

مصداقية الصحف الالكترونية المصرية وعلاقتها باستخدام الشباب لها: دراسة ميدانية على الشباب المصرى

أ. سماح عبد الرازق الشهاوى

مدرس مساعد بقسم الصحافة
كلية الإعلام- جامعة القاهرة

قدمت الانترنت فرصا وسوقا جديدة للمؤسسات الإعلامية التقليدية، وفتحت أيضا الباب للمنافسة من قبل مصادر غير تقليدية، كما غيرت الإنترنت في حياة الأفراد غيرت من طرق تواصلهم وجمعهم للمعلومات فجعلتهم ينتقون المعلومات والأخبار التي يتعرضون لها من بين العديد والعديد من الصفحات المتاحة على شبكة الانترنت فأصبحوا هم حراس البوابة يختارون ما يناسبهم "فقد أحدثت الإنترنت وبشكل سريع ثورة في بيئة الاتصالات من خلال وجود شبكة من الاتصالات التزامنية التبادلية بين المرسلين والمستقلين تتيح رد فعل فوري وغير مسيطر عليه، بالإضافة إلى أن الانخفاض في استهلاك وسائل الإعلام التقليدية يعزى إلى ظهور شبكة الإنترنت"^(١). ويرى البعض أن الدخول من مصادر الأخبار الإلكترونية سوف يتجاوز الدخول الناتج عن الوسائل المطبوعة بحلول عام ٢٠١٨^(٢).

الاتصال الحديثة تحديا لمعايير وممارسات العمل الصحفى ومصداقيته، خاصة وأن المصداقية العالية هي العامل الأساسى لمستهلك الأخبار في اختيار المصدر الإخبارى المفضل له والاعتماد على وسيلة محددة للحصول على الأخبار، كما أن هذه المصداقية تزيد من معدل التعرض للوسيلة^(٤).

والتحدى الأكبر الذى يواجهه الناس اليوم مع تعدد الوسائل الإعلامية هو الحكم على صدق المعلومات وقد اختبر علماء الاتصال المصداقية لعقود عديدة، وتعد المصداقية قيمة إخبارية هامة ويدرك علماء الاتصال المصداقية كمفهوم بديهي^(٥).

وقد أدى ظهور الإنترنت لزيادة الاهتمام بدراسات المصداقية حيث وفر بيئة معلوماتية تفاعلية تسمح للمستخدمين بالبحث عن المعلومات والاتصال بالآخرين بطرق لم تكن ممكنة من قبل^(٦)، وقد اختبرت بعض الدراسات دور مصداقية المصدر فيما يتعلق بكيفية كون رسائل محددة مقنعة أو يمكن الاعتماد

والإنترنت لم تغير الطريقة التى تسلم بها الأخبار فقط ولكنها غيرت أيضا الطريقة التى تستقبل بها هذه الأخبار فقبل انتشار استخدام الإنترنت كانت الأخبار تنتقل من واحد لكثيرين، وكان الناس يناقشون الأخبار فى مجالهم العام ولكن ليس بنفس السرعة ولا بنفس المستوى الذى تقدمه شبكة الإنترنت، ولكن مع الانترنت تم إعادة تشكيل عملية تسليم الأخبار من كثيرين لكثيرين ومن خلال تدفق الأخبار الذى مكن القراء من التعليق ومشاركة الأخبار والاشتراك فى الخبر نفسه بطرق مختلفة، وهذا التغيير أعطى فرصة أيضا لعلماء الاتصال لاستكشاف المصداقية كونها ترتبط بالانترنت كوسيلة لتقديم الأخبار^(٢)، فالمصداقية تعد أمرا محوريا لفهم تصورات الجمهور نحو وسائل الإعلام.

