختلاف النتائج حول الوسائل الإعلامية الأكثر مصداقية لدى الجمهور.
- تنوع واختلاف مكونات مصداقية وسائل الإعلام، مما يشير لأهمية إجراء المزيد من الدراسات لتحديد معايير تقييم المصدقية.
- تفوق المواقع الالكترونية على الوسائل التقليدية من حيث صورتها الذهنية الايجابية لدى جمهور تلك المواقع.
- أشارت نتائج الدراسات إلى تعدد المتغيرات التي تؤثر على مصداقية وسائل الإعلام، مثل كثافة المشاهدة والجمهور النشط والمتغيرات الديموجرافية.
- وضوح تأثيرات سياسات الحكومات والدول الباتة للقنوات الفضائية، ومواقعها الالكترونية على المعالجات الإخبارية للأحداث المختلفة، وعلى السياسة التحريرية والفنية.
- حداثة وقلة الدراسات الإعلامية التي تناولت مصداقية المواقع الالكترونية للقنوات الفضائية، خاصة القنوات الأجنبية الموجهة بالعربية ، وعلاقتها بالتغطية الإعلامية للعمليات الإرهابية.
- كانت أهم القضايا التي ركزت عليها الدراسات الخاصة بالمواقع والإذاعات والقنوات الفضائية الأجنبية الموجهة بالعربية، هي القضية الفلسطينية، والملف العراقي، دون التركيز على العمليات الإرهابية داخل وخارج الوطن العربي.
- أكثر القنوات الأجنبية الموجهة باللغة العربية التي اهتمت بها الدراسات السابقة هي ال BBC، مما يعكس أهمية القناة وتوجهاتها وأسلوبها في التغطية، ولكن لم تحظ قنوات مثل روسيا اليوم واليورونيوز وفرانس 24 ودويتش فيله بنفس القدر من الاهتمام.
- لجأت معظم الدراسات إلى الاستبيان فقط كأداة كمية لقياس المصدقية، وندر استخدام الأدوات الكيفية.

وبالتالي تطرقت الدراسات السابقة المتوفرة لبعض جوانب المصدقية وألقت الضوء على بعض المواقع والقنوات الفضائية الموجهة بالعربية، ولكن هذه الأدبيات تناولت جوانب تختلف عن تلك التي تريد الباحثة تسليط الضوء عليها، فالباحثة تركز على مصداقية المواقع الالكترونية للقنوات الفضائية الأوروبية الموجهة باللغة العربية لدى الجمهور المصري في تغطيتها الإعلامية للعمليات الإرهابية لتنظيم الدولة (داعش)، ودرجة اعتماده عليها في الحصول على المعلومات، وأهداف هذا الاعتماد، والتأثيرات الناتجة عنه، ومستوى اهتمامه بهذه العمليات الإرهابية، لذا تأتي أهمية إجراء هذه الدراسة بكونها لم يسبق أن تناولها أحد من الباحثين من هذه الزاوية، في ظل تنامي العمليات الإرهابية على مستوى العالم، وتنامي الدور الاتصالي للمواقع الالكترونية على شبكة الانترنت.

واستقادت الباحثة من مراجعة الدراسات السابقة في:

- وضع تصور عام للدراسة.
- تحديد بلورة مشكلة الدراسة وأهدافها.
- صياغة بعض فروض الدراسة، وتحديد المتغيرات التي يمكنها التأثير على درجة المصدقية.
- تحديد المنهج والأدوات المناسبة.
- تصميم مقياس لمكونات مصداقية المواقع الالكترونية للقنوات الفضائية الموجهة.
- تصميم محاور وأطروحات أساسية كدليل للنقاش في مجموعات النقاش المركزة.
- مناقشة النتائج ومقارنتها بنتائج الدراسات السابقة.

الإطار النظري للدراسة: تستمد هذه الدراسة إطارها النظري من:

- 1- العناصر المكونة لمصدقية وسائل الإعلام وأبعادها المختلفة.
- 2- نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام.

أولاً: العناصر المكونة لمصدقية وسائل الإعلام: ظهرت أبحاث المصدقية في بداية الخمسينات من القرن الماضي، فقد تطرق هوفلاند ووايز & Hovland Weiss إلي تأثير مصداقية المصدر علي فاعليات الاتصال، وكان هناك خلط بين مفاهيم مصداقية المصدر والوسيلة والرسالة، وحددا مصداقية المصدر في بعدين رئيسيين هما: خبرة المصدر والثقة به، وكانت الفكرة الرئيسية تكمن في أن المصدر قد يعرض معلومات خاطئة عن عمد أو غير عمد⁽³⁵⁾، وتعددت الدراسات التي ركزت

علي بعد واحد من أبعاد المصداقية : منها من قاس المصداقية علي مستوى الوسيلة الإعلامية، ومنها من قاسها علي مستوى الجمهور .

ويري بيرلو وآخرون Berlo & Others أن المصداقية مفهوم غير أحادي البعد، إنما هي مفهوم متشابه متعدد الأبعاد، منها ما هو متعلق بالمصدر، ومنها ما يتعلق بالرسالة الإعلامية، ومنها ما يتعلق بالوسيلة الإعلامية وخصائصها، بالإضافة إلي علاقة المصداقية بمتغيرات أخرى مثل نمط الملكية والاتجاه السياسي وخبرات وتوجهات الجمهور، ومناخ الرأي السائد في المجتمع نحو القضايا والمشكلات البارزة⁽³⁶⁾، وعرف كولديب kuldip⁽³⁷⁾ المصداقية بأنها الالتزام الخلفي في تقصي الحقائق، ومراعاة القيم والأعراف الاجتماعية، وتوخي الحرص في تتبع حقائق وتفاصيل الأخبار، وعرفت هويدا مصطفى⁽³⁸⁾ المصداقية بأنها تلك المؤشرات التي تساعد علي تحديد مصداقية المضمون، مثل (التوازن في مقابل التحيز، والتعددية في مقابل الأحادية، والثقة في مقابل التشكيك، والتكامل والشمولية في مقابل التجزئة)، وقد أضافت معايير أخرى خاصة بالكفاءة المهنية والوضوح وحرية الممارسة الإعلامية، ومراعاة اهتمامات الجمهور، والأخلاقيات العامة .

ويمكننا تعريف المصداقية بأنها المعالجة الأخلاقية والمهنية للمادة الإعلامية بحيث تشمل الدقة والصدق وعدم التحيز والاكتمال ومراعاة اهتمامات الجمهور، مستندة علي أدلة تثبت صدق الخبر أو الموضوع أو الرأي، ويرى كوهرنج kohring⁽³⁹⁾ أن الثقة متغير مهم يقيم الجمهور من خلالها مصداقية الوسيلة الإعلامية، والثقة تركز علي: الثقة في انتقائية الوسيلة الإعلامية للموضوعات، حيث يثق الجمهور في الوسيلة التي تتناول موضوعات لها صلة به، والثقة في انتقاء الحقائق المتعلقة بهذه الموضوعات، وذلك بعرض المعلومات الصحيحة عن تلك الموضوعات، والثقة في دقة عرض هذه الموضوعات، ثم الثقة في التقييم الإعلامي لهذه الموضوعات، وقدم شوجير Schweiger⁽⁴⁰⁾ في دراسته مصداقية وسائل الإعلام الحديثة خمسة مستويات للمصداقية يمكن أن تسهم جميعها في تفسير وإدراك المصداقية:

المستوي الأول : القائم بالاتصال (المصدر) : حيث يقوم الجمهور بتقييم مصداقية المصدر سواء المذيع أو المراسل أو غيرهما من القائمين بالاتصال، ويتم تقييم المصدر من خلال: عدم التسرع في نشر الحقيقة، العمل لصالح الحقيقة وليس لصالح أي جهة، نشر الحقائق بطريقة مباشرة، مراعاة العرف والتقاليد، عدم المساس بالحياة الشخصية للآخرين، البعد عن الأخبار الكاذبة.

المستوي الثاني: مصدر الرسالة الإعلامية، وهو المصدر الذي استقي منه القائم بالاتصال المعلومات، وهو ناقل الحدث، مثل تصريحات المسؤولين أو الشهود العيان، ويجب أن يكون هذا المصدر موثوق فيه.

المستوي الثالث للمصادقية: الوحدات التحريرية، التي تقدم الرسالة من خلالها، مثل نشرة الأخبار أو البرنامج التليفزيوني، وتقيم الوحدات التحريرية عن طريق: وضوح الرسالة حتي في أوقات الخطر، اليسر والسهولة في تناول الحقائق، نشر الحقائق بكل أبعادها، والدقة في تناولها.

المستوي الرابع للمصادقية: النظم الفرعية للوسيلة الإعلامية، وهو المستوي الخاص بأنماط ملكية الوسائل الإعلامية التي تؤثر علي توجه التغطية.

المستوي الخامس: الوسيلة الإعلامية، كالقنوات التليفزيونية أو المواقع الإلكترونية أو المؤسسات الصحفية، وهو المستوي الأقرب لهذه الدراسة، التي تسعى للتعرف علي مصادقية المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الأوروبية الموجهة باللغة العربية لدي الجمهور المصري في تغطية العمليات الإرهابية لتنظيم داعش.

وتعود بداية دراسات مصادقية الوسيلة إلي عام (1959) عندما أجريت عدة دراسات عن مصادقية الصحف والراديو والتليفزيون، وأسفرت النتائج عن كون الصحف أكثر مصادقية من التليفزيون تارة، والتليفزيون أكثر مصادقية من الصحف والراديو تارة أخرى، ويرى الباحثون أن السبب في النتائج المتباينة يعود إلي أن الجمهور يعتبر الوسيلة الأكثر استخداماً لها هي الأكثر مصادقية⁽⁴¹⁾، حيث أثبتت نتائج دراسة آن ويليمز (Ann Williams 2012)⁽⁴²⁾ أن المواقع الإلكترونية الإخبارية أكثر مصادقية من وسائل الإعلام التقليدية، في حين توصلت نتائج دراسة خالد صلاح (2006)⁽⁴³⁾ إلي أن الجمهور يقيم الوسائل التقليدية من إذاعة و تليفزيون و صحف على أنها الأكثر مصادقية مقارنة بالوسائل الحديثة.

وبالتالي تتعدد العوامل التي تؤثر في مصادقية الجمهور لوسائل الإعلام، سواء عوامل متعلقة بالمصدر وأخري بالرسالة الإعلامية وأخري متعلقة بالجمهور وأيضا عوامل متعلقة بالوسيلة الإعلامية وهي المرتبطة بموضوع الدراسة .

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: تستمد أيضاً الدراسة الراهنة إطارها النظري من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency، لأنها تلائم موضوع الدراسة وتحقق أهدافه، حيث تقوم فكرة هذه النظرية على أنه مع تعقد الحياة في المجتمعات الحديثة، واستمرار التقدم في تكنولوجيا الاتصال، تزايدت أهمية وسائل الإعلام في نقل المعلومات، وازداد اعتماد الجمهور عليها من منطلق تكوين

معارف واتجاهات نحو ما يحدث حولهم في مجتمعهم أو المجتمعات الأخرى، حيث إن الاعتماد على وسيلة إعلامية معينة هو تفضيل لهذه الوسيلة، لأنها تشبع احتياجات شخصية أو اجتماعية لدى الفرد(44).

وتؤكد نظرية الاعتماد على اعتبار وسائل الإعلام أنظمة معلومات أساسية للمجتمع، وتمثل روابط بين الأفراد والبناء الاجتماعي، ويمكن النظر لتأثير وسائل الإعلام على مفاهيم الجمهور ارتباطاً باعتماد الجمهور عليها، وتعرضهم الانتقائي لمحتواها كمصدر لتحقيق أهدافهم(45)، ويرى ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش(46)، وهما من قاما بوضع هذه النظرية أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لتحقيق عدة أهداف هي:

- الفهم: وهو يمثل التعلم واكتساب الخبرات ومعرفة ما يدور حوله في البيئة المحيطة وتفسيره.

- التوجيه: فهناك توجيه ذاتي من خلال اتخاذ القرارات المناسبة، وتوجيه العمل والسلوك، بهدف التصرف بطريقة تلائم توقعات وأخلاقيات المجتمع في موقف محدد، وتوجيه تفاعلي مثل كيفية التعامل في المواقف الجديدة أو الصعبة.

- التسلية: وتتضمن التسلية المنعزلة، مثل الراحة والاسترخاء والتسلية الاجتماعية، للتسلية والهروب من المشاكل الضاغطة بمصاحبة الأسرة أو الأصدقاء، وذلك بمشاهدة التلفزيون أو الاستماع للموسيقى أو الذهاب للسينما.

ويزداد الاعتماد على وسائل الإعلام في حالتين: الأولى في المجتمعات المعقدة حيث تؤدي وسائل الإعلام وظائف عديدة ومتخصصة، لا سيما فيما يتعلق بجمع المعلومات ونشرها، والحالة الثانية تتعلق بوجود حالة من عدم الاستقرار في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، والذي يشمل حالات الأزمات والطوارئ والصدمات في المجتمع، وهاتان الحالتان تخلقان جواً من عدم اليقين يزيد من حاجة الجمهور للحصول على معلومات تساعدهم على إزالة التوتر، من هنا يزيد الاعتماد على وسائل الإعلام(47).

ويقوم الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد على أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته عن طريق استخدام هذه الوسائل، وكلما قامت الوسيلة بدور مهم في حياته، يزداد تأثيرها عليه، وتنشأ علاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة على الجمهور(48).

وتتمثل الفروض الفرعية للنظرية في:

- تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة قلة القنوات البديلة للمعلومات، فعندما تتعدد مصادر المعلومات يقل الاعتماد على وسائل الإعلام.
- لدرجة استقرار النظام الاجتماعي تأثير على زيادة أو نقص الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث تزداد الحاجة للمعلومات فيزداد الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة عدم الاستقرار الاجتماعي.
- هناك اختلاف بين الأفراد في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام، وفق اختلافهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية(49).
- وتتعدد الآثار الناتجة عن اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، ويمكن تحديدها في:

- الآثار المعرفية Cognitive Effects: وهي خاصة بإزالة الغموض الناتج عن نقص المعلومات، نتيجة الأزمات والكوارث والتغير الاجتماعي، مما يجعل الجمهور أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام في محاولة لإيجاد المعلومات التي تقدم التفسير المناسب للوضع الجديد، وأيضاً الآثار المعرفية خاصة بتشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضايا المثارة في المجتمع، وبترتيب أولويات اهتماماته، وتوسيع دائرة معتقداته.

- الآثار الوجدانية Affective Effects: وتختص بالناحي العاطفية مثل الخوف والقلق والاعتراب والفتور العاطفي، حيث يبرز تأثير الوسيلة في خلق مشاعر عديدة لدى الجمهور.

- الآثار السلوكية Behavioral Effects: وهي تختص بالتغير في السلوك، فهي التي تنشط الفرد للقيام بسلوك معين نتيجة للتغير في المعارف والوجدان عند التعرض للوسيلة الإعلامية، وهذا يسمى تنشيط، وقد يكون السلوك هو الخمول، ويعني عدم النشاط واللامبالاة والسلبية(50)، وذلك عندما يتجنب الأفراد القيام بشيء، ويعزفون عن المشاركة نتيجة للتغطية الإعلامية المبالغ فيها، والتي قد تدفعهم للملل.

تساؤلات وفروض الدراسة (الكيفية والكمية):

أولاً المحاور والأطروحات الأساسية التي اشتمل عليها دليل النقاش لمجموعات النقاش المركزة:-

(1) إدراك المبحوثين لمصدقية المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية:

- 1- مكونات المصدقية التي يستند إليها المبحوثون في تقييم مصداقية المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية .

- 2- مستوى مصداقية هذه المواقع لدى الجمهور .
- 3- علاقة المصداقية بإشباع احتياجات الجمهور للمعلومات الصادقة.
- 4- درجة اعتماد المبحوثين على هذه المواقع بالمقارنة بالمواقع والقنوات الأخرى الأمريكية وغيرها .

(2) إدراك المبحوثين لمدي وجود اختلاف في التغطية الإعلامية للعمليات الإرهابية بين المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية:

- 1- اختلاف مصداقية التغطية الإعلامية للعمليات الإرهابية لتنظيم داعش بين المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية .
- 2- علاقة هذه المواقع بالدول التي تنتمي إليها والضغط السياسية التي قد تتعرض لها هذه المواقع، وتأثير ذلك على درجة مصداقيتها لدى المبحوثين.
- 3- الآراء والأفكار الخاصة بتقييم أداء كل موقع من المواقع محل الدراسة.
- 4- رؤية المبحوثين حول القائم بالاتصال في هذه المواقع.

(3) إدراك المبحوثين لاستخدام الجماعات الإرهابية كداعش للإعلام:

- 1- استخدام الجماعات الإرهابية للإعلام في الترويج لمعتقداتها.
- 2- استخدام الجماعات الإرهابية للإعلام في تجنيد المتعاطفين مع أفكارها.
- 3- التغطية الأمثل للعمليات الإرهابية من وجهة نظر المبحوثين.
- 4- درجة اعتماد المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة بالعربية علي داعش كمصدر للمعلومات.

ثانياً تساؤلات الدراسة الكمية:

- 1- ما أكثر المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية تفضيلاً لدى المبحوثين؟
- 2- ما أسباب تفضيل هذه المواقع؟
- 3- ما معدل التعرض للمعلومات الخاصة بالعمليات الإرهابية لتنظيم داعش في المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية؟
- 4- ما مدي توافر مكونات المصداقية في هذه المواقع في تناولها للعمليات الإرهابية لداعش من وجهة نظر الجمهور؟

5- ما درجة اعتماد الجمهور علي هذه المواقع في الحصول علي المعلومات المتعلقة بالعمليات الإرهابية لداعش ؟

6- ما أهداف الاعتماد علي هذه المواقع كمصادر للمعلومات عن إرهاب داعش ؟

7- ما التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد؟

ثالثاً فروض الدراسة:

1 - توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين إدراك الجمهور لأهمية العمليات الإرهابية لتنظيم داعش والحرص على متابعتها في المواقع الإلكترونية للفتوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية.

2- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين معدل التعرض للمواقع الإلكترونية للفتوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية بشأن العمليات الإرهابية لتنظيم داعش ودرجة مصداقية هذه المواقع لدي الجمهور.

3- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين اعتماد الجمهور على المواقع الإلكترونية للفتوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية كمصدر للمعلومات حول العمليات الإرهابية لتنظيم داعش ودرجة مصداقية هذه المواقع لديهم.

4- تزداد الرغبة في تحقيق أهداف الفهم والتوجيه والتسلية بشأن العمليات الإرهابية لتنظيم داعش بفروق جوهرية لدى المبحوثين الأكثر اعتماداً على المواقع الإلكترونية للفتوات الأوروبية الموجهة بالعربية مقارنة بالمبحوثين الأقل اعتماداً.

5- تزداد التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد على المواقع الإلكترونية للفتوات الأوروبية الموجهة بالعربية بشأن العمليات الإرهابية لتنظيم داعش بفروق جوهرية لدى المبحوثين الأكثر اعتماداً على هذه المواقع مقارنة بالمبحوثين الأقل اعتماداً.

6- توجد فروق دالة احصائياً بين متوسطات درجات مستويات مصداقية المواقع الإلكترونية عينة الدراسة لدى الجمهور بشأن العمليات الإرهابية لتنظيم داعش وخصائص الجمهور من حيث (النوع والسن والمستوى التعليمي والمستوى الاجتماعي والاقتصادي ومستوى الاهتمام بالموضوع).

مقاييس الدراسة :

1) مقياس مصداقية المواقع الإلكترونية : لتحديد درجة مصداقية هذه المواقع الإلكترونية لدي الجمهور، تم استخدام مقياس للمصداقية مستمد من عدة مقاييس

للمصداقية في العديد من الدراسات السابقة ذات الصلة، بعد تطوير جوانب معينة في هذه المقاييس بما يتناسب مع طبيعة المواقع الإلكترونية، وبما يتناسب مع طبيعة الجمهور المصري ، وتم عرض هذا المقياس لتحكيمه علي عدد من الخبراء في مجال الإعلام(*) لإبداء ملاحظاتهم عليه، إلي أن استقرت الباحثة علي المقياس الحالي للمصداقية :

مكونات المصداقية : (1) سمات التغطية الإخبارية وتشمل :

- أ- التغطية الكاملة والشاملة لأبعاد الأحداث الإرهابية .
- ب- توثيق المعلومات ونسبتها إلي مصادرها .
- ج- التوازن في عرض وجهات النظر المختلفة.
- د- الدقة والصدق والفورية في نقل المعلومات.
- هـ- الاستعانة بالمتخصصين في تحليل وتفسير الأحداث .
- و- الاستعانة بمصادر إعلامية موثوق بها .
- ز- الفصل بين الخبر والرأي.

(2) رؤية الجمهور حول القائم بالاتصال والوسيلة الإعلامية وتشمل :

- أ- كفاءة القائم بالاتصال .
- ب- تحقيق مصلحة الجمهور وتلبية احتياجاته بشأن هذه الأحداث.
- ج- الثقة في الوسيلة الإعلامية وتوجهاتها وأهدافها.
- د- استقلالية الوسيلة.
- هـ- الإنفراد وعدم الاعتماد علي داعش كمصدر للمعلومات.
- و- التفاعلية من خلال التعليقات (comments) – الإعجاب (like) – المشاركة علي الفيس بوك أو تويتر أو غيرهم من مواقع التواصل الاجتماعي (share) - المشاركة في استطلاعات الرأي – اسأل أكثر (إضافة سؤال والحصول علي إجابة 00) - التصويت في مسابقات (صوت الآن في مسابقة 000).

وتم صياغة عشرين عبارة تقيس سمات التغطية الإخبارية، ورؤية الجمهور حول القائم بالاتصال والوسيلة الإعلامية ، واحتوى هذا المقياس من خلال العبارة

الخامسة عشرة مقياساً للتفاعلية، تضمنت عبارات لقياس تفاعلية الجمهور مع المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية، وطلب من المبحوثين تحديد درجة قبولهم أو رفضهم لكل عبارة من عبارات المقياس ككل ، وذلك باستخدام مقياس ليكرت ثلاثي النقاط لقياس درجة مصداقية كل مكون من مكونات مصداقية المواقع الإلكترونية محل الدراسة، وبلغ مجموع درجات المقياس ستين درجة، وتم تصنيف المبحوثين من حيث درجة مصداقيتهم لهذه المواقع إلى ثلاثة مستويات، من خلال توزيع درجات المقياس على ثلاث فئات:

- مبحوثون درجة مصداقية هذه المواقع مرتفعة لديهم حصلوا على (48) درجة فأكثر.

- مبحوثون درجة مصداقية المواقع متوسطة لديهم حصلوا على درجات تتراوح بين (34- 47) درجة.

- مبحوثون درجة مصداقيتهم منخفضة حصلوا على (33) درجة فأقل.

2) مقياس مستوى الاهتمام بالموضوع :- المقصود بمستوي الاهتمام هو وجود دافع لإكساب الأفراد للمعلومات حول موضوع معين، ويؤثر بشكل إيجابي علي اكتساب المعلومات المتعلقة به من وسائل الإعلام، واستعانت الباحثة بالتصنيف الذي قدمه كل من تشو وبلامر (Chew@Plamer)⁽⁵¹⁾ بشأن الأبعاد المختلفة للاهتمام بالرسالة الإعلامية، وركزت علي بعدين للاهتمام هما :

أ- البعد العاطفي (الوجداني) للاهتمام : ويعتمد علي سؤال المبحوثين عن درجة اهتمامهم بموضوع ما ، وتم قياسه بسؤال المبحوثين عن درجة اهتمامهم الشخصي بالعمليات الإرهابية لداعش.

ب- البعد السلوكي للاهتمام: واعتمد قياسه علي تعدد المصادر التي يستمد المبحوث منها معلوماته حول هذه العمليات الإرهابية، ودرجة استخدامه لقنوات الاتصال المختلفة ، حيث وجه له سؤال تضمنت عبارات ، وطلب منه تحديد درجة استخدامه لكل قناة من قنوات الاتصال التالية: أتحدث مع أسرتي وأصدقائي وزملائي حول العمليات الإرهابية لتنظيم داعش، أتابع ما ينشر في الصحف، وما يقدم في التلفزيون، وما يقدم عبر المواقع الإلكترونية علي شبكة الإنترنت بشأنها، أتواصل وأتفاعل مع هذه المواقع الإلكترونية بشأن العمليات الإرهابية، أشارك في مناقشات عامة حولها.

وبلغ مجموع درجات المقياس (21) درجة بجانبه العاطفي والسلوكي، وتم توزيع درجات المقياس على ثلاث فئات : مستوى اهتمام مرتفع من (17- 21) درجة، ومتوسط من (12- 16) درجة، ومنخفض (أقل من 12) درجة.

(3) مقياس أهداف الاعتماد على المواقع الإلكترونية محل الدراسة: تضمنت الدراسة مقياساً لأهداف الاعتماد على المواقع الإلكترونية، شمل عبارات لقياس أهداف الفهم والتوجيه والتسليية، حيث تم قياس أهداف الفهم بعبارتين هما: فهم ما يدور من أحداث متعلقة بالعمليات الإرهابية، وفهم النتائج المترتبة على هذه العمليات، وقياس أهداف التوجيه بعبارتين هما: الحصول على معلومات عن العمليات الإرهابية تفيدني شخصياً، وتوجيهي إلى الأنماط السلوكية المناسبة للتعامل مع الإرهاب، وقياس أهداف التسليية بعبارتين أيضاً هما: التخلص من الملل وتمضية الوقت، والنقاش مع الزملاء والأصدقاء.

(4) مقياس التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على المواقع الإلكترونية محل الدراسة: تضمنت الدراسة أيضاً مقياساً للتأثيرات الناتجة عن الاعتماد على هذه المواقع كمصادر للمعلومات، تضمن عبارات لقياس التأثيرات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية، وتم قياس التأثيرات المعرفية باستخدام ثلاث عبارات هي: المعرفة بوقوع العمليات الإرهابية، معرفة جوانب العمليات الإرهابية ودوافعها، معرفة النتائج المترتبة على العمليات الإرهابية، وقياس التأثيرات الوجدانية بثلاث عبارات هي: الشعور بالقلق والخوف من تكرار العمليات الإرهابية، القلق على مستقبل الوطن العربي، التعاطف مع الضحايا خاصة المدنيين، وقياس التأثيرات السلوكية بعبارتين هما: المشاركة في الرأي حول العمليات الإرهابية، وعدم الاهتمام بما يحدث وعدم المشاركة.

(5) مقياس المستوى الاجتماعي الاقتصادي :- هو مستوي أو وضع معين تشغله الأسرة في التركيب الاجتماعي والاقتصادي للمجتمع⁽⁵²⁾، وضم الاستبيان عدة مؤشرات لقياس المستوى الاجتماعي الاقتصادي وهي : (نوع السكن – امتلاك بعض الأجهزة – عضوية النوادي – السفر للخارج – متوسط دخل الأسرة شهرياً) ، وكان مجموع درجات المقياس (31) درجة، وتم توزيع درجاته على ثلاث فئات، وصنف المبحوثون إلى: مبحوثين ذوي مستوى الاجتماعي الاقتصادي مرتفع (23) درجة فأكثر ، مبحوثين ذوي مستوى متوسط من (13- 22) درجة، مبحوثين ذوي مستوى منخفض (12) درجة فأقل.

نوع الدراسة :- تنتمي هذه الدراسة إلي الدراسات الوصفية التي تستهدف جمع الحقائق والبيانات عن ظاهرة معينة وهي : رصد درجة مصداقية المواقع الإلكترونية

للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية لدى الجمهور في تغطيتها للعمليات الإرهابية لتنظيم داعش، والتعرف علي مدي اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات عن هذه العمليات الإرهابية، والأهداف والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد ، في محاولة لتفسير هذه الحقائق تفسيراً علمياً دقيقاً .

المنهج المستخدم :- اعتمدت الدراسة علي منهج دراسة الحالة الذي يهدف دراسة وتحليل وتقييم مصداقية المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية لدي الجمهور المصري في تغطيتها الإعلامية للعمليات الإرهابية لتنظيم داعش، كما استعانت الباحثة بمنهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، واستخدم في إطاره المسح الميداني علي عينة من الجمهور المصري، بهدف التحقق من فروض الدراسة، واستخلاص نتائج تفسيرية ذات دلالة.

أدوات جمع البيانات والمدى الزمني للدراسة الميدانية :- اعتمدت الدراسة علي الأسلوب الكيفي المتمثل في مجموعات النقاش المركزة (البؤرية) (The Focus Group Discussion) كمرحلة أولي بني عليها أسلوب كمي خاص بتصميم صحيفة استبيان إلكتروني طبق علي عينة من الجمهور المصري، والاستبيان إلكتروني هو خدمة يتيحها موقع جوجل درايف (Google Drive) ، وتم وضع رابط الاستبيان الإلكتروني علي الصفحة الشخصية للباحثة علي موقع الفيس بوك، وهذا يفيد في تحقيق درجة عالية من الدقة والتحكم في عملية جمع البيانات، وصممت الصحيفة في ضوء فروض الدراسة وتساؤلاتها وأهدافها وإطارها النظري، ونتائج مجموعات النقاش ، وذلك بعد إجراء اختبار قبلي للصحيفة علي عينة قوامها (10%) من العينة الأصلية بواقع (40) مبحوثاً، ثم طبقت بشكلها النهائي بعد إجراء تعديلات طفيفة عليها.

وبدأ تطبيق الدراسة الكيفية، وعمل مجموعات النقاش المركزة عقب تفجيرات فرنسا في نوفمبر 2015، وهي سلسلة هجمات إرهابية، شملت عمليات إطلاق نار جماعي، وتفجيرات انتحارية واحتجاز رهائن في باريس ، وأعلن تنظيم الدولة " داعش " مسؤوليته عن هذه الهجمات الإرهابية، وجاءت هذه العمليات الإرهابية بعد أكثر من خمس وعشرين عملية إرهابية لداعش في عام 2015 فقط ، حيث بدأت العمليات الإرهابية لداعش في ذاك العام بمذبحة صحيفة شارلي إبدو الفرنسية، ثم ذبح الصحفي الياباني كينجي جوتو، ثم حرق الطيار الأردني معاذ الكساسبة، ثم عمليات إرهابية في ليبيا وتونس واليمن والعراق والسعودية، وذبح الأقباط المصريين في ليبيا ، وتفجيرات مبني القنصلية الإيطالية بالقاهرة، وغيرها من العمليات الإرهابية التي استمرت أثناء وبعد تطبيق الدراسة، مثل تفجيرات بروكسل،

وتفجيرات فرنسا وألمانيا ونيويورك وغيرها، وبدأ تطبيق الدراسة الكمية اعتباراً من 2015/12/25 حتى 2016/1/25 .

مجتمع وعينة الدراسة الميدانية: تمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الجمهور العام المصري، من سن (18 سنة فأكثر)، فهذا السن هو بداية مرحلة الشباب، وعنده يمكن للشباب الاستيعاب والإدراك والتعبير عما قبله.

القياس الكيفي للمصادقية: اشتملت الدراسة علي خمس مجموعات نقاش، منهم مجموعتان من إعلاميين مصريين يشغلون مواقع إعلامية متباينة داخل وخارج مصر (***)، للخروج بمؤشرات، وعقد مقارنات فيما بينهم، وتكونت كل مجموعة من ثمانية إعلاميين، تم التواصل معهم عن طريق برنامج اسكايب Skype ، ومنهم ثلاث مجموعات من الجمهور العام، روعي فيها التباين في السمات الديمجرافية من حيث المرحلة العمرية والنوع والمستوي التعليمي، بما يتيح أيضاً الخروج بمؤشرات وعقد مقارنات فيما بينهم، وتكونت كل مجموعة من ثمانية محوثين من المتابعين للمواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الأوروبية الموجهة بالعربية محل الدراسة، وحرصت الباحثة علي تطبيق جانب من الدراسة الكيفية علي إعلاميين بقصد التعرف علي آراء وتوجهات صناع الرسالة الإعلامية نحو المحاور والأطروحات المختلفة التي تضمنها دليل النقاش، باعتبارهم مؤثرين بدرجة أو أخرى علي آراء وتوجهات الجمهور نحو ذات المحاور، ولتكون نتائج هذه المجموعات الخمسة مكملة لبعضها للخروج بمؤشرات أشمل وأكثر دقة عن كل محور وأطروحة تضمنها دليل النقاش.

وتم استخدام مجموعات النقاش المركزة كأسلوب كيفي، لأن مقياس مصادقية وسائل الإعلام يتطلب الدقة في تحديد المحاور والأطروحات ذات الدلالة، وإضافة المزيد من العمق لموضوع الدراسة من خلال إتاحة المجال للمشاركين للتحديث بحرية، مما أثار موضوعات جديدة، وسعت إدراك الباحثة، وأضافت أبعاداً أخرى للموضوع، كما أتاح إمكانية استخلاص أوجه الاتفاق والاختلاف بين المشاركين حول أطروحات النقاش، وهذا ساعد في الحصول على معلومات وأفكار مهمة للموضوع، حيث تم تصميم محاور وأطروحات أساسية كدليل للنقاش في ضوء فروض وتساؤلات الدراسة، كما تم عرض مادة فيلمية على المشاركين في المجموعات عن العمليات الإرهابية لتنظيم داعش في عدة دول عربية وغير عربية، مستمدة من المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة بالعربية، مما ساهم في تذكيرهم بهذه العمليات، وجعل استجاباتهم لمحاور وأطروحات النقاش أكثر دقة وتفصيلاً.

القياس الكمي للمصادقية: في ظل نتائج مجموعات النقاش، تم تصميم صحيفة الاستبيان لقياس مصادقية المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة

العربية لدى الجمهور المصري، وقامت الباحثة بسحب عينة عمدية قوامها (400) مفردة ممن يتابعون المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية، واعتمدت الباحثة علي عينة كرة الثلج snow ball في اختيار المبحوثين، حيث يختار الباحث في هذا النوع من العينات مفردة واحدة تنطبق عليها مواصفات العينة، من حيث متابعة هذه المواقع، والسن بحيث لا يقل عن (18 سنة)، وروعي أن يكون أفراد العينة من المتعلمين بحد أدنى تعليم متوسط، حتي يمكنهم الحكم علي مصداقية المواقع الإلكترونية للقنوات الموجهة باللغة العربية بدقة، ثم يطلب من هذا المبحوث أن يدل علي مبحوث آخر مثله، وبعدها يطلب من المبحوث الأخر أن يدل علي أشخاص آخرون مثله، وهكذا حتي تكتمل العينة⁽⁵³⁾، وحرصت الباحثة علي أن تمثل العينة معظم محافظات الجمهورية، وذلك للتعبير عن المستويات الفكرية في العاصمة والوجهين البحري والقبلي، وجاء توصيف العينة علي النحو التالي:

جدول رقم (1) توصيف العينة

خصائص العينة		التكرار	النسبة
النوع	إناث	207	51.8%
	ذكور	193	48.3%
التعليم	تعليم متوسط وفوق متوسط	34	8.5%
	تعليم جامعي	314	78.5%
	دراسات عليا (ماجستير أو دكتوراه)	52	13.0%
السن	(18 : 25 سنة)	217	54.3%
	(26 : 35 سنة)	95	23.8%
	(36 سنة فأكثر)	88	22%
المستوى الاقتصادي الاجتماعي	مستوى منخفض	108	27%
	مستوى متوسط	273	68.3%
	مستوى مرتفع	19	4.8%
الإجمالي		400	100%

قياس الصدق والثبات : تم قياس الصدق عن طريق قياس الصدق الظاهري لصحيفة الاستبيان، من حيث قدرتها علي الإجابة علي فروض وتساؤلات الدراسة، كما تم عرضها علي مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام (***) لمراجعة الأسئلة، والتأكد من إنها تقيس ما استهدفت قياسه بالفعل ، حيث أشاروا إلي صلاحيتها للتطبيق بعد إجراء بعض التعديلات البسيطة اللازمة .

وتم اختبار ثبات صحيفة الاستبيان بعدة طرق هي:

- طريقة الفاكرونباخ Alpha Cronbach وكان معالم الثبات (0.89).
- طريقة التجزئة النصفية وتصحيح الطول بمعادلة سبيرمان- براون - spearman brown وكان معامل الثبات (0.91) .

- إعادة تطبيق (10%) من صحائف الاستبيان (40) صحيفة بعد أسبوعين من تطبيقها المرة الأولى على نفس المبحوثين، وكانت قيمة معامل الثبات (0.92)، وهذا يدل على ثبات صحيفة الاستبيان وصلاحيتها للقياس.

المعالجة الإحصائية للبيانات :- استعانت الباحثة في المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة ببرنامج spss بوصفه أكثر البرامج الإحصائية استخداماً في العلوم الاجتماعية، واستخدمت المعاملات الإحصائية التالية لاختبار فروض الدراسة :-

معامل الارتباط سبيرمان.

معامل الارتباط بيرسون.

T-Test (قيمة ت)

تحليل التباين أحادي الاتجاه أنوفا(ف) (one-way analysis of variance) (ANOVA)

اختبار المقارنات البعدية (LSD) لتحديد دلالة الفروق البعدية بين المتغيرات.

نتائج الدراسة ومناقشتها:

أولاً : نتائج الدراسة الكيفية: أ. نتائج دراسة مجموعتي الإعلاميين:

1-إدراك الإعلاميين لمصداقية المواقع الالكترونية للقنوات الفضائية الأوروبية الموجهة بالعربية:

أ- مكونات المصداقية التي يستند إليها الإعلاميون في تقييم مصداقية المواقع الالكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية :

وضع الإعلاميون عدداً من المعايير التي يستندون إليها لتقييم مصداقية هذه المواقع، وهي:

- السرعة في نقل الأحداث وتطوراتها.
- عرض المحتوى الاعلامى بشكل موضوعي ، ومن كافة الزوايا.
- الاستعانة في التغطية بكافة الأطراف ذات الصلة بالموضوع، وإعطائها الفرصة للتعبير عن آرائها المختلفة، وعدم الانحياز لطرف أو جهة ما.
- عدم تدخل القائم بالاتصال برأيه عند طرح القضايا المختلفة.
- وجود مراسلين لتغطية الأحداث على أرض الواقع.

- الاستعانة بمراسلين يتمتعون بقدر كبير من الكفاءة والمهنية، وحاصلون على دورات تدريبية مكثفة بين الحين والآخر تشمل فنون التغطية المتميزة والموضوعية.
- وضوح الجهات المالكة أو الجهات التي تعود إليها هذه المواقع، ومعرفة مصادر التمويل التي أصبحت من أهم المعايير في تقييم المصداقية لأي وسيلة إعلامية (إذاعة- تليفزيون- صحف- مواقع الكترونية).
- تاريخ القناة بمعنى يتم تقييم مصداقية الموقع وفقاً لتاريخ القناة فالـ BBC مثلا تحظى بالمصداقية بحكم التاريخ على اعتبار أن لها سمعة جيدة منذ إنشائها.
- الاستعانة بنجوم الإعلام العربي، مثل يسرى فوده لتقديم برنامج السلطة الخامسة في دويتش فيله، هذا يخلق مصداقية عند فئة معينة من جمهور هذا الإعلامي أو ذلك.
- عند وجود قوانين منظمة للإعلام الإلكتروني في الدول التي تنطلق منها هذه المواقع، فهذا في كثير من الأحيان يحد من هامش الحرية الذي تنعم به هذه المواقع، ويؤثر على مقدار مصداقيتها.