وقد أصبحت مصداقية الانترنت مصدرا كبيرا للتساؤل والقلق منذ أصبح البحث عن المعلومات والأخبار أحد المقاصد الرئيسية لاستخدام الإنترنت، فقد مثل ظهور تكنولوجيا

يفضله منها، "وبفضل هذه التكنولوجيا أصبحت تأثيرات وسائل الإعلام ليست فقط تأثيرات معلوماتية ولكنها أيضا انتقائية"^(١٣). وتعمل المصادر الإخبارية الإلكترونية على تمييز منتجها عن الوسائل التقليدية وذلك باستخدام الإمكانيات التكنولوجية كالتفاعلية التي تعد أهم سمة تميز الصحافة الإلكترونية، ولكن لا بد أيضا من تمييز المحتوى نفسه وتمتعه بالمصداقية، وتحدد المصداقية بتقييم الفرد وتصوره للوسيلة أو الرسالة الإعلامية، ومن الانتقادات الأكثر شيوعا التي كانت توجه للأخبار الإلكترونية أن هذه الأخبار لا تصل لمستويات كافية من التحليل والأدلة الواقعية وهناك قليل من الضغط لتقديم معلومات صادقة وغير متحيزة^(١٤).

وقد أحدثت التطورات التكنولوجية المتلاحقة تحولا في طبيعة العمل الصحفي في الصحف الإلكترونية، ومن وجهة نظر القراء فإن هذا التحول يثير تساؤلات حول جودة الأخبار، وتظهر الدراسات أن القراء قلقين على نحو متزايد بشأن قضية مصداقية الأخبار الإلكترونية فهم عندما يختارون وسيلة إخبارية إلكترونية فهم في الواقع يختارون الأخبار^(١٥).

وقد أوضحت الدراسات أنه كلما زاد عدد مستخدمي المصادر الإخبارية على شبكة الإنترنت؛ كلما زاد اعتمادهم وتصديقهم للقصص الإخبارية الموجودة بها، وتستفيد الصحف الإلكترونية من الخصائص الخاصة بالتوقيت والتحديث الفوري والانتشار والتي تعد عوامل أساسية في زيادة المصداقية^(١٦).

وقد اختلفت نتائج الدراسات السابقة فيما يتعلق بدرجة مصداقية الصحف الإلكترونية، فقد أشار Kaye و Johnson في مقارنة بين مصداقية وسائل الإعلام التقليدية وبين الوسائل المتاحة على شبكة الإنترنت إلى أن الصحف الإلكترونية أكثر مصداقية من الوسائل التقليدية وذلك لاحتكام وسائل الإعلام التقليدية لأساليب حرفية صارمة قد تؤدي إلى شكل من أشكال التحكم في المحتوى وهو ما لا يوجد في الوسائل الحديثة التي تتمتع بقدر أكبر من الحرية في اختيار الموضوعات وطرق تناولها، وكانت المصداقية أكثر ارتباطا بالاعتماد على شبكة الإنترنت منه بكم استخدام الفرد للوسيلة^(١٧)، وأشار Metzger و Flanagan إلى أن الأخبار الموجودة على الإنترنت تتمتع بنفس مصداقية الأخبار التي يتم الحصول عليها من التلفزيون والراديو ولكنها ليست بنفس درجة مصداقية الصحف المطبوعة^(١٨).

عليها، في حين تركز الدراسات الحديثة على المصداقية باعتبارها تقييم المتلقى الذي يسمح بقياس درجة المصداقية بدلا من مجرد النظر في الرسالة الإعلامية^(١٩)، وقد اعتبرت العديد من الدراسات أن المصداقية مفهوم متعدد الأبعاد، يمكن من خلاله قياس مصداقية الوسيلة وتشمل هذه الأبعاد الثقة والأمانة والقابلية للتصديق والإنصاف والدقة والموضوعية والقابلية للتحقق واكتمال التغطية والأنية والتوقيت^(٢٠)، وتختلف هذه الأبعاد من دراسة لأخرى وفقا لسياق الدراسة، ويفترض المنهج المتعدد الأبعاد لقياس المصداقية أن دوافع الأفراد تختلف باختلاف الوسيلة الإعلامية المستخدمة وربما يكون لديهم إدراك مختلف لمفهوم المصداقية في كل وسيلة من الوسائل فعلى سبيل المثال ربما يتوقع الأفراد التغطية المتعمقة من الشبكات التليفزيونية في حين يتوقعون الأنية والسرعة من الوسائل الإعلامية على شبكة الإنترنت، وربما يفضلون الحصول على الأخبار القومية أو الدولية من وسيلة إخبارية غير متحيزة ولكنهم أيضا قد يفضلون وسيلة أخرى تمثل تحيزا سياسيا يتوافق مع ما يعتقدون^(٢١).