ب- مستوى مصداقية هذه المواقع لدى الإعلاميين:

أشار بعض الإعلاميين إلى أن هذه المواقع تحظى بدرجة مصداقية عالية، ومكانة لافتة، خاصة موقع الـ BBC ، وموقع قناة روسيا اليوم الذي ارتفعت أسهمه بين المتابعين، باعتباره من أفضل مصادر الأخبار في الفترة الأخيرة، ثم موقع قناة فرانس 24 ، ثم الدويتش فيله ثم اليورونيوز، وذلك لانتهاجهم جملة من القواعد المهنية في تغطية أغلب الأحداث على مستوى العالم.

ومن الناحية الأخرى يرى بعض الإعلاميين أن هذه المواقع منحازة، ولديها حسابات مرتبطة بسياسات دولها، وأنه يظل من الأهمية التحقق من صدق وصحة الأخبار سواء عبر شبكة المراسلين أو عبر مصادر الأخبار الأخرى، والأصل في التعامل مع هذه المواقع هو الشك إلى أن يتم التحقق مما تقدمه، لأن هذه المواقع تظل لها أجندتها الخاصة، ويظهر هذا جلياً إذا قورنت تغطيتها للأوضاع في سوريا والعراق ومصر وليبيا واليمن بتغطيتها لجرائم الاحتلال الإسرائيلي في الأراضي الفلسطينية، مع الأخذ في الاعتبار احتمال تبنيها موقفاً معيناً في أي من القضايا الكبرى التي تتعلق بمواطنيها، فقناة الـ BBC مثلا تلقت لوماً شديداً من المتابعين لقضية انسحاب بريطانيا من الاتحاد الأوروبي، وقالوا أن الـ BBC التقت من خلال

موقعها الإلكتروني عدداً من المؤيدين للبقاء، يفوق عدد المؤيدين للانسحاب الذين شاركوا في نفس الفقرة، لذا فإن مصداقية هذه المواقع لا ترقى لدرجة التقييم المقبولة، وتظل على المحك، طالما ظلت ناقلاً غير موضوعي للحقيقة.

ج- علاقة المصداقية بإشباع احتياجات الجمهور للمعلومات الصادقة:

يرى بعض الإعلاميين أن المصداقية التي تحظى بها هذه المواقع تعود في الأساس إلى اعتماد الشعب المصري عليها في الحصول على المعلومات أثناء تغطيتها لأحداث ثورة 25 يناير 2011، وتعود إلي التراجع الذي شهده الإعلام المصري، وضعف أداءه كان السبب الرئيسي في هذا الاعتماد، كما أن الشارع المصري ينظر إليها باعتبارها مصدراً للمعلومات، سواء كانت معلومات معارضة للحكومة المصرية أو النظام بصفة عامة أو مؤيدة، والدليل على ذلك أن موقع دويتش فيله يختلف أحياناً مع السياسة الداخلية في مصر، وموقع الـ BBC نشر خبراً بعنوان " الداخلية المصرية تعلن " قتل " قاندين بارزين في جماعة الإخوان المسلمين في تبادل لإطلاق النار " ، وجاء في مقدمة الخبر، " قتلت الشرطة المصرية قاندين في جماعة الإخوان المسلمين، وهنا لم تصف جماعة الإخوان بالإرهابية، واستخدمت لفظ قتلت في بداية الجملة، وهذه صيغة لصالح جماعة الإخوان وليس الداخلية، كذلك تبث هذه المواقع خدمات تفاعلية لإشراك الجمهور على موائدها الحوارية، لإشباع حاجته للمعلومات مما يعزز من مصداقيتها لديه.

د- درجة اعتماد الإعلاميين على هذه المواقع بالمقارنة بالمواقع والقنوات الأخرى:

شهدت درجة الاعتماد على هذه المواقع تبايناً واضحاً بين الإعلاميين، حيث تفرقوا إلى جبهات ثلاثة، منهم من أشار إلى أنه يعتمد عليها بدرجة كبيرة، ومعللاً ذلك للأسباب التالية:

- تأتي هذه المواقع في أحيان كثيرة بأخبار تشكل سبباً إعلامياً لها .exclusive news
- كثيراً ما تحتوي هذه المواقع على بيانات رسمية تفصيلية، أو وثائق تتعلق بأحداث بعينها قد لا نجدها في أي مصدر إخباري آخر، لذا تتدرج هذه المواقع ضمن منظومة إخبارية تعد بالنسبة للعاملين في الحقل الإعلامي مصادر للأخبار.
- نستفيد منها كثيراً في التحليلات والأخبار العامة والقضايا الهامة.

ومن الإعلاميين من يرى أن الأخبار الواردة في هذه المواقع هي بمثابة أخبار استرشادية، بمعنى أنه يمكن أن تكون مفتاحاً لتغطيات إخبارية مصغرة، أو حتى موسعة، ولكن بعد التأكد من مصداقيتها عبر شبكة المراسلين وعبر بقية المصادر الإخبارية الأخرى، حيث أشار البعض إلى أن هذه المواقع مصدران ثانويان، وليس أولياً للأخبار، وهذا يتطلب حتمية التحقق دوماً مما تقدمه من أخبار وتقارير وتحليلات، وعادة يكون من الأفضل الاعتماد على الأبحاث العلمية وتقارير تقدير المواقف التي تصدرها مراكز الدراسات، لأن نتائج البحث العلمي في معظمه لا يبتعد كثيراً عن الحقائق، وبالتالي البعض ينظر لها نظرة مغايرة، ويرى أنها منحازة، ولديها حسابات مرتبطة بسياسات دولها.

وأوضح البعض أنهم يعتمدون على هذه المواقع في الحصول على المعلومات الخاصة بأحداث إقليمية ودولية، مثل الشأن الفلسطيني والسوري والعراقي، أما في حالة المعلومات المحلية فتكون المواقع الإخبارية المحلية أكثر دقة، ولكن أحياناً يفضل الإعلامي الحصول على المعلومات المحلية من المواقع الإخبارية الأجنبية إذا كانت المعلومات مرتبطة بقضايا معارضة لنظام الحكم، وذلك لفهم أبعاد القضية.

2- إدراك الإعلاميين لمدى وجود اختلاف في التغطية الإعلامية للعمليات الإرهابية بين هذه المواقع:

أ- اختلاف مصداقية التغطية الإعلامية للعمليات الإرهابية لتنظيم داعش بين المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة بالعربية:

اتفقت المجموعتان الإعلاميتان على عدم وجود اختلاف في مصداقية تغطية العمليات الإرهابية لداعش بين مواقع القنوات الأوروبية الموجهة، فهي تحظى بمكانة لافتة عند الجمهور العربي، لأنها تجيد الصنعة الإعلامية الاحترافية، وحتى عندما تتحيز فإنها تتحيز باحتراف، كما أنها متطورة فنياً إلى حد الإبهار، لذا فهي تحظى بدرجة مصداقية تفوق نظيراتها من مواقع القنوات الأمريكية الموجهة بالعربية، وكذلك المواقع العربية التي عادة ما تتبع أجندات سياسية واضحة، مما يتسبب في وقوعها في أخطاء مهنية فادحة، فعلى سبيل المثال لاحظت الباحثة أن قناة العربية أذاعت وكتب موقعها الإلكتروني "أن الانقلاب العسكري نجح في تركيا، وأن الرئيس التركي أوردغان طلب حق اللجوء إلى ألمانيا".

ب- علاقة هذه المواقع بالدول التي تنتمي إليها، والضغط السياسية التي قد تتعرض لها، وتأثير ذلك على درجة مصداقيتها لدى أفراد مجموعات النقاش من الإعلاميين:

أشار الإعلاميون إلى وجود علاقة وطيدة بين هذه المواقع والدول التي تنتمي إليها، فهي تدور في فلكها، وتتبع سياستها بشكل أو بآخر، وتعكس وجهة نظر هذه الدول في الأحداث المختلفة، وهناك مواقع صريحة وواضحة لا تخفى هذه التبعية، ومواقع أخرى تدعى الاستقلالية، ولكنها تتبع دولها علي استحياء، أو مع محاولة أظهار عكس ذلك، فالأصل أننا ننظر لهذه المواقع على أساس أنها تشكل جزءاً عضويًا من السياسة الخارجية للدول التابعة لها، وتشكل جزءاً من القوى الناعمة لدولها، وتنحاز بشدة لسياسات دولها، بل أن بعض هذه المواقع تقوم أجهزة هذه الدول بتمويلها مباشرة.

فالإعلام ليس حراً على المستوى الرسمي أو الخاص في شتى أنحاء العالم، فهو موجهاً وفقاً لمصالح الجهات التي تتولى تمويله، سواء كانت هذه الجهات أفراداً أو دولاً أو أجهزة استخباراتية، وسواء كان التمويل مباشراً أو غير مباشر، فعلى سبيل المثال قناة دويتش فيله منذ بدأت البث في 2005 وكذلك موقعها الإلكتروني، تروج للسياسة الألمانية في الشرق الأوسط، ليس هذا فحسب بل تعنى بشئون الحياة والمجتمع والثقافة في ألمانيا وأوروبا، وتحاول جذب الشباب للهجرة والدراسة وتعلم لغات هذه الدولة، كذلك الـ BBC منذ تأسيس الإذاعة عام 1938، وهي تخدم المصالح البريطانية، وإن كانت بدرجة أقل، وأيضاً فرانس 24 واليورونيوز وروسيا اليوم "خاصة الأخيرة"، يبدو النفوذ السياسي للدول الممولة لها كبيراً، ونرى مواداً سياسية دعائية تتوافق مع مواقف تلك الدول، خاصة في تغطيتها للحرب في اليمن أو سوريا، وفي الشئون الخارجية لدول الشرق الأوسط، نراها تتوافق مع السياسة الخارجية لها، ولكن بصفة عامة تلتزم هذه المواقع بحد أدنى من المهنية يحترم عقلية المتلقي، وإنها إن لم تستطع قول الحقيقة كاملة فإنها لا تحرفها، لذا بالرغم من الضغوط التي تتعرض لها إلا أنها تحظى بدرجة من المصداقية، لا تتوفر لكثير من المواقع العربية والمصرية بصفة خاصة.

ج- الآراء والأفكار الخاصة بتقييم أداء المواقع محل الدراسة:

أشار الإعلاميون إلى أنه يجب الانتباه عند التعامل مع هذه المواقع، وألا يكون ذلك بمعزل عن توجهاتها السياسية، وعن مصادر تمويلها، لأن ذلك سيوضح ويفسر الكثير من المعلومات، فهي بالتأكيد تسعى لتحقيق أهداف جهات ما بأي وسيلة، وجاءت انطلاقة هذه المواقع في إطار ما يعرف "بالدبلوماسية العامة" لكسب قلوب وعقول العرب، لذا فهي متطورة فنياً وابداعياً إلى حد كبير، حتى تجذب إليها الجمهور في العالم العربي وخارجه، فهذه المواقع هي جزء من صناعة ثقيلة، لها قواعد فنية تكفل لأصحابها الخروج بمنتج جيد عالي المستوى.

وتتميز هذه المواقع بالتصميم الجيد السلس، وبالمعلومات الثرية، والتغطية الشاملة للأحداث من كل مكان في العالم، كما تحرص على التفاعل مع الجمهور لكسب ثقته، وجذب انتباهه واهتمامه لما تقدمه، مستغلة إمكاناتها المادية والمهنية العالية، كما أن هناك ميزة لغوية لهذه المواقع، هي طريقة كتابة ونطق أسماء مشاهير السياسة والاقتصاد والفن والرياضة الذين تدور حولهم ماكينة الأخبار، وأيضاً استفادت هذه المواقع بشدة من الأزمة الهائلة التي يعانها الإعلام التقليدي (الصحافة والإذاعة والتلفزيون)، والسطوة الراهنة للإعلام الجديد، ووسائل التواصل الاجتماعي، والهجرة من الشاشة الكبيرة (التلفزيون) إلى الشاشة الصغيرة (الهاتف المحمول واللاب توب) في جذب المتلقين إليها، كذلك استفادت بشدة من تراجع الإعلام المصري، وأيضاً العربي وضعف ثقة الجمهور فيه.

د- رؤية الإعلاميين حول القائم بالاتصال في هذه المواقع:

اثنى الإعلاميون على القائم بالاتصال في هذه المواقع، وكفاءته ومهنيته، والتزامه بعدم التدخل بالرأي خلال طرح القضايا المختلفة، ومهارته في الوصول لمصادر المعلومات وتحقيق السبق الاعلامي، كما أنه محترف قادر على تفسير الأحداث، ولا يتوقف عند حدود الخبر المجرد، إنما يقدم تغطية شاملة متكاملة، لا تترك مستقبل الرسالة الإعلامية حائراً مفتقداً للمعلومات الوافية، وهو ما يعد من الأسباب الرئيسية لنجاح هذه المواقع، واجتذابها للجمهور.

3- إدراك الإعلاميين لاستخدام الجماعات الإرهابية كداعش للإعلام :

أ- استخدام الجماعات الإرهابية للإعلام في الترويج لمعتقداتها:

أوضح الإعلاميون من خلال مجموعات النقاش المركزة أن الجماعات الإرهابية ومن بينها تنظيم داعش باتت أكثر قدرة على استخدام وسائل الإعلام لخدمة أهدافها، ونجحت نجاحاً كبيراً في استخدام وسائل الإعلام سواء التقليدي أو الإلكتروني في تأصيل وجودها وتحقيق استراتيجيتها على مستوى العالم، بما تملكه من قدرات إعلامية وتقنية عالية المستوى، واتجه الإرهابيون لتشكيل منصات إعلامية لهم، ثبت أخبارهم، مثل وكالة "أعماق" لدى داعش، بالإضافة لاستغلال مواقع التواصل الاجتماعي، التي أصبحت متنفساً ووسيطاً لتمرير رسالتها وأفكارها وعملياتها، مستغلة إمكانية تجهيل الجهات المالكة، أو التي تعود المواقع الإلكترونية والحسابات الشخصية إليها.

ب- استخدام الجماعات الإرهابية للإعلام في تجنيد متعاطفين مع أفكارها:

نجحت التنظيمات الإرهابية خاصة القاعدة وداعش- من وجهة نظر الإعلاميين- في استخدام الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي في دعوة المزيد من الأنصار لها، واستقطاب آلاف الشباب من جميع أنحاء العالم من خلال ما يعرف بالسلطة الدينية الوهمية، التي تستغل قصور أداء المنظمات الدينية – خاصة الرسمية- في كسب متعاطفين جدد معها، بالإضافة إلى استغلال عدم تعمق القيم الإسلامية الحقيقية في نفوس الكثير، مما سمح لداعش وقلها القاعدة في تفسير آيات وأحاديث شريفة مستقرة في عقيدة المسلمين بطريقة تتنافى مع الهدف الذي أنزلت من أجله، كما أنها تستخدم وسائل الإعلام خاصة مواقع التواصل الاجتماعي لتكوين خلايا جديدة، وتجنيد شباب متعاطفين مع أفكارها للانضمام لداعش، وتوفر لهم العمل بمرتبات مغرية في المناطق التي تخضع لسيطرتهم في سوريا والعراق، وأيضاً تجنيد أفراد داخل أوروبا قاموا بتفجيرات في فرنسا وتركيا وألمانيا وغيرها من الدول، وهذا ما كشفت عنه السلطات في أوروبا من تنامي الخلايا التابعة لداعش، وتنامي المنضمين إليها، لما تقدمه لهم من تسهيلات مادية، مستغلة ضعف الأحوال الاقتصادية في الكثير من الدول.

وأوضح الإعلاميون أن هناك فارقاً بين الخطاب الإعلامي لداعش الموجه للعرب وما يبث للغرب، فكل منهما خطاب يريدون من خلاله توصيل رسالة، فإننتاجهم الإعلامي المصور أو المقروء الموجه للعرب يعتمد على الخطاب المتشدد، ويبث تفسيرات متشددة، بينما الخطاب الآخر الموجه للغرب يكون أكثر تحضراً وحدائث، حيث يوجه التنظيم للغرب مقاطع فيديو بلغتهم، وهم يداعبون القطط، ويغنون ويلعبون الكرة، ويبثون صوراً للناس في يوم عمل عادي في دلالة علي أن الحياة تحت رعاية داعش طبيعية، ولكنها تستلزم الجهاد الذي يحقق لهم العدالة الاجتماعية.

ويرى بعض الإعلاميين أنه ربما تكون الجماعات الإرهابية قد نجحت في استقطاب بعض الفئات الجديدة المتعاطفة معها ومع أفكارها من مختلف أنحاء العالم، مستغلة في ذلك المناخ السائد في بعض المناطق، عبر صعود بعض المتطرفين لمواقع السلطة، ومراكز اتخاذ القرار، ولكنها في المقابل صنعت عبر وسائل الإعلام نفسها قطاعات أخرى من اللافتين لها، والمتشككين في أفكارها.

ج- التغطية الأمثل للعمليات الإرهابية من وجهة نظر الإعلاميين:

استفاض الإعلاميون في شرح التغطية المثلى للعمليات الإرهابية، وركزوا على ما يلي:

- تسليط الضوء على الجذور الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية للإرهاب كظاهرة محلية وإقليمية وعالمية.
- كشف جذور الإرهاب في الخطاب الديني المعاصر، والفصل بين الإسلام والإرهاب، وتوضيح أن الإرهاب لا دين له ولا وطن.
- إعلام المواطن بكيفية تأثير هذه الظاهرة على واقعه ومستقبله، لتعزيز الحشد الاجتماعي ضدها.
- تسليط الضوء على التجارب المبتكرة لمكافحة الإرهاب وجذوره محلياً وإقليمياً وعالمياً.
- ذكر الحقائق ومحاولة الوصول إلى أكبر قدر من المعلومات الدقيقة، ومن مختلف الجهات الرسمية وغير الرسمية، والتحقق من المعلومة من مصدرين مختلفين على الأقل، دون الاعتماد فقط على البيانات أحادية الجانب.
- الاعتماد على شبكة مراسلين قوية، ويرى بعض الإعلاميين أن تبعية هذه المواقع محل الدراسة لدول قوية يسهل لمراسليها الدخول إلى المناطق المشتعلة دون عوائق.
- محاولة الوصول إلى شهود عيان، والتأكد من هوياتهم قبل استضافتهم أو التحاور معهم.
- عرض وجهات النظر المختلفة، واستضافة خبراء يمثلون مختلف التوجهات، لتحليل الموضوع من كافة الزوايا، بحيث تكون التغطية متوازنة.
- استضافة مسئولين معنيين بهذا الشأن خصيصاً.
- عمل بحث شامل عن الجانب الذي يتناوله الموضوع لربط الأحداث ببعضها قبل كتابة الموضوع.
- تسليط الضوء على أن محاربة الإرهاب لا تتم بالسلاح فقط، ولكن بالفكر والتنمية والتعليم.
- عدم إبراز المشاهد الدموية.
- بحث وتحليل أسباب وأهداف الجريمة الإرهابية، ومن المستفيد منها، قبل التسرع وعرض الحوادث الإرهابية بالصوت والصورة بعد وقوعها بلحظات، لأن ذلك يثير الشك والريبة في احتمالية مساعدة الإرهابيين في نشر إرهابهم.

- ألا تكون هناك سرعة في إصاق التهمة بأي جهة دون التحقق، كما لا يفترض إبراز ضحايا من جنسيات أو ديانات دون الأخرى، لتوجيه الرأي العام في اتجاه يعادى فئة أو جماعة أو حتى شعب.

- شمول التغطية الإخبارية، وتوضيح طبيعتها ومناطق حدوثها جغرافياً وسكانياً، حتى لا تكون تغطية مرتبكة، ولا يقع مستقبل الرسالة الإعلامية في حيرة من أمره، وتزداد تساؤلاته عن لماذا هذا المكان؟، ولماذا هذا العدد من الضحايا؟، كيف تمكن الإرهابيون من الوصول إلى تلك النقطة؟، أين الجهود الأمنية؟، لماذا تنجح ضربات الإرهابيين؟، كيف تفشل دول مستقرة في حماية مناطقها وأهلها من أيدي الإرهاب؟، هل للإرهاب كل هذه القوة والقدرة على مهاجمة قلب مدن وعواصم أكبر دول في العالم مثل باريس وبروكسيل ونيويورك..؟، كيف يمكن للإرهاب السيطرة على مناطق شاسعة من دول العراق وسوريا وليبيا؟، يجب أن تشمل التغطية الإعلامية إجابات واضحة عن كل هذا، وعن الأسس الفكرية التي يستند إليها الإرهابيون، ولماذا يكتسبون المزيد من الأنصار والمدافعين والممولين يوماً بعد يوم؟.

- إبراز ما ألحقته العملية الإرهابية من خسائر بشرية ومادية وبدقة، من أجل عزل الإرهابيين عن المجتمعات، وتفنيد مزاعمهم.

د- درجة اعتماد المواقع على داعش كمصدر للمعلومات من وجهة نظر الإعلاميين:

أشار الإعلاميون إلى أن استراتيجية داعش تقوم على ما يسمى في أدبيات التنظيم "بإدارة التوحش"، والتي تعنى بث أقصى درجات الرعب في نفوس الأعداء، وهذه الإستراتيجية تتطلب إستراتيجية إعلامية تقوم على حشد دعاية مكثفة للتنظيم، وممارساته الوحشية، كي يعلم بها القاصي والداني في شتى أنحاء العالم، لذا اتجهت الجماعات الإرهابية لاستخدام الإعلام، واتجه الإرهابيون لتشكيل منصات إعلامية تبث أخبارهم، بل وركزت تلك المواقع الالكترونية وغيرها من وسائل الإعلام على محور تأهيل داعش ليكون البديل الأكثر وحشية وتطرفاً لتنظيم القاعدة.

وأكدت النسبة الأكبر من الإعلاميين (87.5%) على أن الكثير من الصحف والإذاعات والقنوات والمواقع الالكترونية والإعلام الجديد بصفة عامة يعتمدون على داعش وروابطها الإعلامية كمصدر للأخبار، خاصة ما تبثه عبر تلك الروابط من إعلان لداعش عن مسؤوليتها عن عمل ارهابي، أو ما تبثه من فيديوهات عالية التقنية حول عمليات الإعدام أو التفجيرات، وبالتالي باتت داعش مصدراً أساسياً ومهماً للمعلومات لجميع المواقع الإخبارية وغيرها، وبات ما تصدره من بيانات أو فيديوهات متصدراً للعناوين الإخبارية، بما يروج أفكار ومبررات تلك الجماعات،

وبهذا تتورط وسائل الإعلام سواء عن علم أو عمد أو بدون عمد في دعم الإستراتيجية الإعلامية لداعش، ووصل الأمر إلى حد أن صارت وكالة الأنباء التابعة لداعش "وكالة أعماق" مصدراً مباشراً للأخبار والصور والفيديوهات، دون تمحيص كافي، بالرغم من خطورة هذا الأمر، كذلك بالنسبة لغيرها من المنابر الإعلامية الالكترونية للتنظيم، وقنواته التلفزيونية، ومجلة "دابق" التي يصدرها فهي مصدر أساسي لأخبار التنظيم، بالإضافة لما يمتلكه التنظيم من كتائب الكترونية تجيد التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وأوضح الإعلاميون أنه لصعوبة تسجيل وتغطية العمليات الإرهابية لجأت المواقع واعتمدت على داعش ومواقفها وقنواتها، لأنه لا يوجد مصدر غيره، كما أن بعض هذه المواقع الأجنبية وأحياناً العربية تخدم توجهات وسياسات دول بعينها، للتدخل في شئون دول أخرى، ويساعدها بث عمليات الحرق والقتل أو ما شابه ذلك على تحقيق أهدافها خاصة في الشرق الأوسط.

وأكد الإعلاميون على أن الجمهور العام يعتقد أن الإعلام العالمي قديمه وجديده، توطأ من حيث يدرى أو لا يدرى في الترويج لهذه التنظيمات الإرهابية، بل وفي حشد المزيد من مؤيديها، وفي الترويج لأفكارها، فاستيلاء داعش على مناطق واسعة في العراق وسوريا سبقه دعاية داعشية عالمية، لمدى توحش أتباع هذا التنظيم، وهو ما جعلهم منتصرين في المعارك النفسية التي سبقت المعارك على الأرض، وعلى الجانب الآخر أشارت نسبة محدودة من الإعلاميين (12.5%) إلى أن داعش لا يمكن أن تكون مصدراً للمعلومات إلا للجهات الداعمة للتنظيم، والمتعاونة معه والراعية للإرهاب، وأن المواقع الأخرى تتعامل بحذر مع أخبار داعش.

ب. نتائج دراسة مجموعات الجمهور:

1- إدراك المبحوثين لمصداقية المواقع الالكترونية للقنوات الأوروبية الموجة باللغة العربية:

أ- مكونات المصداقية التي يستند إليها المبحوثون في تقييم مصداقية المواقع الالكترونية للقنوات الأوروبية الموجة باللغة العربية:

كشف أعضاء المجموعات النقاشية الثلاثة عن المعايير التي يستندون إليها في تقييم مصداقية المواقع الالكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية، وتمثلت أهم هذه المعايير في :

- حسن التغطية الإعلامية، وتكاملها باستخدامهم للتكنولوجيا، وحسن توظيفها.
- عرض وجهات نظر الأطراف المختلفة المرتبطة بالحدث، وإتاحة فرصة متساوية لكل طرف لعرض وجهة نظره، وعدم الانحياز لوجهة نظر معينة.

- تحرى الدقة في المعلومات المقدمة، وعدم استعجال الحكم على الأحداث.
- عرض الحقائق كاملة، لأن تجاهل الموقع لأخبار معينة، والتكتم عليها في أوقات معينة، يفقده مصداقية أمام الجمهور، خاصة عندما يبرز أزمات الدول الأخرى، دون إبراز أزمات الدول التي ينتمي إليها.
- الاستعانة بمصادر متعددة لها مصداقية عالية، وذات صلة مباشرة بالموضوع.
- تفسير الأحداث والتعليق عليها، وعدم المبالغة في عرضها، وعدم تناقض العرض مع ما تأتي به المصادر الإعلامية الأخرى.
- الانفراد بمعلومات أو فيديوهات معينة حول حادث ما.
- أن يكون الخبر مصوراً ومدعماً بالوثائق، وإن أشار بعض مفردات مجموعات النقاش لعدم ثقتهم في هذه الفيديوهات والصور لإمكانية التلاعب فيها.
- تقدم هذه المواقع الإعلامية للجمهور العربي بلغته وثقافته، فيستوعبها جيداً ويثق فيها.
- تميز القائمين بالاتصال، وحسن أدائهم ومهاراتهم العالية في مخاطبة الجمهور، ومحاورة الضيوف، وحرصهم الدائم على تطوير أدائهم، واحترام عقلية المشاهد.
- وجود مراسلين تابعين لهذه المواقع لتغطية الأحداث المختلفة في كل مكان في العالم، مهما بلغت خطورة الأحداث، كالعديد من الإرهابية لتنظيم داعش، أو ما يحدث في العراق أو سوريا أو فلسطين وغيرها.
- توفر التفاعلية في المواقع، والاهتمام بمشاركة الجمهور، والتعليق أحياناً عليها.
- الاهتمام بالعمليات الإرهابية على مستوى العالم، وعدم إبرازها في مناطق معينة والتستر عليها في مناطق أخرى، لأنها قضية عالمية، والإرهاب دولي.
- عدم الثقة والتراجع في الإعلام المصري كان سبباً في زيادة المصداقية للإعلام الغربي والاعتماد على المصادر الأخرى.

ب- مستوى مصداقية هذه المواقع لدى الجمهور:

بسؤال مفردات عينة النقاش عن أكثر المواقع التزاماً بمعايير المصداقية، اتضح تصدر موقع BBC المواقع الأخرى للقنوات الأوروبية الموجهة بالعربية، من حيث درجة مصداقيته لديهم، حيث رأى (81%) من مفردات مجموعات النقاش أنه الأفضل بين المواقع، والأكثر مصداقية لديهم، وارجعوا ذلك للأسباب التالية:

- لأنه لا يخضع لملكية جهة حكومية وتأثيراتها، فهي هيئة مستقلة على عكس روسيا اليوم وغيرها.
- يفسر الأحداث تفسيراً جيداً ومتميزاً.
- يقدم التغطية الشاملة لأي حدث في أي مكان في العالم، بتقديم الحقيقة الكاملة، حيث يرى بعض الباحثين أنه بالرجوع إليه يحصلوا على المعلومات، دون الحاجة للرجوع لأي مصدر إعلامي آخر.
- تميز القائمين بالاتصال به.
- حسن تصميم الموقع، وسهولة التعامل معه.

إلا أن نسبة محدودة من مفردات مجموعات النقاش رأت أن جميع المواقع مثل بعضها، تلتزم أحياناً بمعايير المصداقية، وأحياناً أخرى لا، فهي قد تسعى لزعة الاستقرار في دولة معينة دون مساس بالدولة التي تنتمي إليها.

ج- علاقة المصداقية بإشباع احتياجات الجمهور للمعلومات الصادقة:

ربط الباحثون في مجموعات النقاش بين المصداقية وإشباع احتياجات الجمهور للمعلومات الصادقة، من منطلق قيامها بعملها وفق أخلاقيات المهنة وصالح المجتمعات، دون تحقيق أي مصالح أخرى لدول أو أنظمة أو توجهات فكرية أو سياسية أو حتى ضغوط اقتصادية، وأشار الباحثون إلى أن من يثق في موقع يتابعه دائماً دون غيره، لذا يجب عليه أن يكون صادقاً ويقدم الحقائق كاملة، حيث ذكر البعض "نحن نكون وجهة نظرنا تجاه الأحداث المختلفة من خلال متابعتنا لهذه المواقع".

وعن علاقة المصداقية بإشباع احتياجات الجمهور توصلت نتائج دراسة (Syed Saad 2012)⁽⁵⁴⁾ إلى أن من أهم الأسباب التي تؤدي إلى المصداقية تلبية احتياجات الجمهور ومراعاة المسؤولية تجاه المجتمع، بالإضافة إلى استقلالية المؤسسة الإعلامية موضوعيتها وعرض جميع وجهات النظر.

د- درجة اعتماد الباحثين على هذه المواقع بالمقارنة بالمواقع والقنوات الأخرى:

كشفت أعضاء مجموعات النقاش عن معدل اعتماد مرتفع على هذه المواقع بالمقارنة بالمواقع والقنوات الأخرى، بوصفها مصدراً مهماً للمعلومات عن الأحداث المختلفة، حيث ذكر الباحثون "المواقع الأوروبية أكثر مصداقية لدينا من المواقع الأمريكية، لأننا كشعب نثق في الدول الأوروبية أكثر من أمريكا، التي لا تحظى

كدولة بثقة الجمهور المصري، لذا لا نصدق إعلامها، على عكس مواقع القنوات الأوروبية التي تجمعنا بدولها علاقات طيبة تنعكس على ثقافتنا في إعلامها".

وتمثلت أسباب الاعتماد عليها في:

- توفر الدقة والصدق، وتميز مستوى تحليل الأخبار وتوثيقها.
- لديهم مهنية عالية أدت لارتفاع درجة الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات، لأن ليس لديهم مصالح واضحة تجاه الجمهور المصري.
- تزداد درجة الاعتماد على هذه المواقع نظراً لضعف أداء الإعلام المصري، وفقد الثقة فيه.
- تتيح هذه المواقع الفرصة للجمهور للمشاركة، من خلال دعوته لرفع ما لديه من فيديوهات عن أحداث معينة على موقع القناة، وحثه على المشاركة برأيه بتعليقاته، والاهتمام بها ومناقشتها أحياناً.

2- إدراك المبحوثين لمدى وجود اختلاف فى التغطية الإعلامية للعمليات الإرهابية بين المواقع الالكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية:

أ- اختلاف مصداقية التغطية الإعلامية للعمليات الإرهابية لتنظيم داعش بين المواقع الالكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية:

اتفقت مجموعات النقاش على عدم وجود اختلاف في مصداقية تغطية العمليات الإرهابية لداعش بين المواقع الالكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة بالعربية، ولا يختلف موقع عن آخر، واعتمدت الباحثة على هذه النتيجة في تصميم صحيفة الاستبيان من حيث قياس مصداقية المواقع ككل دون الفصل بينها.

ب- علاقة هذه المواقع بالدول التي تنتمى إليها والضغط السياسية التي قد تتعرض لها ، وتأثير ذلك على درجة مصداقيتها لدى أفراد مجموعات النقاش:

جميع هذه المواقع من وجهة نظر أفراد المجموعات تتأثر درجة مصداقيتها وفق العلاقات الدبلوماسية بيننا وبين الدول الأخرى، بمعنى حال وجود علاقات جيدة تحظى المواقع بدرجة مصداقية عالية ، وحال تقلب هذه العلاقات نتشكك في أخبارها، لاحتمالات التحايل عليها، لأنه لا يوجد إعلام محايد، وهذه المواقع هي جزء من السياسية الخارجية لدولها، وأحياناً تخفى المواقع عمليات إرهابية في دولها أو تهون منها، بغرض إبراز الاستقرار الامنى لديهم، وعدم التأثير على السياحة، وفى ذات الوقت من الممكن أن تبالغ في عرض هذه العمليات الإرهابية في الدول الأخرى ، إما

لأسباب سياسية أو اقتصادية أو أمنية، وأحياناً تضخم من قيمة داعش كي تكون داعش حجتها لدخول دول معينة.

وترى وجهة نظر أخرى - وإن انخفضت نسبة من يتبناها- أن هذه المواقع لا تتدخل الدول في سياساتها الإعلامية، لذا فهي تحظى بدرجة مصداقية عالية، كما أن ليس لجماعات الضغط السياسية أو الاقتصادية أو... أي تأثير على السياسة الإعلامية للمواقع.

وتتفق نتائج دراستنا مع نتائج دراسة محمد الدالي (2012)⁽⁵⁵⁾ التي توصلت إلى اتفاق السياسة التحريرية لقناتي فرانس 24 والحررة الأمريكية مع سياسة الدولتين الباحثين ، وحرصت كل قناة على إبراز دور دولتها الباثة، وأيضاً نتائج دراسة داليا إبراهيم (2012)⁽⁵⁶⁾ التي أكدت تحيز قناة الحررة الأمريكية الواضح للجانب الاسرائيلي، بينما كانت قناة فرانس 24 محايدة إلى حد ما، وكانت قناة العالم الإيرانية لها توجه عدائي تجاه الإسرائيليين، معبرين بذلك عن سياسة دولهم، وأشارت نتائج دراسة (2003)⁽⁵⁷⁾ Hanadi S. El Tuhami إلى سيطرة الولايات المتحدة الأمريكية على التغطية الإخبارية في موقع شبكة CNN الإلكتروني من خلال تقليل قائمة مصادر الأخبار والتركيز على جوانب الإثارة.

ج- الآراء والأفكار الخاصة بتقييم أداء المواقع محل الدراسة:

يرى أفراد مجموعات النقاش أن تصميم المواقع متميز جداً واحترافي، وبه تدرج منطقي للحصول على المعلومات، ويقدم تغطية شاملة ومتكاملة وسريعة لأي حدث في أي مكان في العالم، موثقاً بالفيديوهات والصور والوثائق، وبتقنية ودرجة وضوح عالية، ويتيح التفاعل مع الجمهور بالمشاركة في الرأي أو الإعجاب أو غيره، وكل هذا يقنع الجمهور بالموقع وما يقدمه ويزيد من الثقة فيه، كما أن هذه المواقع تستعين في تحليل الأخبار وتفسيرها بالخبراء وأهل الاختصاص، والمصادر التي تحظى بدرجة مصداقية عالية، فلديهم حسن اختيار للمصادر، وتعدد في المصادر وفي توجهاتها، مما يزيد من درجة مصداقية المواقع لدى الجمهور.

د- رؤية المبحوثين حول القائم بالاتصال في هذه المواقع:

يرى المبحوثون أن القائم بالاتصال يتميز بالاحتراف والثقافة والكفاءة والأداء الجيد والجرأة الإعلامية، كما أنه على دراية بالجمهور الذي يخاطبه، ودائماً يبحث عن أفضل وأنسب أسلوب لمخاطبة هذا الجمهور، مراعيماً عادات وتقاليد الشعوب الموجه إليها، ويجعل الجمهور مشاركاً في الحكم على الأحداث، من خلال طرحها كاملة، وإعطائه المعلومات الوافية التي يحترم بها عقله، ولا يفرض وصايته

عليه، واتفق في ذلك مع نتائج دراسة⁽⁵⁸⁾ (2006) Cherry Campanella التي توصلت لوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مصداقية المعلومات المقدمة، وكفاءة القائمين بالاتصال وقدرتهم على إدارة الحوار.

3- إدراك المبحوثين لاستخدام الجماعات الإرهابية كداعش للإعلام:

أ- استخدام الجماعات الإرهابية للإعلام في الترويج لمعتقداتها:

أشار أفراد مجموعات النقاش إلى أن داعش روجت لنفسها ولأفكارها إعلامياً من خلال مواقعها الإلكترونية وقنواتها التلفزيونية، كما أنها بثت العديد من الفيديوهات على شبكة الانترنت لعملياتها الإرهابية، وروجت من خلال ذلك مصطلح "تنظيم الدولة الإسلامية، وأنهم يمتلكون مساحات شاسعة من الأراضي"، وكان استخدام الإعلام من أبرز أسباب قوة داعش، حيث أظهر التنظيم قوته ليخيف العالم أجمع سواء أنظمة أو شعوب، ورسخت أن لديها إمكانات مادية وبشرية كبيرة، فهي تتفق جيداً على أعضائها، وعلى الأسلحة التي تستخدمها، وأيضاً على ما تنشره من مواد إعلامية مستخدمة أحدث الأجهزة والمعدات التكنولوجية، حيث يتم التصوير والمونتاج والإخراج بتقنيات ومهارات عالية لا تتوفر إلا للدول المتقدمة.

ب- استخدام الجماعات الإرهابية للإعلام في تجنيد المتعاطفين مع أفكارها:

أوضح أفراد مجموعات النقاش أن الإعلام ساهم في كسب متعاطفين جدد مع هذا التنظيم، وأقنعهم بأفكاره، واستغل التنظيم المداخل الدينية في البداية في التأثير على الناس، واستقطاب عدد كبير منهم، ثم استخدم الترويج والترهيب والإغراء المادي للشعوب الفقيرة، حيث استغل معاناتهم المادية والبطالة والفراغ وسخطهم على واقعهم في بلادهم في جذبهم إليه، وهناك من انضم إليهم لأنهم الأقوى ويرغب في الاحتماء بهم .