كما أوضحت الدراسات أن الناس يحكمون على مصداقية المواقع المختلفة على شبكة الإنترنت بشكل مختلف، فالدوافع المختلفة لاستخدام الأخبار الإلكترونية قد تؤثر على مستويات المصداقية، فعلى سبيل المثال ظهر أن المواقع الإخبارية التابعة لمؤسسات إعلامية أكثر مصداقية من المواقع التي أنشأها أفراد^(٢٢).

مصداقية الصحف الإلكترونية:

عندما نتحدث عن المصداقية في سياق الأخبار فهي تعنى تقديم معلومات عالية الجودة، ويقصد بالمعلومات ذات الجودة أن تكون معلومات دقيقة وأنية ومواكبة للأحداث ومفهومة، واستخدام البعض كلمة الثقة في الصحف للدلالة على مصداقيتها^(٢٣).

وتبرز أهمية المصداقية من كونها تجعل الرسالة أكثر اقناعا، كما أنها تعد عاملا أساسيا في تحديد العلاقة بين القارئ والوسيلة الإعلامية أيا كانت، ومن هذا المنطلق فإن العديد من الدراسات ترى أن متغير المصداقية يعد عاملا مهما لاختيار المحتوى الإعلامي في وقت تعددت فيه وسائل الإعلام التقليدية وغير التقليدية وأصبحت المعلومات تندفق ليل نهار بلا توقف^(٢٤)، وأصبح هناك العديد من الصحف الإلكترونية والمواقع والبوابات الإخبارية التي يستطيع الجمهور اختيار ما

وقد وجد Kiouisis أن هناك شك في المصادر الإخبارية الإلكترونية وأظهرت دراسته أن الصحف المطبوعة هي أكثر الوسائل مصداقية، وقد اعتمد في دراسته على معيار الثقة كأحد المحددات التي يستخدمها الجمهور عند متابعته لوسائل الإعلام الجديدة في عصر المعلومات^(١٩).

وقد أشارت إحدى الدراسات التي قارنت بين مصداقية الأخبار الإلكترونية والأخبار في الصحف والتلفزيون إلى تفوق الأخبار الإلكترونية في معايير التحديث والتوقيت والانتشار^(٢٠). كما أشارت إحدى الدراسات إلى أن مصداقية المواقع الإخبارية تعد مؤشرا قويا على زيادة أو قلة استخدام الأفراد لوسائل الإعلام التقليدية^(٢١)، فالمصداقية كان لها تأثير مباشر على الوقت الذي يقضيه الأفراد مع وسائل الإعلام التقليدية، وكذلك تأثيرات وسيطة على العلاقة بين الدوافع والاعتماد مع مستويات التخلي عن وسائل الإعلام التقليدية. وأكدت إحدى الدراسات أنه كلما زادت عدد القصص الإخبارية المرتبطة بالموضوع كلما زادت درجة مصداقيته وزادت درجة إدراك المستخدمين لجدراته بالنشر^(٢٢).

والتحدى الكبير الذي تواجهه الصحف الإلكترونية اليوم يتمثل في السرعة التي تنشر بها الأخبار في ظل المنافسة الكبيرة بين وسائل الإعلام بشكل عام والصحف الإلكترونية وبعضها البعض على وجه خاص، "ويرى عدد من الصحفيين أن الإنترنت أدى لزيادة كم المعلومات غير الصحيح في القصص الإخبارية فالصحفيون يقضون وقتا أقل في التحقق من صحة المعلومات قبل نشر القصة، ويختلف تقييم الصحفيين العاملين في الصحف المطبوعة والإلكترونية لمصداقية الصحف المطبوعة، فالعاملون في الصحف الإلكترونية يرونها أعلى في درجة المصداقية"^(٢٣).