ويرى بعض المبحوثين أن المغريات التي توظفها داعش إعلامياً، تختلف من دولة لأخرى، ومن مكان لآخر، حيث من الممكن استغلال المدخل الديني لدى شعوب معينة مثل ما يحدث في العراق واستغلال الخلاف بين السنة والشيعة، والاقتصادي لدى شعوب أخرى فقيرة، والسياسي في الدول التي يوجد بها صراعات سياسية مثل سوريا باستغلال الانقسام بين من هم مع بشار الأسد ومن هم ضده.

ج- التغطية الإعلامية الأمثل للعمليات الإرهابية من وجهة نظر المبحوثين:

ذكر المبحوثون أهمية ما يلي: - عرض الحقائق كاملة.

- العمق في المعالجة بمتابعة الأحداث، والبحث عن أسبابها ونتائجها، والمشاركين فيها بالاستعانة بالخبراء وأهل الثقة في التفسير.
- الصدق في التغطية.
- مراعاة السرعة والدقة في ذات الوقت.
- التغطية المباشرة من موقع الحدث، بصرف النظر عن الاستقرار الأمني أو السياسي في هذا الموقع من عدمه.
- الاستعانة بعدد كبير من المراسلين المتميزين في كل مكان في العالم.
- عرض وجهات النظر المختلفة تجاه الحدث.
- التحرر من سيطرة نمط الملكية ورؤس الأموال على التغطية الإعلامية .

د- درجة اعتماد المواقع على داعش كمصدر للمعلومات:

يرى المبحوثون أن المواقع اعتمدت بدرجة كبيرة على داعش كمصدر للمعلومات، وحققت بذلك رغبة التنظيم في نشر إرهابه وأفكاره، حيث إن داعش روجت لنفسها على مواقعها الخاصة، ونشرت فيديوهات لعملياتها الإرهابية على شبكة الانترنت، وأعدت هذه المواقع نشر الفيديوهات من منطلق أنه حدث مهم، وسينتشر على المواقع الأخرى شئنا أم أبينا، كما أنه لا يمكن التحقق من صحة هذه الفيديوهات لأن التنظيم غير مخترق، ومن الصعوبة الوصول إليهم، وبالتالي نأخذ منهم ما يقدموه، وما يعلنوا مسئوليتهم عنه، وأشار البعض إلي أن المواقع الالكترونية تختلف فيما بينها في طريقة عرض هذه الفيديوهات، فمنهم من يعرضه كاملاً، ومنهم من يكتفي بأجزاء منه، ومنهم من يشير إليه دون عرضه حفاظاً على مشاعر الجمهور، ورغبة في عدم نشر جرائم الإرهاب، بينما شكك بعض أفراد مجموعات النقاش في المعلومات المقدمة من داعش، واعتبروها غير حقيقية، والفيديوهات ملفقة وغير مقنعة، ولكنها منتجة بمهارة عالية، وبأحدث الأجهزة التكنولوجية التي أمدتهم بها الدول التي تمولهم وتمدهم بالأسلحة.

وبمراجعة المعلومات التي أسفرت عنها مجموعات النقاش الخمسة للإعلاميين والجمهور، نجد هناك تقارباً واضحاً في تعليقات المبحوثين حول محاور النقاش المختلفة، وفي تقييمهم لمستوى مصداقية المواقع الالكترونية محل الدراسة.

ثانياً : نتائج الدراسة الكمية: أ. النتائج العامة للدراسة الميدانية:

- مدى متابعة المبحوثين للمواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية:

جدول رقم (2) مدى متابعة المبحوثين للمواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية

المتغيرات	التكرارات	النسبة المئوية
دائماً	127	31.8%
أحياناً	273	68.2%
المجموع	400	100%

اقتصر الاستبيان على متابعي هذه المواقع فقط، واستبعد كل من لا يتابعها، وانقسم المبحوثون بين المتابعة دائماً وأحياناً، وتوضح بيانات الجدول السابق أن (31.8%) يتابعونها دائماً، (68.2%) يتابعونها أحياناً، وهي نسب تدل على حرص الجمهور على متابعة هذه المواقع وما تقدمه من معلومات عن الموضوعات المختلفة، وهذا يعطى مؤشراً للمكانة التي تتمتع بها هذه المواقع كمصادر للمعلومات.

- أكثر المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية تفضيلاً لدى الجمهور:

جدول رقم (3) أكثر المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية تفضيلاً

المواقع	التكرارات	النسبة
BBC	332	83.0%
فرانس 24	245	61.3%
يورونيوز العربية	216	54.0%
روسيا اليوم	202	50.5%
دويتش فيله الألمانية	148(*)	37.0%

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر موقع قناة BBC المواقع الإلكترونية الأخرى بنسبة (83%)، أي أن معظم المبحوثين يفضلون هذا الموقع، وهذا ما أكدته نتائج الدراسة الكيفية (مجموعات النقاش)، سواء مجموعات الإعلاميين أو الجمهور العام، حيث تفوق أيضاً لديهم موقع الـ BBC، وهذا يعود لتحرر هذه القناة وموقعها الإلكتروني من نمط الملكية الحكومية المباشرة، مما يعطيها قدراً من الاستقلالية التي جذبت بها نسبة أكبر من الجمهور، فهي تتبع هيئة مستقلة، هي هيئة الإذاعة البريطانية، والتي اشتهرت بموضوعيتها وإتاحة المجال لعرض وجهات النظر

(*) تزيد التكرارات عن (400)، والنسبة المئوية عن (100%) لأنه أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل.

المختلفة، تلاها موقع فرانس 24 (61.3%)، ثم يورونيوز العربية، ثم وبفارق نسبي محدود موقع روسيا اليوم، ثم موقع دويتش فيله الألمانية، وأكدت نتائج دراسة كل من هبة شاهين (2012) (59)، نهى العبد (2009) (60)، على بروز قناة BBC في مقدمة القنوات الإخبارية، وارتفاع ثقة الجمهور فيها.

- أسباب تفضيل هذه المواقع :

جدول رقم (4) أسباب تفضيل هذه المواقع

النسبة	التكرارات	الأسباب
57.8%	231	السرعة في نقل الأحداث
51.5%	206	تفسير وتحليل الأحداث
43.8%	175	تنقل من موقع الحدث
43.0%	172	الدقة في عرض البيانات
39.8%	159	تجمع بين المادة المصورة والمقروءة
35.0%	140	تقديم الحقائق كاملة دون تحريف
34.3%	137	تنفرد بتقديم أحداث معينة
34.0%	136	أكثر تفاعلية مع الجمهور
34%	136	أكثر اهتماماً بتغطية أخبار المنطقة العربية

تنوعت وتعددت أسباب تفضيل هذه المواقع، وتشير بيانات الجدول السابق إلى أن السرعة في نقل الأحداث هو السبب الأهم في تفضيل هذه المواقع (57.8%)، مما يعنى تميز هذه المواقع في السبق الاعلامي، وسرعة التغطية، ثم جاء في الترتيب الثاني تفسير وتحليل الأحداث (51.5%)، ثم النقل من موقع الحدث (43.8%)، تلاها الدقة في عرض البيانات (43%)، ثم الجمع بين المادة المصورة والمقروءة، ثم تقديم الحقائق كاملة دون تحريف، ثم الانفراد بتقديم أحداث معينة، ثم بنفس النسبة أكثر تفاعلية مع الجمهور، وأكثر اهتماماً بتغطية إخبار المنطقة العربية، وبالتالي تمتلك تلك المواقع مقومات تقديم خدمة إعلامية متميزة ومستمرة ومتكاملة.

وفيما يتعلق بالتفاعلية توصلت نتائج دراسة حلمي محسب (2008) (61) إلى أن مواقع القنوات الأجنبية الموجهة بالعربية كموقع CNN أكثر تفاعلية، ومتعدد الخيارات اللغوية مقارنة بموقع قناة عربية كقناة الجزيرة، وحددت نتائج دراسة نهى العبد (2009) (62) أوجه تميز القنوات الموجهة بالعربية في الإمكانيات المتطورة والجراءة في العرض، وكانت أوجه القصور ممتثلة في عدم الموضوعية، وعرض وجهة نظر مالك الوسيلة.

- مدى الحرص على متابعة التغطية الإعلامية للعمليات الإرهابية لتنظيم داعش:

جدول رقم (5) الحرص على متابعة التغطية الإعلامية للعمليات الإرهابية لتنظيم داعش

النسبة	التكرارات	مدى الحرص
50.5%	202	نعم
49.5%	198	إلى حد ما
100%	400	المجموع

يتضح من بيانات الجدول رقم (5) أن نصف العينة تقريباً (50.5%) تحرص على متابعة التغطية الإعلامية للعمليات الإرهابية لتنظيم داعش، وهناك (49.5%) حرصوا على متابعتها إلى حد ما، واستبعد من العينة جميع من أجابوا بأنهم لا يتابعون هذه التغطية الإعلامية، لأنهم لن يستطيعوا الإجابة على أسئلة الاستبيان الأخرى، ولعل حرص العينة على متابعة هذه التغطية للعمليات الإرهابية يعود لخطورة هذه العمليات، وتأثيرها الكبير على العالم أجمع، وليس على المناطق التي تشهد العمليات الإرهابية فقط، فالجريمة الإرهابية تستهدف التخويف والترويد وزعزعة الاستقرار، ويد الإرهاب من الممكن أن تصل لأي مكان محققة أهدافها، وتمكن هذا التنظيم بالفعل من تنفيذ العديد من العمليات الإرهابية في عدة مناطق في العالم، وبصورة متكررة جعلت الجمهور حريص على متابعة جرائمه من خلال وسائل الإعلام المختلفة.

- أهم المصادر التي يستقى منها المبحوثون معلوماتهم حول العمليات الإرهابية لتنظيم داعش:

جدول رقم (6) أهم المصادر التي تستقى منها الجمهور معلوماته حول العمليات الإرهابية لتنظيم داعش

النسبة	التكرار	المصادر
59.3%	237	القنوات الفضائية العربية
49.3%	197	القنوات الفضائية المصرية
46.8%	187	المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية العربية
46.0%	184	التليفزيون المصري
41.5%	166	المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية
36.8%	147	المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية المصرية
21.5%	86	المواقع الإلكترونية للقنوات الأمريكية الموجهة باللغة العربية
13.5%	54	الإذاعة المصرية
12.0%	48	الصحف القومية المصرية
11.3%	45	الإذاعات العربية
10.8%	43	الصحف العربية
6.8%	27	الصحف الخاصة المصرية
6%	24	الصحف الحزبية المصرية

تصدرت القنوات الفضائية العربية قائمة المصادر التي يستقى منها المبحوثون معلوماتهم عن العمليات الإرهابية لداعش (59.3%)، فكانت أبرز المصادر لدى عينة الدراسة، وقد يرجع ذلك إلى أن بعض هذه القنوات خاصة القنوات الإخبارية منها تمتلك إمكانات تقديم متابعة مستمرة للأحداث الإخبارية المختلفة، بما لديها من إمكانات تكنولوجية ومادية عالية، وجاءت القنوات الفضائية المصرية في الترتيب الثاني، وبنسبة (49.3%)، وهذا يشير إلى أن الإعلام الفضائي هو الأكثر جذبا للجمهور سواء الإعلام العربي أو المصري، وجاءت في الترتيب الثالث المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية العربية (46.8%)، ثم التلفزيون المصري (46%)، ويعكس هذا الترتيب أن للتلفزيون المصري مكانه لا بأس بها بين المصادر الإعلامية المختلفة في ظل ما يتمتع به من مزايا وخصائص فنية تفوق غيره من المصادر، ثم جاءت المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة بالعربية في الترتيب السادس (41.5%)، وبمكانة تفوق مواقع القنوات الفضائية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية وغيرها من المصادر، مما يعنى تميز هذه المواقع على غيرها في تقديم الخدمة الإخبارية، وعرض الوقائع وتقديم المعلومات التي تساعد على فهم الأبعاد المختلفة للعمليات الإرهابية.

وتتفق نتائج دراستنا مع نتائج دراسة هبة شاهين (2012)⁽⁶³⁾، التي أشارت إلى تصدر القنوات الفضائية العربية قائمة القنوات العربية والأجنبية التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة الأخبار، كذلك نتائج دراسة ماجدة مراد (2008)⁽⁶⁴⁾ التي أشارت إلى احتلال القنوات الإخبارية العربية مقدمة المصادر التي تعتمد عليها النخبة في الحصول على المعلومات.

مدى الحرص على متابعة التغطية الإعلامية للعمليات الإرهابية لداعش على المواقع الإلكترونية:

جدول رقم (7) مدى الحرص على المتابعة

النسبة	التكرارات	المتابعة على المواقع
32.3%	129	نعم
67.7%	271	إلى حد ما
100%	400	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن النسبة الأكبر من العينة (67.7%) تحرص إلى حد ما على متابعة العمليات الإرهابية لداعش من خلال المواقع الإلكترونية محل الدراسة، بينما حرص على متابعتها (32.3%)، وتتفق نتائج هذا الجدول مع نتائج الجدول رقم (6) الذي جاءت فيه هذه المواقع في الترتيب السادس بالمقارنة بالمصادر الأخرى التي يستمد منها الجمهور معلوماته عن إرهاب داعش.

- أسباب الاهتمام بمتابعة التغطية الإعلامية للعمليات الإرهابية لداعش على هذه المواقع:

جدول رقم (8) أسباب الاهتمام بمتابعة التغطية الإعلامية للعمليات الإرهابية لداعش على هذه المواقع

النسبة	التكرار	الأسباب
67.5%	270	لتأثيرها على العالم بأكمله
46.5%	186	لتأثيرها على المنطقة
45.5%	182	لتأثيرها على الأوضاع في مصر
39.0%	156	لتعاطفي مع ضحايا العمليات الإرهابية

تمثلت الأسباب وفق نتائج الجدول رقم (8) في تأثيرها على العالم بأكمله بنسبة (67.5%)، لتأثيرها على المنطقة (46.5%)، وبفارق نسبي محدود لتأثيرها على الأوضاع في مصر (45.5%)، ثم لتعاطفي مع ضحايا العمليات الإرهابية (39%)، وهذه الأسباب جميعها تتفق مع أن الجمهور يعي تماماً أن الإرهاب هو فعل عنيف يقتل ويخرب ويدمر لزعة الاستقرار، وكسر هيبة الدول، وخدمة أغراض سياسية في المقام الأول تحت راية الدين أو راية المبادئ العليا، وهو في حقيقة الأمر بعيد كل البعد عن الرسائل السماوية أو الفكر السليم أو أي عقيدة إنسانية نافعة.

- تقدير عينة الدراسة لمدى أهمية العمليات الإرهابية لتنظيم داعش:

جدول رقم (9) تقدير مدى أهمية العمليات الإرهابية لداعش

النسبة	التكرارات	مدى الأهمية
58.7%	235	مهمة
34.0%	136	مهمة إلى حد ما
7.3%	29	غير مهمة
100%	400	المجموع

أشار أكثر من نصف مفردات الدراسة (58.7%) إلى أن هذه العمليات مهمة، وأشار (34%) إلى أنها مهمة إلى حد ما، وانخفضت بشكل ملحوظ نسبة من يرون أنها غير مهمة (7.3%)، وهذه النسب منطقية في ظل تزايد العمليات الإرهابية وانتشارها على مستوى العالم، وتعاضم تأثيرها على الأرواح والممتلكات والحريات، وسيطرة هذا التنظيم على مساحات واسعة في العراق وسوريا.

- مستوى اهتمام المبحوثين بالعمليات الإرهابية لتنظيم داعش:

لقياس مستوى الاهتمام تم الاعتماد على مقياس تضمن البعد العاطفي (الوجداني) للاهتمام، بسؤال المبحوث عن درجة اهتمامه الشخصي بالموضوع، وكذلك تضمن البعد السلوكي للاهتمام، وتم قياسه عن طريق درجة استخدام المبحوث لقنوات الاتصال المختلفة، وجاءت النتائج على النحو التالي :

جدول رقم (10) الاهتمام الشخصي بهذه العمليات الإرهابية

النسبة	التكرارات	الاهتمام الشخصي
45.8%	183	مهمة
49.5%	198	مهمة إلى حد ما
4.7%	19	غير مهمة
100%	400	المجموع

يتضح من نتائج هذا الجدول أن (45.8%) من العينة يهتمون شخصياً بهذه العمليات الإرهابية، (49.5%) يهتمون بها إلى حد ما ، مما يعنى أن معظم مفردات العينة تهتم شخصياً بالعمليات الإرهابية لداعش، وهذا أمر متوقع، لأنه موضوع حيوي ومؤثر على العالم أجمع وفي جميع مناحي الحياة.

جدول رقم (11) درجة استخدام قنوات الاتصال

النسبة المئوية	الوزن النسبي	لا		أحياناً		دائماً		استخدام قنوات الاتصال
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
85.1%	1021	3.3	13	38.3	153	58.5	234	أتابع ما يقدم في التلفزيون
78.3%	940	13.0	52	39.0	156	48.0	192	أتابع المواقع الأجنبية
78.25%	939	7.8	31	49.8	199	42.5	170	أتحدث مع أسرتي وأصدقائي
67%	804	29.3	117	40.5	162	30.3	121	أتابع ما ينشر في الصحف
66.5%	781	32.3	129	40.3	161	27.5	110	أواصل وأتفاعل مع المواقع
55.6%	667	48.5	194	36.3	145	15.3	61	أشارك في ندوات ومناقشات

يتضح من بيانات الجدول السابق تفوق التلفزيون على غيره من قنوات الاتصال الأخرى وبأعلى وزن نسبي، تلاه متابعة ما يقدم عبر المواقع الإلكترونية للقنوات الأجنبية الموجهة بالعربية حول العمليات الإرهابية، ثم التحدث مع الأسرة والأصدقاء والزملاء حول هذه العمليات ، ثم متابعة ما ينشر في الصحف حولها ، تلاها التواصل والتفاعل مع هذه المواقع الإلكترونية بشأن العمليات الإرهابية ، بينما تراجع الوزن النسبي للحرص على المشاركة في ندوات ومناقشات عامة حول الإرهاب، حيث إنه ما يقرب من نصف العينة (48.5%) لم يشارك في هذه الندوات والمناقشات العامة، أي أنه بالرغم من ارتفاع نسبة الاهتمام الشخصي بالموضوع، وهو البعد الوجداني للاهتمام، إلا إنه قابله سلوك فعلى محدود في المشاركة في الندوات والمناقشات، والتواصل والتفاعل مع المواقع ، مما يعنى تراجع البعد السلوكي للاهتمام ، وهذا ما أكدته بيانات الجدول التالي الخاص بمستوى الاهتمام بالموضوع.

جدول رقم (12) مستوى الاهتمام بالموضوع

النسبة	التكرارات	مستوى الاهتمام
8.5%	34	اهتمام مرتفع
88%	352	اهتمام متوسط
3.5%	14	اهتمام منخفض
100%	400	المجموع

وفقاً لمجموع درجات مقياس مستوي الاهتمام بالموضوع ببعديه الوجداني والسلوكي صنف الاهتمام إلى ثلاثة مستويات ، حيث يتضح من بيانات هذا الجدول أن (88%) من مفردات الدراسة مستوى اهتمامهم بالموضوع متوسط، بالرغم من أهمية الموضوع وكونه من الموضوعات الرئيسية التي اهتمت بها وسائل الإعلام المختلفة، في حين أن هناك (8.5%) مستوى اهتمامهم بالموضوع مرتفع، (3.5%) فقط مستوى اهتمامهم منخفض، وهذا يرجع كما أوضحنا إلي البعد السلوكي للاهتمام، حيث لم يترجم الاهتمام الشخصي بالعمليات الإرهابية إلي سلوك فعلي بالحرص أكثر علي استخدام قنوات الاتصال المختلفة.