وفي مصر تواجه وسائل الإعلام بشكل عام اتهامات من البعض بعدم تحري المصداقية ويزيد هذه الأمر في الصحف الإلكترونية التي تعمل تحت ضغط المنافسة والسرعة في نشر الأخبار لدرجة قد تصل لنشر الخبر دون التأكد منه ثم تعديله بعد ذلك أو حتى حذفه إذا ثبت عدم صحته، وقد ظهر في مصر موقع يسمى مؤشر مصداقية الإعلام يعمل على قياس درجة مصداقية أخبار الصحف الإلكترونية المصرية^(٢٤)، وكما جاء على الموقع فإن فكرة انشاء المؤشر بدأت بواسطة مجموعة من الشباب المتطوعين الغير منتمين الى أى احزاب أو تيارات

سياسية، وذلك في محاولة منهم لتبنيه و توعية الرأي العام الى الانتهاكات المهنية و الصحفية التي تم انتهاكها سواء بعمد أو من دون قصد وتسليط الضوء عليها ونشرها على الموقع، لاعطاء القارئ والصحفي والمسؤول - على حد سواء - تقارير وأرقام وإحصائيات أولا بأول حول المعايير التي تم اختراقها من قبل المؤسسات الصحفية وإعلانها على الموقع الإلكتروني لحظة بلحظة فور الانتهاء من تقييمها لتكون متاحة للجميع.

ويعتمد المؤشر في تقييمه على عنصر الحيادية والشفافية من خلال 6معايارا يكون على أساسها التقييم وهي: "الخبر لا يشير إلى كيفية الحصول على المعلومة، يجب على ناقل الخبر أن يشير إلى كيفية حصوله على الخبر، الخبر يحتوي على معلومات خاطئة أو مغلوطة أو ناقصة، الخبر غير صحيح، الخبر يحتوي على صور غير سليمة أو تم التلاعب بها، التسلسل الزمني للخبر غير سليم، الفيديو مخالف أو متعارض مع نص الخبر، الخبر يحتوي عنوان مخالف للنص، خبر قديم نشر على أنه خبر جديد، الخبر لا يشير إلى هوية المصدر، الخبر يحتوي على أرقام أو بيانات أو إحصائيات غير دقيقة، الخبر غير حيادي ومنحاز، الخبر لا يجيب على أسئلة: كيف - لماذا - أين - متى - من".

ويمكن هذا المؤشر القارئ من القيام بدور في تقييم الأخبار؛ فهو عندما يشك في خبر أو يريد التأكد من مصداقيته يقوم بإرسال رابط الخبر للموقع، وقام المؤشر أيضا بإرسال تقارير شهرية لكل مؤسسة على حدة، كما يقوم بحساب المعدل التراكمي لكل مؤسسة لتقييم عمل تلك المؤسسة بصورة دورية وتراكمية مستمرة، من خلال منح كل موقع إخباري 500نقطة شهريا يتم الخصم منها وفقا لكل انتهاك قامت به المؤسسة الصحفية على مدار الشهر، وقد اعتبر البعض هذا المؤشر أحدث وسائل الرقابة الشعبية، وقد وجدت الباحثة أن التقارير الشهرية التي يصدرها المؤشر توقفت عند شهر أغسطس 2013? وترى الباحثة أنها محاولة من قبل المستخدمين لتقييم مصداقية الأخبار الإلكترونية مما قد يساعد في اختيار الوسيلة التي تتسم بدرجة عالية من المصداقية.

مشكلة الدراما: في ضوء تزايد أعداد مستخدمي الصحف الإلكترونية المصرية وفي ضوء الانتشار المتزايد لأخبار هذه الصحف وخاصة خلال صفحاتها على مواقع الشبكات الاجتماعية، وفي ظل الاتهامات الكثيرة التي تواجهها وسائل

على مصداقية هذه الأخبار، وقد توصلت النتائج إلى أن البناء المتشابه كان أكثر دعماً لقدرات المتلقى على تقييم المضمون واكتشاف ملامح مصداقيته والاحساس بصدقه ومن ثم الاقتناع به حيث أن اعتماد أسلوب التصنيف والفهرسة يعنى بالتبعية القيام بعملية فلترة لهذه المعلومات وذلك سهل على المتلقى تمييز الجوانب الإيجابية والسلبية وإدراك قيم التوازن في العرض، كما أن البناء المتشابه يسر للمتلقى إدراك هيكل الترابط داخل البناء المعلوماتي للمضمون كما يسر سبل التعرف على طبيعة المصادر مما يسهم في تعزيز قدرته على التأكد من صحة المعلومات وكفاءتها.