- معدل التعرض للمعلومات الخاصة بإرهاب داعش على المواقع الإلكترونية محل الدراسة:

جدول رقم (13) معدل التعرض للمعلومات الخاصة بالعمليات الإرهابية لداعش على هذه المواقع

النسبة	التكرارات	معدل التعرض
58.3%	233	عند وقوع عمليات إرهابية
23.3%	93	حسب الظروف
18.5%	74	يوميًا
100%	400	الإجمالي

بقراءة بيانات الجدول السابق يتضح أن (58.3%) من العينة تتعرض للمعلومات الخاصة بالعمليات الإرهابية لداعش على هذه المواقع عند وقوع عمليات إرهابية، مما يعنى أن النسبة الأكبر من الجمهور لا تنشغل بالإرهاب، ولا تتابع أخباره إلا عند وقوع مثل هذه العمليات الإرهابية، وهي نتيجة غير متوقعة في ظل تنامي العمليات الإرهابية وتأثيراتها على استقرار الدول المختلفة، واجتياح وسيطرة الإرهابيين على مساحات واسعة في عدة دول عربية، واستهداف العسكريين والمدنيين داخل مصر وخارجها ، ولكننا يمكننا تفسير هذه النتيجة أيضاً في ظل تعدد مصادر المعلومات التي يتعرض الجمهور لها، مما انعكس على انخفاض معدل تعرضهم للمواقع الإلكترونية محل الدراسة، حيث أشار (23.3%) إلى أنهم يتعرضون لها حسب الظروف ، بينما يتعرض لها يومياً (18.5%) فقط من العينة.

**- مدى توافر مكونات المصادقية في المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية
الموجهة باللغة العربية في تغطيتها للعمليات الإرهابية لتنظيم داعش:**

**جدول رقم (14) توافر مكونات المصادقية في المواقع الإلكترونية في تغطيتها
للعمليات الإرهابية**

الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق		مكونات المصادقية	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
0.52	2.71	%3.3	13	%22.3	89	%74.5	298	الاستعانة بخبراء ومتخصصين	سمات التغطية الإخبارية
0.53	2.67	%2.8	11	%28.0	112	%69.3	277	الفورية في نقل الأحداث	
0.62	2.53	%6.8	27	%34.0	136	%59.3	237	الاستعانة بمصادر موثوق بها	
0.62	2.44	%7.0	28	%42.3	169	%50.8	203	توثيق المعلومات ونسبها إلى مصادرها	
0.67	2.38	%10.8	43	%41.0	164	%48.3	193	الفصل بين الخير والرائي	
0.65	2.36	%9.5	38	%44.8	179	%45.8	183	الدقة في المعلومات المقدمة	
0.61	2.32	%7.8	31	%53.0	212	%39.3	157	التغطية المتكاملة والشاملة	
0.55	2.24	%6.0	24	%64.0	256	%30.0	120	الصدق في نقل الأحداث	
0.69	2.21	%15.3	61	%48.5	194	%36.3	145	التوازن في العرض	
0.74	2.21	%18.8	75	%41.8	167	%39.5	158	الانفراد وعدم الاعتماد على داعش	
0.60	2.62	%6.0	24	%26.3	105	%67.8	271	الاستعانة بمذيعين ومراسلين متميزين	رؤية الجمهور حول القائم بالاتصال والوسيلة الإعلامية
0.69	2.28	%13.5	54	%45.3	181	%41.3	165	تحقق مصلحة الجمهور وتلبي احتياجاته	
0.72	2.15	%19.3	77	%46.5	186	%34.3	137	الاستقلالية	
0.65	2.09	%17.3	69	%56.8	227	%26.0	104	الثقة في المواقع وتوجهاتها وأهدافها	
0.70	2.39	%12.8	51	%35.8	143	%51.5	206	التفاعلية من خلال: التعليقات	
0.74	2.33	%16.6	66	%34.3	137	%49.3	197	الإعجاب	
0.71	2.34	%13.8	55	%38.8	155	%47.3	190	المشاركة	
0.72	2.30	%15.3	61	%39.5	158	%45.3	181	المشاركة في استطلاعات الرأي	
0.75	2.02	%27.3	109	%43.3	173	%29.5	118	اسأل أكثر (إضافة سؤال والحصول على الإجابة)	
0.69	1.60	%51.8	207	%36.5	146	%11.8	47	التصويت في مسابقات	

لقياس مصادقية هذه المواقع الإلكترونية لدى الجمهور، طرح على الباحثين عشرون عبارة (منهم ست عبارات لقياس التفاعلية) تتناول محورين يمثلان مكونات المصادقية هما : سمات التغطية الإخبارية، ورؤية الجمهور حول القائم بالاتصال والوسيلة الإعلامية، وحدد الباحثون درجة قبول أو رفض كل عبارة على النحو الذي يوضحه الجدول رقم (14)، حيث توضح بيانات الجدول السابق فيما يتعلق بسمات التغطية الإخبارية أن مكون الاستعانة بخبراء ومتخصصين لتحليل الأحداث وتفسيرها تبوء مكانة رئيسية لدى عينة الدراسة فكان المتوسط المرجح لهذه العبارة (2.71)، تلاه مكون الفورية في نقل الأحداث بمتوسط مرجح (2.67)، تلاه مكون الاستعانة بمصادر إعلامية موثوق بها بمتوسط مرجح (2.53)، ثم توثيق

المعلومات ونسبتها إلى مصادرها، تلاها الفصل بين الخبر والرأي، ثم الدقة في المعلومات المقدمة، ثم التغطية المتكاملة والشاملة لأبعاد العمليات الإرهابية، ثم الصدق في نقل الأحداث، ثم التوازن في عرض وجهات النظر المختلفة، وبنفس المتوسط المرجح للعبارة الانفراد وعدم الاعتماد على داعش كمصدر للمعلومات، ولعل تراجع المتوسط المرجح لعبارة عدم الاعتماد على داعش كمصدر للمعلومات بالمقارنة بغيرها من العبارات يتفق مع نتائج مجموعات النقاش، حيث أشار الإعلاميون والجمهور العام إلى أن كثيراً ما تعتمد المواقع الإلكترونية محل الدراسة على داعش كمصدر للمعلومات فهي مصدر مهم وأساسي للمعلومات والصور والفيديوهات وتتناقضها المصادر الإعلامية المختلفة دون التحقق من صحتها مستجيبين بذلك لأهداف التنظيم في الترويج لخطابه الإرهابي والاتصال بالجمهور.

وفيما يتعلق برؤية الجمهور حول القائم بالاتصال والوسيلة الإعلامية حصل مكون الاستعانة بمذيعين ومراسلين متميزين على متوسط مرجح (2.62) ، وهذا يتفق مع نتائج مجموعات النقاش التي أثنى فيها الإعلاميون وأيضاً الجمهور العام على القائمين بالاتصال في هذه المواقع وكفاءتهم ومهاراتهم واحترافهم، وهو من الأسباب الرئيسية لنجاح وتميز هذه المواقع ، تلاه مكون تحقق مصلحة الجمهور وتلبي احتياجاته بشأن الإمام بالعمليات الإرهابية، حيث حصل على متوسط مرجح (2.28)، ثم مكون الاستقلالية (2.15) ، تلاه مكون الثقة في المواقع وتوجهاتها وأهدافها (2.09) ، أما التفاعلية فتم قياسها من خلال التعليقات comments ، وجاءت بمتوسط مرجح (2.39)، المشاركة على الفيس بوك أو تويتر وغيرهم من مواقع التواصل الاجتماعي share (2.34) ، الإعجاب like (2.33) ، المشاركة في استطلاعات الرأي (2.3) ، أسأل أكثر (إضافة سؤال والحصول على إجابة) (2.02) ، وأخيراً التصويت في مسابقات (صوت الآن في مسابقة ..) (1.6).

ووفقاً لمجموع الدرجات التي حصل عليها كل مبحوث على العبارات المذكورة في الجدول السابق تم تصنيف مستوى المصدقية المواقع الإلكترونية محل الدراسة إلى ثلاثة مستويات على النحو الذي يوضحه الجدول رقم (15).

جدول رقم (15) مستويات المصدقية

النسبة	التكرارات	المصدقية
31.8%	127	مصدقية مرتفعة
62.7%	251	مصدقية متوسطة
5.5%	22	مصدقية منخفضة
100%	400	المجموع

توضح بيانات هذا الجدول أن (62.7%) من العينة مستوى مصداقيتهم لهذه المواقع متوسطة، (31.8%) مستوى مصداقيتهم مرتفعة، وهناك (5.5%) مستوى مصداقيتهم منخفضة، وتتفق هذه النتائج إلى حد ما مع نتائج الدراسة الكيفية (مجموعات النقاش المركزة) سواء الإعلاميين أو الجمهور العام، حيث حظت هذه المواقع بدرجة مصداقية عالية لدى نسبة كبيرة منهم، وإن تشكك البعض في مصداقيتها، كما أن مكونات المصداقية المتوفرة لدى هذه المواقع الالكترونية تقاربت بدرجة كبيرة بين نتائج الدراستين الكيفية والكمية.

واقتربت نتائج دراستنا مع نتائج دراسة حسناء منصور (2012)⁽⁶⁵⁾ فيما يتعلق بمكونات المصداقية، حيث حددتها في مصداقية المذيع، وعرض الرأي والرأي الآخر، ونقل صور حية من مواقع الأحداث، بينما حددتها هبة شاهين (2012)⁽⁶⁶⁾ في الدقة والحياد والشمول وتلبية احتياجات الجمهور وكفاءة المرسلين والثقة، وحددتها هبة عبد الوهاب (2010)⁽⁶⁷⁾ في الفورية، والاعتماد على شبكة مراسلين، وارتفاع مستوى الأداء المهني، وحددتها دراسة نائف العتيبي (2007)⁽⁶⁸⁾ في الوضوح والقرب والكفاءة.

- درجة اعتماد المبحوثين على هذه المواقع في الحصول على المعلومات المتعلقة بالعمليات الإرهابية لتنظيم داعش:

جدول رقم (16) درجة الاعتماد على المواقع في الحصول على المعلومات حول العمليات الإرهابية

النسبة	التكرارات	درجة الاعتماد
23.8%	95	اعتمد بدرجة كبيرة
59.3%	237	اعتمد بدرجة متوسطة
17.0%	68	قليلاً ما اعتمد
100%	400	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق أن النسبة الأكبر من مفردات الدراسة درجة اعتمادهم على هذه المواقع متوسطة (59.3%)، وهناك (23.8%) يعتمدون عليها بدرجة كبيرة، بينما هناك (17%) قليلاً ما يعتمدون عليها، وتتفق نتائج هذا الجدول مع نتائج مجموعتي الإعلاميين الذين تفرقوا إلى ثلاث جهات ما بين معتمدين على هذه المواقع بدرجة كبيرة، ومن يعتبرونها مواقع استرشادية ومصدراً ثانوياً للأخبار، ومن يعتمدون عليها في الحصول على المعلومات الخاصة بالأحداث الإقليمية والدولية دون الشأن المحلي، ولكن تختلف النتائج مع نتائج مجموعات الجمهور، فهم يعتمدون بدرجة كبيرة على هذه المواقع بالمقارنة بغيرها من المواقع الأخرى، ويرون أنها مصدراً مهماً للأحداث.

- أهداف اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية محل الدراسة كمصدر للمعلومات عن العمليات الإرهابية لداعش:

جدول رقم (17) أهداف الاعتماد على المواقع الإلكترونية الموجهة باللغة العربية

النسبة المئوية	الوزن النسبي	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق		الأهداف
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
87.92	1055	%3.5	14	%29.3	117	%67.3	269	فهم ما يدور من أحداث
87.67	1052	%2.5	10	%32.0	128	%65.5	262	فهم النتائج المترتبة على العمليات
78.25	939	%13.0	52	%39.3	157	%47.8	191	الحصول على معلومات عنها
76.58	919	%13.8	55	%42.8	171	%43.5	174	النقاش مع الزملاء والأصدقاء
71.75	861	%19.8	79	%45.3	181	%35.0	140	توجيهي إلى الأنماط السلوكية المناسبة
58.33	700	%45.5	182	%34.0	136	%20.5	82	التخلص من الملل وتمضية الوقت

وفقاً لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام فإن الأفراد يعتمدون على هذه الوسائل لتحقيق ثلاثة أهداف مهمة هي أهداف الفهم والتوجيه والتسلية، ووفقاً لبيانات الجدول رقم (17) والوزن النسبي لكل هدف، نرى أن أهداف الفهم تصدرت قائمة الأهداف الأخرى، تلاها أهداف التوجيه ثم أهداف التسلية، وتتفق هذه النتيجة مع فروض نظرية الاعتماد، حيث يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام بهدف الفهم الذاتي والاجتماعي أثناء الأزمات والتهديد وعدم الاستقرار في البيئة المحيطة، فالفرد يسعى لفهم الحدث وتفسيره ومعرفة أسبابه ونتائجه، وبالتالي التخفيف من حدة الغموض والقلق، ويستخدم هذا الفهم في توجيه أعماله وتفاعلاته مع الآخرين، وفي توجيهه لكيفية التعامل مع المواقف الصعبة، ثم يأتي في النهاية هدف التسلية الذي تقل أهميته أثناء الأحداث المتوترة والأزمات.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج عدد من الدراسات السابقة كدراسة حنان سليم (2008)⁽⁶⁹⁾، ووفاء ثروت (2006)⁽⁷⁰⁾، سها فاضل (2003)⁽⁷¹⁾، السيد بهنسى (2000)⁽⁷²⁾، في أن أهداف الفهم تأتي في مقدمة أهداف المبحوثين أثناء المواقف المتوترة كأبرز أهداف الاعتماد على وسائل الإعلام، تليها أهداف التوجيه، ويقل الاعتماد بهدف التسلية في هذه الأوقات مقارنة بظروف التعرض المعتادة.

- التأثيرات التي تنتج عن الاعتماد على هذه المواقع كمصادر للمعلومات :

جدول رقم (18) التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على المواقع كمصادر للمعلومات

الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	موافق		موافق إلى حد ما		غير موافق		التأثيرات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0.52	2.65	%67.3	269	%30.5	122	%2.3	9	المعرفة بوقوع العمليات الإرهابية
0.61	2.49	%55.0	220	%39.0	156	%6.0	24	معرفة جوانب ودوافع هذه العمليات
0.57	2.53	%56.0	224	%40.5	162	%3.5	14	معرفة النتائج المترتبة عليها
0.05	2.56							إجمالي التأثيرات المعرفية
0.70	2.42	%53.5	214	%34.5	138	%12.0	48	الشعور بالقلق والخوف من تكرارها
0.56	2.70	%74.5	298	%20.5	82	%5.0	20	القلق على مستقبل الوطن العربي
0.52	2.69	%71.5	286	%25.8	103	%2.8	11	التعاطف مع الضحايا خاصة المدنيين
0.09	2.60							إجمالي التأثيرات الوجدانية
0.64	2.31	%40.8	163	%49.5	198	%9.8	39	المشاركة في الرأي حولها
0.70	1.45	%11.8	47	%21.5	86	%66.8	267	عدم الاهتمام وعدم المشاركة
0.04	1.88							إجمالي التأثيرات السلوكية

تشير بيانات الجدول السابق إلى تعدد التأثيرات التي تنتج عن الاعتماد على وسائل الإعلام، وتشمل تأثيرات معرفية متعلقة بمعارف ومعلومات الأفراد لتجاوز الغموض الناتج عن نقص المعلومات، وتأثيرات وجدانية ذات صلة بمشاعر الجمهور كمشاعر الخوف والقلق والتوتر، وتأثيرات سلوكية تنتج عن التغييرات المعرفية والوجدانية، ويتضح من الجدول السابق أيضاً أن التأثيرات الوجدانية جاءت في المقدمة بمتوسط مرجع (2.6)، تلاها التأثيرات المعرفية (2.56)، ثم بفارق ملحوظ نسبياً التأثيرات السلوكية (1.88)، وتتفق هذه النتائج مع نتائج عدة دراسات سابقة كدراسة هبة شاهين (2012)⁽⁷³⁾، ووفاء ثروت (2006)⁽⁷⁴⁾، وحنان يوسف (2005)⁽⁷⁵⁾، وسها فاضل (2003)⁽⁷⁶⁾ في أن التأثيرات الوجدانية تتصدر تأثيرات الاعتماد، تليها التأثيرات المعرفية ثم السلوكية، وتختلف هذه النتائج جزئياً مع نتائج دراسة صفا فوزى (2008)⁽⁷⁷⁾ التي أشارت إلى قوة التأثيرات المعرفية للاعتماد وتفوقها على التأثيرات الوجدانية والسلوكية.

ب- نتائج اختبارات صحة الفروض:

اختبار الفرض الأول: " توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين إدراك الجمهور لأهمية العمليات الإرهابية لتنظيم داعش والحرص على متابعتها في المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية".

جدول رقم (19) العلاقة بين إدراك الجمهور لأهمية العمليات الإرهابية والحرص على متابعتها

المتغيرات	ن	سبيرمان	المعنوية	الدلالة
العلاقة بين إدراك الجمهور لأهمية العمليات والحرص على متابعتها في المواقع	400	0.369	0.000	دال عند 0.001

توضح بيانات الجدول رقم (19) وجود علاقة ارتباطية دالة موجبة بين إدراك الجمهور لأهمية العمليات الإرهابية لتنظيم داعش، والحرص على متابعتها في المواقع الالكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية ، فكلما زاد إدراك الجمهور لأهمية العمليات الإرهابية لتنظيم داعش زادت درجة الحرص على متابعتها في المواقع الالكترونية محل الدراسة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط سبيرمان (0.369) ، عند مستوى ثقة (0.001)، وبالتالي يمكننا قبول صحة الفرض الأول للدراسة.

اختبار الفرض الثاني: " توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين معدل التعرض للمواقع الالكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية بشأن العمليات الإرهابية لتنظيم داعش ودرجة مصداقية هذه المواقع لدي الجمهور".

جدول رقم (20) العلاقة بين معدل التعرض للمواقع الالكترونية ودرجة المصداقية

المتغيرات	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل بيرسون	المعنوية	الدلالة
العلاقة بين التعرض والمصداقية	400	46.2	6.31	0.266	0.000	دال عند 0.001

يتضح من بيانات الجدول رقم (20) أنه توجد علاقة ارتباطية دالة موجبة بين معدل التعرض للمواقع الالكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية بشأن العمليات الإرهابية لتنظيم داعش ودرجة مصداقية هذه المواقع لدي الجمهور، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون (0.266)، وهو معامل ارتباط طردي موجب دال عند مستوى (0.001) ، وذلك يبين أنه كلما زاد معدل تعرض الجمهور للمواقع الالكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية بشأن العمليات الإرهابية لتنظيم داعش زادت معه مصداقية هذه المواقع لديهم، فالجمهور عادة لا يكتف تعرضه لوسائل إعلامية معينة إلا إذا كانت تحظى بدرجة مصداقية لديه، وحال زيادة التعرض تزداد معه درجة المصداقية، وبالتالي يمكننا قبول صحة الفرض الثاني للدراسة.

وتتفق نتائج دراستنا مع نتائج دراسة(78) shahira fahmy and others (2012) التي توصلت إلي ارتباط تقييم مصداقية القنوات الفضائية بمعدل التعرض لها، ونتائج دراسة هبة عبد الوهاب(2010)(79)، التي توصلت لوجود علاقة ارتباطية دالة موجبة بين حجم المشاهدة وإدراك مصداقية القنوات العربية والأجنبية، كذلك نتائج دراسة حنان سليم (2008)(80) التي أشارت إلي وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين إدراك المصداقية وزيادة كثافة التعرض للمضمون الإخباري.

اختبار الفرض الثالث: " توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين اعتماد الجمهور على المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية كمصدر للمعلومات حول العمليات الإرهابية لتنظيم داعش ودرجة مصداقية هذه المواقع لديهم".

جدول رقم (21) العلاقة بين الاعتماد على المواقع الإلكترونية ودرجة مصداقية هذه المواقع

المتغيرات	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل ارتباط بيرسون	المعنوية	الدلالة	درجة الارتباط
الاعتماد المصدقية	400	46.158	6.31	0.396	0.000	دال عند 0.001	متوسطة
		2.068	0.636				

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة موجبة بين اعتماد الجمهور على المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية كمصدر للمعلومات حول العمليات الإرهابية لتنظيم داعش، ودرجة مصداقية هذه المواقع لديهم، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون (0.396)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.001)، أي أنه كلما زادت درجات اعتماد الجمهور على المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية كمصدر للمعلومات حول العمليات الإرهابية لداعش زادت معه مصداقية هذه المواقع لديهم، وبالتالي يمكننا قبول صحة الفرض الثالث للدراسة.

ونتفق في ذلك مع نتائج دراسة خالد صلاح (2006)⁽⁸¹⁾ التي توصلت إلي وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين متغيري المصدقية والاعتماد على الوسيلة الإعلامية.

اختبار الفرض الرابع: " تزداد الرغبة في تحقيق أهداف الفهم والتوجيه والتسليية بشأن العمليات الإرهابية لتنظيم داعش بفروق جوهرية لدى المبحوثين الأكثر اعتماداً على المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة بالعربية مقارنة بالمبحوثين الأقل اعتماداً".

جدول رقم (22) الفروق بين المبحوثين الأكثر اعتماداً مقارنة بالأقل اعتماداً في

تحقيق أهداف الاعتماد

المتغيرات	التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجة الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية	الدلالة
أهداف الفهم	بين المجموعات	24.256	12.128	2	17.246	0.000	دال عند 0.001
	داخل المجموعات الإجمالي	303.438	0.703	397			
				399			
أهداف التوجيه	بين المجموعات	36.628	18.314	2	14.737	0.000	دال عند 0.001
	داخل المجموعات الإجمالي	493.372	1.243	397			
		530.31		399			
أهداف التسليية	بين المجموعات	0.359	0.180	2	0.139	0.870	غير دال
	داخل المجموعات الإجمالي	511.738	1.289	397			
		512.097		399			

يتضح من بيانات الجدول رقم (22) أنه تزداد الرغبة في تحقيق أهداف الفهم بشأن العمليات الإرهابية لتنظيم داعش بفروق جوهرية لدى المبحوثين الأكثر اعتماداً على المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية، مقارنة بالمبحوثين الأقل اعتماداً، حيث بلغت قيمة ف (17.246) بقيمة احتمالية بلغت (0.000)، وهي دالة عند (0.001)، وتم إجراء اختبار المقارنات البعدية (LSD) لتحديد دلالة الفروق البعدية بين درجات الاعتماد على المواقع الإلكترونية في تحقيق الرغبة في الفهم ، وتبين أنه توجد فروق جوهرية دالة إحصائياً بين الاعتماد بدرجة ضعيفة مقارنة بالاعتماد بدرجة متوسطة عند مستوى (0.01)، وأن هناك فروقاً جوهرية دالة إحصائياً بين الاعتماد بدرجة ضعيفة مقارنة بالاعتماد بدرجة كبيرة عند مستوى (0.01)، بالإضافة إلى أن هناك فروقاً جوهرية دالة إحصائياً بين الاعتماد بدرجة متوسطة مقارنة بالاعتماد بدرجة كبيرة عند مستوى (0.05).

كما يتضح من الجدول السابق أنه تزداد الرغبة في تحقيق أهداف التوجيه بشأن العمليات الإرهابية لتنظيم داعش بفروق جوهرية لدى المبحوثين الأكثر اعتماداً على المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية مقارنة بالمبحوثين الأقل اعتماداً، حيث بلغت قيمة ف (14.737) بقيمة احتمالية (0.001)، وتم إجراء اختبار المقارنات البعدية (LSD) لتحديد دلالة الفروق البعدية بين درجات الاعتماد على المواقع الإلكترونية في تحقيق الرغبة في التوجيه ، وتبين أنه توجد فروق جوهرية دالة إحصائياً بين الاعتماد بدرجة ضعيفة مقارنة بالاعتماد بدرجة متوسطة عند مستوى (0.01)، وأن هناك فروقاً جوهرية دالة إحصائياً بين الاعتماد بدرجة ضعيفة مقارنة بالاعتماد بدرجة كبيرة عند مستوى (0.01)، بالإضافة إلى أن لا توجد فروق دالة إحصائياً بين الاعتماد بدرجة متوسطة مقارنة بالاعتماد بدرجة كبيرة لدى المبحوثين في تحقيق الرغبة في التوجيه بشأن العمليات الإرهابية لداعش.

ويتضح من الجدول السابق أيضاً أنه لا تزداد الرغبة في تحقيق أهداف التسلية بشأن العمليات الإرهابية لداعش لدى المبحوثين الأكثر اعتماداً على المواقع الإلكترونية مقارنة بالمبحوثين الأقل اعتماداً، حيث بلغت قيمة ف (0.139) بقيمة احتمالية (0.870)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً، وبالتالي يمكننا قبول صحة الفرض القائل بأنه تزداد الرغبة في تحقيق أهداف الفهم والتوجيه بشأن العمليات الإرهابية لداعش بفروق جوهرية لدى المبحوثين الأكثر اعتماداً على المواقع الإلكترونية مقارنة بالمبحوثين الأقل اعتماداً، ولا يمكننا قبول الفرض فيما يتعلق بالرغبة في تحقيق أهداف التسلية.

اختبار الفرض الخامس: " تزداد التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد على المواقع الإلكترونية للفتوات الأوروبية الموجهة بالعربية بشأن العمليات الإرهابية لتنظيم داعش بفروق جوهرية لدى المبحوثين الأكثر اعتماداً على هذه المواقع مقارنة بالمبحوثين الأقل اعتماداً".

جدول رقم (23) الفروق بين الأكثر اعتماداً مقارنة بالأقل اعتماداً في التأثيرات الناتجة عن الاعتماد

التأثيرات	التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجة الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية	الدلالة
التأثيرات المعرفية	بين المجموعات	25.277	12.638	2	8.744	0.000	دال عند 0.01
	داخل المجموعات	573.83	1.445	397			
	الإجمالي	599.11		399			
التأثيرات الوجدانية	بين المجموعات	11.685	5.842	2	3.386	0.035	دال عند 0.05
	داخل المجموعات	684.913	1.725	397			
	الإجمالي	696.598		399			
التأثيرات السلوكية	بين المجموعات	3.052	1.526	2	1.595	0.204	غير دال
	داخل المجموعات	379.908	0.957	397			
	الإجمالي	382.960		399			

يتضح من بيانات الجدول السابق أنه تزداد التأثيرات المعرفية الناتجة عن الاعتماد على المواقع الإلكترونية للفتوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية بشأن العمليات الإرهابية لداعش، بفروق جوهرية لدى المبحوثين الأكثر اعتماداً على المواقع الإلكترونية، مقارنة بالمبحوثين الأقل اعتماداً، حيث بلغت قيمة ف (8.744) بقيمة احتمالية بلغت (0.000)، وتم إجراء اختبار المقارنات البعدية (LSD) لتحديد دلالة الفروق البعدية بين درجات الاعتماد على المواقع الإلكترونية في التأثيرات المعرفية بشأن العمليات الإرهابية، وتبين أن هناك فروقاً دالة إحصائياً بين الاعتماد بدرجة ضعيفة مقارنة بالاعتماد بدرجة متوسطة بفروق جوهرية دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، وأن هناك فروقاً جوهرية دالة إحصائياً بين الاعتماد بدرجة ضعيفة مقارنة بالاعتماد بدرجة كبيرة عند مستوى (0.01)، بالإضافة إلى أن هناك فروقاً دالة إحصائياً بين الاعتماد بدرجة متوسطة مقارنة بالاعتماد بدرجة كبيرة بفروق جوهرية دالة إحصائياً عند مستوى (0.05).

كما يتضح من بيانات الجدول السابق أنه تزداد التأثيرات الوجدانية الناتجة عن الاعتماد على المواقع الإلكترونية للفتوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية بفروق جوهرية لدى المبحوثين الأكثر اعتماداً مقارنة بالمبحوثين الأقل اعتماداً، حيث بلغت قيمة ف (3.386) بقيمة احتمالية بلغت (0.035)، تم إجراء اختبار المقارنات البعدية (LSD) لتحديد دلالة الفروق البعدية بين درجات الاعتماد على المواقع

الإلكترونية في التأثيرات الوجدانية، وتبين أن هناك فروقاً دالة إحصائياً بين الاعتماد بدرجة كبيرة مقارنة بالاعتماد بدرجة متوسطة بفروق جوهرية دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، واتضح من الجدول السابق أيضاً أنه لا تزداد التأثيرات السلوكية الناتجة عن الاعتماد على المواقع الإلكترونية بفروق جوهرية لدى المبحوثين الأكثر اعتماداً مقارنة بالأقل اعتماداً، حيث بلغت قيمة ف (1.595) بقيمة احتمالية (0.204)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

وبالتالي يمكننا قبول صحة الفرض القائل بأنه تزداد التأثيرات المعرفية والوجدانية الناتجة عن الاعتماد على المواقع الإلكترونية للفتوات الأوروبية الموجهة بالعربية بشأن العمليات الإرهابية لداعش بفروق جوهرية لدى المبحوثين الأكثر اعتماداً على هذه المواقع مقارنة بالأقل اعتماداً، ولا يمكننا قبول الفرض فيما يتعلق بالتأثيرات السلوكية.

اختبار الفرض السادس: "توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات مستويات مصداقية المواقع الإلكترونية للفتوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية لدى الجمهور بشأن العمليات الإرهابية لتنظيم داعش وخصائص الجمهور من حيث النوع والسن والمستوى التعليمي والمستوى الاجتماعي والاقتصادي ومستوى الاهتمام بالموضوع).

جدول رقم (24) الفروق بين متوسطات درجات مستويات المصداقية وخصائص الجمهور من حيث النوع

المتغيرات	ن	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	المعنوية	الدالة
المصداقية	إناث	45.55	5.88	-2.044	398	0.042	دال عند 0.05
	ذكور	46.81	6.52				

يتضح من بيانات الجدول رقم (24) وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات مصداقية المواقع الإلكترونية لدى الجمهور بشأن العمليات الإرهابية لتنظيم داعش وفقاً لخصائص الجمهور من حيث النوع، حيث بلغت قيمة ت (-2.044) بقيمة احتمالية بلغت (0.042)، وهي دالة عند (0.05).

**جدول رقم (25) الفروق بين متوسطات درجات مستويات المصادقية
وخصائص الجمهور من حيث السن والمستوى التعليمي والمستوى الاجتماعي
والاقتصادي ومستوى الاهتمام بالموضوع**

السن	التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجة الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية	الدلالة
المصادقية	بين المجموعات	765.017	382.51	2	10.34	0.000	دال عند 0.001
	داخل المجموعات	14686.06	36.99	397			
	الإجمالي	15451.08		399			
المستوى التعليمي	التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجة الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية	الدلالة
المصادقية	بين المجموعات	671.138	355.569	2	9.014	0.000	دال عند 0.001
	داخل المجموعات	14779.94	37.229	397			
	الإجمالي	15451.08		399			
المستوى الاجتماعي الاقتصادي	التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجة الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية	الدلالة
المصادقية	بين المجموعات	35.218	17.61	2	0.453	0.636	غير دالة
	داخل المجموعات	15415.86	38.83	397			
	الإجمالي	15451.08		399			
مستوى الاهتمام	التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجة الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية	الدلالة
المصادقية	بين المجموعات	1563.11	781.56	2	22.341	0.000	دال عند 0.001
	داخل المجموعات	13887.97	34.98	397			
	الإجمالي	15451.08		399			

يتضح من بيانات الجدول رقم (25) وجود فروق دالة احصائياً بين متوسطات درجات مصادقية المواقع الإلكترونية لدى الجمهور بشأن العمليات الإرهابية لتنظيم داعش وفقاً لخصائص الجمهور من حيث السن، حيث بلغت قيمة ف (10.34)، بقيمة احتمالية (0.000)، وهي دالة عند (0.001)، وتم إجراء اختبار المقارنات البعدية (LSD) لتحديد دلالة الفروق البعدية بين متوسطات درجات المصادقية والسن، وتبين أن لا توجد فروق دالة إحصائياً بين فئتي السن (18: 25 سنة) مقارنة بالسن (26: 35 سنة)، في مقابل أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين فئتي السن (18: 25 سنة) مقارنة بالسن (36 سنة فأكثر) بفروق جوهرية دالة احصائياً عند مستوى (0.001)، كما توجد فروق دالة إحصائياً بين فئتي السن (26: 35 سنة) مقارنة بالسن (36 سنة فأكثر) عند مستوى (0.001).

ويتضح من بيانات الجدول السابق أنه توجد فروق دالة احصائياً بين متوسطات درجات المصادقية وخصائص الجمهور من حيث المستوى التعليمي حيث بلغت قيمة ف (9.014) بقيمة احتمالية (0.000)، وهي دالة عند (0.001)، وتم إجراء اختبار المقارنات البعدية (LSD) لتحديد دلالة الفروق البعدية بين متوسطات المصادقية ومستوى التعليم، وتبين أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين فئتي تعليم

متوسط وجامعي عند مستوى (0.05)، في مقابل أنه لا توجد فروق دالة إحصائياً بين فئتي تعليم متوسط ودراسات عليا، كما أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين فئتي تعليم جامعي ودراسات عليا بفروق جوهرية دالة إحصائياً عند مستوى (0.001).

ويتضح أيضاً من بيانات الجدول السابق أنه لا توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المصادقية وخصائص الجمهور من حيث المستوى الاقتصادي الاجتماعي حيث بلغت قيمة ف (0.453) بقيمة احتمالية (0.636)، وهي غير دالة.

وتتفق نتائج دراستنا إلي حد ما مع نتائج دراسة Cheryl Campanella⁽⁸²⁾ (2006) التي أثبتت وجود فروق دالة إحصائياً في إدراك المبحوثين لمصادقية الأخبار طبقاً للعوامل الديموجرافية.

كما يتضح من بيانات الجدول السابق أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المصادقية وخصائص الجمهور من حيث مستوى الاهتمام بالموضوع، حيث بلغت قيمة ف (22.341) بقيمة احتمالية (0.000)، وهي دالة عند (0.001)، وتم إجراء اختبار المقارنات البعدية (LSD) لتحديد دلالة الفروق البعدية بين متوسطات المصادقية ومستوى الاهتمام بالموضوع، وتبين أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين فئتي اهتمام ضعيف واهتمام متوسط، وبين فئتي اهتمام ضعيف واهتمام كبير، وبين فئتي اهتمام متوسط واهتمام كبير بفروق جوهرية دالة إحصائياً عند مستوى (0.001) لكل منهم.

وبالتالي يمكننا قبول صحة الفرض القائل أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات مستويات مصادقية المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية لدى الجمهور بشأن العمليات الإرهابية لتنظيم داعش وخصائص الجمهور من حيث (النوع والسن والمستوى التعليمي ومستوى الاهتمام بالموضوع) ، ولا يمكننا قبول الفرض فيما يتعلق بالمستوى الاجتماعي الاقتصادي.

الخلاصة :

اهتمت الدراسة الحالية برصد مصادقية المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية لدى الجمهور المصري، للتعرف على مدى التزامها بمعايير تحقيق المصادقية، والمتغيرات التي تؤثر على تصديق الجمهور لها، واعتماده عليها كمصدر للمعلومات، وذلك في إطار العناصر المكونة لمصادقية وسائل الإعلام، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتم تطبيق دراستين نوعية وكمية، اشتملت الدراسة الكيفية على خمس مجموعات نقاش مركزة (مجموعتين من

الإعلاميين ، وثلاث مجموعات من الجمهور العام)، وطبقت الدراسة الكمية الميدانية على عينة عمدية قوامها (400) مفردة ممن يتابعون المواقع الإلكترونية محل الدراسة، وذلك في ضوء تزايد الاهتمام العالمي بدراسات المصادقية باعتبارها المتغير الأبرز في تحديد تأثيرات وسائل الإعلام على معارف واتجاهات الجمهور، والدور الذي تقوم به المواقع الإلكترونية للقنوات الموجهة بالعربية، وأيضاً في ظل تنامي العمليات الإرهابية لتنظيم داعش وانتشارها على مستوى دول العالم أجمع.

ويمكننا استعراض أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة على النحو التالي:

- صحة الربط النظري بين متغيري المصادقية والاعتماد، فهناك علاقة ارتباطية دالة بينهما، وهذا يؤكد الارتباط الوثيق والعلاقة التبادلية بينهما.

- تنوعت المعايير التي يستند إليها الإعلاميون والجمهور (سواء في الدراسة الكيفية أو الكمية) في تقييم مصادقية المواقع الإلكترونية، وتمركزت حول التغطية الإعلامية المتكاملة، والصدق، والدقة، والتوازن، والفورية، والفصل بين الخبر والرأي، والثقة في المواقع، والتفاعلية مع الجمهور، وكفاءة القائمين بالاتصال، والاستعانة بمصادر إعلامية وخبراء موثوق فيهم، وتلبية احتياجات الجمهور، وتوثيق المعلومات ونسبتها إلى مصادرها.

- ارتفاع معدل اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية محل الدراسة، بالإضافة إلى تفوق الفضائيات العربية على الفضائيات المصرية وبعض وسائل الإعلام التقليدية، والمواقع الإلكترونية للفضائيات الأجنبية الموجهة، كأفضل المصادر التي يستقى منها الجمهور معلوماته عن العمليات الإرهابية.

- تتمثل التغطية الإعلامية الأمثل للعمليات الإرهابية في: شمول التغطية الإخبارية وتوازنها، والتحقق من المعلومات والبيانات وتوثيقها، وإعلام المواطن بتأثير هذه الظاهرة على واقعه ومستقبله لتعزيز الحشد الاجتماعي ضدها، وتسليط الضوء على التجارب المبتكرة لمكافحة الإرهاب، وكشف جذوره في الخطاب الديني المعاصر.

- أكدت النتائج وجود علاقة وطيدة بين هذه المواقع والدول التي تنتمي إليها، سواء علاقة صريحة أو مستترة، فهذه المواقع تشكل جزءاً عضواً من السياسة الخارجية والقوى الناعمة لدولها.

- كشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية دالة موجبة بين إدراك الجمهور لأهمية العمليات الإرهابية، والحرص على متابعتها في المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية، وأيضاً بين معدل التعرض لهذه المواقع ودرجة

مصادقيتها لديهم، وبين اعتمادهم على هذه المواقع ودرجة مصداقيتها لديهم ، لذا ثبتت صحة الفرض الأول والثاني والثالث للدراسة.

-تزداد الرغبة في تحقيق أهداف الفهم والتوجيه بشأن العمليات الإرهابية لداعش بفروق جوهريّة لدى المبحوثين الأكثر اعتماداً على المواقع محل الدراسة، بينما لا تزداد الرغبة في تحقيق أهداف التسليّة، لأن هذا الهدف تقل أهميته أثناء الأحداث المتوترة والأزمات، كذلك تزداد التأثيرات المعرفية والوجدانية الناتجة عن الاعتماد على المواقع محل الدراسة بشأن العمليات الإرهابية لداعش لدى المبحوثين الأكثر اعتماداً على المواقع، بينما لا تزداد التأثيرات السلوكية ، لذا تحققت صحة الفرضين الرابع والخامس جزئياً.