دراسة Chung وآخرون (2012)^(٢٧) استهدفت الدراسة البحث في مجموعة العوامل التقليدية والتكنولوجية التي تسهم في إدراك الجمهور للمصداقية وذلك في ثلاث فئات للمصادر الإخبارية على الإنترنت تتمثل في مواقع لوسائل تقليدية وهي usatoday وnytimes ومواقع مستقلة وهي thedrudgereport و axisoflogic أما النوع الثالث فيتمثل في الأخبار الخاصة بمحركات البحث وقد تمثلت في أخبار جوجل وياهو، وقد تمثلت العوامل التقليدية في الثقة والخبرة أما العوامل التكنولوجية فتمثلت في التفاعلية واستخدام النصوص الفائقة والوسائط المتعددة، وقد أعطى المشاركون تقييماً منخفضاً لمصداقية المواقع الإخبارية المستقلة على عكس مواقع الوسائل التقليدية وذلك فيما يتعلق بأبعاد المصداقية التقليدية، وفي المقابل أوضحت النتائج أن أخبار جوجل حصل على أعلى تقييم فيما يتعلق بكل الأبعاد التكنولوجية تلاه أخبار ياهو، وبشكل عام يمكن القول بأن الأبعاد التقليدية للمصداقية تعد مؤثرة في تقييم الوسيلة في حين نجد أن استخدام النصوص الفائقة كان هو العنصر الأكثر أهمية في التأثير على المصداقية من بين العوامل التكنولوجية، بينما لم تؤثر التفاعلية واستخدام الوسائط المتعددة على المصداقية.

دراسة Reed (2011)^(٢٨) استهدفت الدراسة الكشف عن العلاقة بين تصميم الموقع وتحديد السمات التفاعلية وتعليقات القراء وحكم المستخدم على الأخبار ومدى مصداقيتها، وهي دراسة تجريبية قام الباحث فيها بعمل أربعة نماذج لقصة إخبارية يشتمل النموذج الأول على القصة فقط والثاني على القصة وإمكانية التعليق عليها حيث يوجد صندوق للتعليق أما النموذج الثالث فيشتمل على القصة وصندوق التعليق ومجموعة

الإعلام المصرية بشكل عام في الوقت الحالي -مما جعل البعض يطالب بضرورة وجود ميثاق للشرف الإعلامي- وهي جميعها اتهامات تقع في نطاق عدم المصداقية كالتحيز وعدم الموضوعية، ومع وجود الجمهور النشط الذي يمتلك العديد من البدائل والخيارات التي يستطيع من خلالها المقارنة بين المصادر الإخبارية المختلفة ومن ثم اختيار الوسيلة الإعلامية التي يثق بها تتحدد مشكلة الدراسة في الكشف عن درجة مصداقية الصحف الإلكترونية المصرية لدى الشباب المصري، وتقييمهم للأبعاد المختلفة لمصداقية هذه الصحف، واختبار العلاقة بين مصداقية الصحف الإلكترونية واستخدام الشباب لهذه الصحف.

وتأتى أهمية هذه الدراسة نظراً لقلّة الدراسات التي اختبرت مصداقية الصحف الإلكترونية لدى الجمهور وخاصة بعد التطور الكبير الذي شهدته الصحف الإلكترونية سواء على مستوى المحتوى والسمات أو على مستوى عدد المستخدمين، فقد تركزت دراسات المصداقية على مصداقية القنوات التلفزيونية والصحف المطبوعة وتطرت بعض الدراسات لمصداقية شبكة الإنترنت بشكل عام.