- ثبت وجود فروق دالة احصائياً بين متوسطات مستويات مصداقية المواقع محل الدراسة وخصائص الجمهور من حيث النوع والسن ومستوى التعليم ومستوى الاهتمام بالموضوع، بينما لم تتحقق صحة هذا الفرض السادس فيما يتعلق بمتغير المستوى الاجتماعي الاقتصادي.

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة يتضح أهمية وضع إستراتيجية إعلامية دولية، تتضمن أهدافاً واضحة بشأن التغطية الأمثل للعمليات الإرهابية، والمصادر التي يمكن الاعتماد عليها، لعدم الوقوع في فخ الإرهابيين باستدراج وسائل الإعلام في خدمة مصالحهم، وتحقيق أهدافهم، والترويج لمعتقداتهم، وكسب متعاطفين جدد مع أفكارهم، وذلك حتى لا تتورط وسائل الإعلام سواء عن عمد أو بدون عمد في دعم الإستراتيجية الإعلامية لداعش وغيرها من التنظيمات الإرهابية، كذلك من الأهمية إعادة النظر في الرؤية الإعلامية المصرية من أجل تحقيق فاعلية الإعلام المصري، ففي ظل تعدد ومنافسة مصادر المعلومات المختلفة يجب على الإعلام المصري تطوير آليات معالجته للأحداث الطارئة والمتوترة والأزمات، وأن يستكمل مقومات المعالجة الإعلامية المتميزة من خلال السرعة، والدقة، والتوازن، والمعلومات الكاملة من موقع الحدث، والاستعانة بالخبراء والمتخصصين لتحليل الأحداث وتفسيرها، والاستعانة بفرق مدربة ومتميزة من أطقم التغطية، حتى لا تتراجع مصداقيته، وينصرف الجمهور إلى تصديق مصادر أخرى، وخير دليل على ذلك ارتفاع مستوى مصداقية المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية، وارتفاع معدلات الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات لدى الجمهور المصري.

المراجع:

- 1- خالد صلاح الدين، مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدي الجمهور: دراسة كمية/ كيفية في إطار النموذج البنائي للمصداقية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد السادس والعشرون (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يناير- مارس 2006) ص 129.
- 2-رحاب عبد الناصر عوض، مصداقية القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة لدي الجمهور المصري، **رسالة ماجستير**، غير منشورة (جامعة أسيوط: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2016).
- 3- وليد رشيد، مستويات مصداقية الأخبار في القنوات العراقية كما يراها الجمهور، **رسالة دكتوراه**، غير منشورة (المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة: معهد البحوث والدراسات العربية، 2013).
- 4- هبة شاهين، مصداقية القنوات التلفزيونية الإخبارية خلال الأزمات: دراسة حالة للتغطية الإعلامية لثورة 25 يناير، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد الحادي عشر، العدد الأول (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يناير- مارس 2012).
- 5 - Williams, Ann, Trust or Bust: Questioning The Relationship Between Media Trust and News Attention, **Journal of Broadcasting and Electronic Media** ,Vol. 56, No.1, 2012.
- 6- حسناء منصور، تقييم مصداقية البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية في تناولها لموضوع الدستور المصري 2012: دراسة علي عينة من المصريين المغتربين بالمملكة العربية السعودية، في: **المؤتمر العلمي الدولي التاسع عشر "الإعلام وثقافة الديمقراطية"** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 23-25 إبريل 2012).
- 7- دينا عرابي ويسنت العقبواوي ، مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي لدي الشباب: دراسة ميدانية على عينة من الشباب السعودي، ورقة مقدمة في: **المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد..التحديات النظرية والتطبيقية"** (الرياض: جامعة الملك سعود ، 15-16 أبريل) 2012.
- 8- Fahmy, Shahira, Wanta, Wayne and Nisbet, c. Erik, Mediated Public Diplomacy: Satellite TV News in The Arab World and Perception Effects, **International Communication Gazette**, Vol. (74), No. (8), 2012.
- 9- وسام نصر، مصداقية وسائل الإعلام المصرية الحكومية والخاصة أثناء الأزمات: دراسة تطبيقية علي أزمة أنفلونزا الخنازير، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد العاشر، العدد الأول (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يناير- يونية 2010).
- 10- هبة عبد الوهاب، مستويات مصداقية القنوات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفة، **رسالة ماجستير**، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2010).
- 11- Kim, D.& Johnson, T. J., A Shift in Media Credibility Comparing Internet and Traditional News Sources in South Korea, **The Internet Communication Gazette**, Vol. 71, 2009.
- 12 - Tyujin, Seo " Journalists Perceptions of Source Credibility and The Media Source Use: A Study of Media Coverage of The Six- Party Nuclear Talks" **Paper Presented to The Journalism Studies Division at The Annual Convention of The International**

Communication Association (Canada Montreal 22-26 May, 2008).
(online) available at:
[http://scholarcommons.usf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3346
&context=etd](http://scholarcommons.usf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3346&context=etd) visited in:5-9-2105.

13- نايف مطلق العتيبي، مصداقية الأخبار التلفزيونية لدى طلاب وطالبات جامعة الملك سعود: دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة، رسالة ماجستير (جامعة الملك سعود، كلية الآداب – قسم إعلام، 2007).

14- خالد صلاح الدين، مرجع سابق.

15- عثمان العربي ، مصداقية الصحافة الالكترونية العربية لدى الجمهور السعودي : دراسة مسحية على متصفح الصحافة الالكترونية في مدينة الرياض ، في: مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي (جامعة الشارقة: كلية الاتصال، 2005).

16- Johnson, T. & Kaye, B., Wag the Blog: how reliance on traditional media and the Internet influences credibility perceptions of weblogs among blog users, **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol. 81, No. (3) 2004.

17- Greer, J., Evaluation the Credibility of Online Information: a test of source and advertising influence, **Journal of Mass Communication & Society**. Vol.9, No1., 2003.

18- سهام نصار، تأثير المصداقية على علاقة الصفوة بالصحافة المصرية ، في: المؤتمر العلمي السنوي التاسع (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 2003).

19- Abdullah, Rasha A. and Others, The credibility of Newspapers, TV and Online NEWS, USA, University of Miami, School of Communication, 2002, (online) available at:
[http://www.miami.edu/comicar/miamibeach, htm](http://www.miami.edu/comicar/miamibeach.htm). visited in:21-9-2015

20- Kiousis, S., Public Trust or Mistrust? Perceptions of media credibility in the information age, **Journal of Mass Communication & Society**. Vol. 4, No. (4). 2001.

21- Flanagin, A.& Metzger, M., Perceptions of Internet Information credibility, **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol .77 No. (3) , 2000.

22- محمد شريف الدالي، المعالجة الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط في قناتي الحرة الأمريكية ، France 24 الموجهتين باللغة العربية، دراسة تحليلية مقارنة على عينة من نشرات الأخبار، رسالة ماجستير، غير منشورة (كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2012).

23- Bruce, Michael, Visual Framing on Arab Satellite TV: Comparing The Content and Structure of Aljazeera, Aljazeera English, Al Arabia, Al hurra and BBC Arabic, News Casts in Partial Fulfillment of The Requirements for The Degree of Doctor of Philosophy, University of Oklahoma, Graduate College, 2012. (online) available at :
http://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/BlogCredibility_101210.pdf visited in:3-9-2105.

24- داليا عثمان إبراهيم , المعالجة الإخبارية للقضايا السياسية العربية في القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية , رسالة ماجستير , غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام) (2012) .

25- Yehia, Amir, The Framing of The Egyptian Revolution Portrayed Through The Aljazeera and CNN Media Outlets and How They Compare and Contrast, in: Partial Fulfillment of The Requirements for The Degree Master of Arts, University of Missouri, 2011. (online) available at: <http://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199756841/obo-9780199756841-0080.xml> visited in:5-9-2105.

26- بثينة حمدان ، تغطية الـBBC الإخبارية للقضية الفلسطينية. رسالة ماجستير ، غير منشورة (فلسطين: جامعة بيرزيت، 2010). (online) available at:

<http://dalya6848.blogspot.com/2015/08/22.html>// visited in:5-10-2105

27- - تمارة الاوم ، بناء الحقائق: الصراع العربي الإسرائيلي : دراسة مقارنة بين الجزيرة والـCNN والـBBC " (المملكة المتحدة: 2010). (online) available at :

<https://www.kitabat.com/ar/print/12266.php> / visited in:5-10-282105
فاطمة الخطيب، المعالجة الإعلامية للقضايا المصرية في القنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية و تأثيرها على ترتيب أولويات الشباب الجامعي المصري نحو القضايا ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة (جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام 2010).

29- - ليون بارخو ، استراتيجيات السلطة في محطات البث العالمية متعددة اللغات , كيف تشكل الـBBC والـCNN والجزيرة نشرات الاخبار الخاصة بالشرق الأوسط ، رسالة ماجستير (الولايات المتحدة –الأمريكية: جامعة اوهايو ، 2009). (online) available at :

<https://www.uop.edu.jo/En/Research/Theses/Documents/> visited in:2-10-2015

30- سوزان سكوفك ، صورة الإسلام في الفضائيات العالمية: دراسة مقارنة بين القنوات ، رسالة ماجستير (السويد: جامعة الـCNN والـBBC الإخبارية: الجزيرة الإنجليزية والـيونكس-ابنغ، 2009). (online) available at :

<http://www.bbc.co.uk/thefuture/text/bbc-bpu-comlete.html>/visited in :2/10/2015

31- نهي عاطف العبد , اعتماد الجمهور العربي علي القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية في أوقات الأزمات بالتطبيق علي أزمة العدوان الإسرائيلي علي غزة , المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد (33) (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، يناير/ يوليو 2009).

32- Asserson, Trevor & Pinson, Deena, The BBC Vative "An Analysis of BBC Arabic", 2008, (online) Study available at: <http://www.bbcwatch.com>, visited in: 3-3-2016

- 33- حلمي محسب، قياس تفاعلية المواقع التلفزيونية الإخبارية على الإنترنت بالتطبيق على موقعي الجزيرة و CNN، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 29 (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يناير-مارس 2008).
- 34- Eltuhami, S.Hanadi, A Content and Textual Analysis of The BBC World News and CNN Headline News, Online Services, Frames and News Sources in Coverage of The Second Palestinian intifada, Masters Abstract international. Vol, 42, No, 3, 2003, available at: <http://digitool.Fcla.edu.com> visited in: 4-3-2016
- 35- Daekyung Kim, A Shift in Media Credibility, **International Communication Gazette** ,Vol. 71 No.4, 2009, pp. 583-302.
- 36 -El Nawawai, Mohammed, US Public Diplomacy in The Arab World: The News Credibility of Radio Sawa and Television at Hurra in Five Countries, **Global Media and Communication** ,Vol. 83, No.2, 2006,pp. 183-203.
- Salwen, Michael, **Digital Media: Youth and Credibility** (USA, New Jersey. Lawrence Erlbaum Associates, 2005) p.148
- 37- Rampal, R. Kuldip & Adams, W.Clifton, Credibility of The Asian News Broadcasts of The Voice of America and The British Broadcasting Corporation, **GAZETTE**, Vol.46, No.2, September 1990, pp.93-109.
- 38- هويدا مصطفى، مصداقية وسائل الإعلام كما تراها النخبة في مصر: دراسة حالة التغطية الإعلامية للحرب علي العراق، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 21 (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ديسمبر 2003).
- 39- Kohring, M.**Virtanen in Journalism, Theories and emperies , Trust in Journalism Theoretical and Empirical Investigation** (Germany Konstanz: University publishing House,2004).
- 40- Schweiger, W, Media Credibility – Experience or Image? : A Survey on the Credibility of the World Wide Web in Germany in Comparison to Other Media, **European Journal of Communication**, Vol. 15, No. (1), 2000, pp.37-59
- 41- Ibid, p.48.
- 42- Williams, Ann, - **Op.Cit.**p123.
- 43- خالد صلاح الدين، مرجع سابق، ص.153
- 44- Downing, John, **Internationalizing Media theory : Transition, Power, Culture**_(London : Sage publications, 1996) P.P 191.
- 45- Morton, .T.A., Duck, J.M., Social Identity and Media Dependency in The Gay Community: The Prediction of Face Sex Attitudes, **Communication Research**, Vol, 27, No. 4, 2000, P.P., 438 – 439.
- 46- ملفين ديفلير وساندرابول روكيتش ، نظريات وسائل الإعلام ، ترجمة كمال عبد الرؤوف (القاهرة : الدار الدولية للنشر والتوزيع ، 1993) ص ص 426 – 427 .

- 47- Loveless, M, .Media Dependency: Mass Media as Sources of Information in The Democratizing Countries of Central and Eastern Europe, **Democratization**, Vol, 15, No. 1, 2008, P. 162.
- 48- Baran, Stanly, **Mass Communication theory** (California : Wadsworth Publishing Company, 1995) P.P. 226 – 227 .
- 49-Melvin De Fleur & Sandra Rokeach, **Theories of Mass Communication**, 4 th ed. (New York : Longman, 1992) P.P. 262-264.
- 50- Ibid, P.P. 242-244.
- (*) تم عرض مقياس المصدقية لتحكيمه على السادة الأساتذة التالية أسماؤهم مرتبة ترتيباً أبجدياً :
- أ.د بركات عبد العزيز أستاذ الإذاعة والتلفزيون - ووكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث – جامعة القاهرة .
- أ.د محمد سعد إبراهيم أستاذ الصحافة- كلية الآداب - قسم الإعلام – جامعة المنيا .
- أ.د منى سعيد الحديدي أستاذ الإذاعة والتلفزيون – كلية الإعلام – جامعة القاهرة .
- أ.د وليد فتح الله بركات أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب – جامعة القاهرة .
- 51- Chew, F. & Plamer, S., Interest, The Knowledge Gap and Television Programming, **Journal of Broadcasting and Electronic Media** , Vol.38, No.3, 1994 , p.p. 271 – 275.
- 52- Tichenor, P., Donohue, G. and Olien, C., Mass Media Flow and Differential Growth in knowledge , **Public Opinion Quarterly** , Vol.34, 1970, p.p.159-160 .
- (**) ضمت مجموعتنا النقاش كل من : أ. المجموعة الأولى للإعلاميين:
- (1) أ. مها سكر، صحفية ومراسلة في تلفزيون bbc ، ومذبة في إذاعة bbc.
- (2) أ. محمود الشناوي، مدير تحرير وكالة أبناء الشرق الأوسط، وأمين عام منتدى الشرق الأوسط للحوار.
- (3) أ. سيد عبد الخالق، مدير تحرير بمؤسسة أخبار اليوم .
- (4) أ. إيهاب إبراهيم، رئيس تحرير النشرة الرياضية في قناة الجزيرة .
- (5) أ. إسلام فهمي صحفي بجريدة الوطن.
- (6) أ. عماد خضر، سكرتير تحرير مجلة فراس الكويتية، وعضو جمعية الصحفيين الكويتية .
- (7) أ. محمد جمعة، نائب مدير تحرير موقع اليوم السابع .
- (8) أ. أشرف جهاد، مخرج بقناتي الحدث اليوم ووطن الكرامة .
- ب- المجموعة الثانية للإعلاميين :
- (1) د. مصطفى عبد الوهاب، نائب رئيس قطاع القنوات الإقليمية باتحاد الإذاعة والتلفزيون .

2) أ. فؤاد التونسي، رئيس تحرير غرفة الأخبار في قناة الغد الفضائية، ومراسل في سكاى نيوز عربية.

3) أ. رضا الدقنة، رئيس تحرير - قناة الإخبارية السعودية.

4) أ. محمد فارى، صحفي في قناة الجزيرة القطرية .

5) أ. صلاح صابر، محرر بقناة المعلومات المرئية، ومدير تحرير موقع قنوات النيل المتخصصة.

6) أ. محمد سعودي، صحفي بجريدة اليوم السابع .

7) أ. إسماعيل الأشول، محرر بالقسم السياسي في جريدة الشروق .

8) أ. محمد جمعة، صحفي بجريدة السياسة الكويتية ومعد برامج في قناة سكوب الفضائية .

53 - فرج الكامل ، بحوث الإعلام والرأي العام : تصميمها وإجراؤها وتحليلها (القاهرة : دار النشر للجامعات ، 2011) ص-133 .

(***) قام بتحكيم صحيفة الاستبيان ذات الأساتذة الخبراء السابق الإشارة إليهم عند تحكيمهم لمقياس المصادقية، حيث تضمن الاستبيان هذا المقياس.

54- Syed Saad , Credibility of TV News in a Developing Country : The Case of Bangladesh, **Journalism and Mass Communication Quarterly**, Vol. 89, No.1, 2012, pp. 73-90.

55- محمد شريف الدالي، مرجع سابق، ص 113.

56- داليا عثمان إبراهيم , مرجع سابق، ص 56.

57- Eltuhami, S.Hanadi, **Op.Cit.**p36.

58- Campanella,Cherry, Perceived Source Credibility of Local Television News: The Impact of Television Form and Presence , **Journal of Broadcasting and Electronic Media**, Vol.5, No.4, 2006 p. 733.

59- هبة شاهين، مرجع سابق، ص 74

60- نهى العبد، مرجع سابق، ص.125

61- حلمي محسب، مرجع سابق، ص.96

62- نهى العبد، مرجع سابق، ص.129

63- هبة شاهين، مرجع سابق، ص 73.

64- ماجدة مراد، مصادقية القنوات الفضائية الإخبارية وعلاقتها بروية النخبة الجامعية المصرية لحرية الإعلام، **المجلة المصرية للدراسات المتخصصة**، العدد السادس (جامعة عين شمس: كلية التربية النوعية ، ابريل 2008) ، ص 63.

65- حسناء منصور، مرجع سابق، ص459.

66- هبة شاهين، مرجع سابق، ص ص 78 - 79.

67- هبة عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 106.

68- نايف العتيبي، مرجع سابق، ص 96.

69- حنان سليم، مصادقية الأخبار في وسائل الإعلام لدي الجمهور الألماني، في: **المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر "الإعلام بين الحرية والمسئولية"** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1-3 يوليو 2008) ص 32

- 70- وفاء عبد الخالق ثروت، اعتماد الجمهور علي التلفزيون المصري أثناء الأزمات بالتطبيق علي حادث شرم الشيخ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد السادس والعشرون (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يناير- مارس 2006) ص ص 501.-502
- 71- سها فاضل ، العلاقة بين التعرض للصحف والوعي بقضية الإرهاب الدولي لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، العدد العشرون (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، 2003) ص 203 .
- 72- السيد بهنسي ، مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المصرية أثناء الأزمات : دراسة ميدانية على طلاب الجامعات ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، العدد الرابع (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، مركز بحوث الرأي العام، 2000) ص ص 16- 17.
- 73- هبة شاهين، مرجع سابق، ص ص 95.-99
- 74- وفاء عبد الخالق ثروت، مرجع سابق، ص ص 507- 508.
- 75- حنان يوسف، الفضائيات العربية وإدارة الأزمات، معالجة الفضائيات العربية لأزمة العراق (حالة احتلال بغداد): دراسة مسحية مقارنة، في: المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام "الفضائيات العربية ومتغيرات العصر" (القاهرة: الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، 2005) ص 399.
- 76- سها فاضل ، مرجع سابق، ص ص 204- 205.
- 77- صفا فوزي، دور وسائل الاتصال في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية الأمريكية نوفمبر 2008: دراسة في إطار مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد التاسع، العدد الثاني (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2008). 112.-113.
- 78- Fahmy, Shahira, **Op.Cit.**p312.
- 79- هبة عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 115.
- 80- حنان سليم، ص 45.
- 81- خالد صلاح ، مرجع سابق، ص 173.
- 82- Campanella,Cherry, **Op.Cit.**p738.