الدراسات السابقة:

ركزت الدراسات في مجال المصداقية على اتجاهين أساسيين: هما مصداقية المصدر ومصداقية الوسيلة وتركز دراسات مصداقية المصدر على خصائص مصدر الرسالة كالمذيع أو المؤسسة الإخبارية فهي تفترض أن الاختلافات في صفات القائم بالاتصال تشكل إطاراً لحكم الناس على الرسائل الإعلامية، بينما ركزت دراسات الوسيلة على الوسيلة التي تسلم من خلالها الرسالة الإعلامية كالمقارنة بين الصحف والتلفزيون فهي تفترض أن الاختلافات في الوسائل الإعلامية نفسها تؤثر على الانطباعات نحو الرسائل الإعلامية^(٢٥)، وتقع هذه الدراسة في إطار الاتجاه الثاني، وتعرض الباحثة هنا للدراسات التي اهتمت بمصداقية الصحف الإلكترونية والأخبار الإلكترونية.

دراسة مروة عطية (2013)^(٢٦) استهدفت الدراسة الكشف عن تأثيرات تقنيات الوسيط في تحديد نمط البنى الفنية والتحريرية للمضمون الإخباري المنشور على شبكة الإنترنت ودور هذه التقنيات في دعم حق القارئ في المعرفة ودعم مصداقية المضمون، والكشف عن العلاقة بين نمط البناء الفني والتحريري لأخبار الإنترنت ومدى قدرة المبحوثين في الحكم

لا يوجد فروق بين إدراك مصداقية الأخبار من النوعين، وبالنسبة للأخبار التي تحتوى على الرسوم المتحركة أثبتت النتائج وجود فرق بين المصداقية المدركة بين تلك التي تحتوى على فيديو والتي تحتوى على صوت فقط لصالح الفيديو.

- دراسة (2010) Herring (21) تفترض هذه الدراسة أن من يعطون تقييمات عالية للوسائل الإعلامية فيما يتعلق بالمصداقية فإنهم أكثر استخداما للوسائل الإعلامية التقليدية مثل التلفزيون والصحف بينما من يصنفون الوسائل الإعلامية على أنها تتسم بدرجات منخفضة من المصداقية فإنهم أكثر استخداما للوسائل الإعلامية البديل مثل الإنترنت وتسمى الدراسة تحديدا لاختبار كيف أن الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت كمصدر أساسى للأخبار ينظرون بشكل عام للإنترنت كوسيلة هل هي وسيلة موثوق فيها ويمكن الاعتماد عليها وغير متحيزة أم لا، وقد أثبتت نتائج الدراسة عدم صحة الفرض القائل بأن الناس الذين يعطون تقييمات مرتفعة للمصداقية أكثر استخداما للوسائل الإعلامية التقليدية وليس هناك ارتباط بشكل كبير بين رؤية الناس لمصداقية الوسيلة واستخدامهم لها.

- دراسة Kovacic وآخرون (2010) (22) تمثل الهدف الرئيسى لهذه الدراسة فى التحقق مما إذا كان التوسع وانتشار المواقع الإخبارية قد أحدث تغييرا فى تصورات الصحفيين العاملين فى وسائل الإعلام التقليدية وتقييمهم لمصداقية وسائل الإعلام المختلفة وذلك من خلال دراسة على عينة عشوائية من الصحفيين فى سلوفينيا، وقد توصلت النتائج إلى أن أغلبية الصحفيين لا يزالون يرون أن وسائل الإعلام التقليدية أكثر مصداقية فهم يمتلكون وجهة نظر محافظة فيما يتعلق بالمصداقية ومعاييرها، ربما جاء حكمهم السلبي على المواقع الإخبارية كنتيجة لدفاعهم عن مهنتهم وربما يرجع ذلك أيضا للنمو الضعيف لوسائل الإعلام الإلكترونية فى سلوفينيا والتي تعمل فى معظمها كامتداد لوسائل الإعلام التقليدية، ومع ذلك يرى بعض الصحفيين أن هذه المواقع ذات قيمة حيث توفر معلومات فورية.

- دراسة (2010) Spano (23) استهدفت الدراسة تحديد وجود أية علاقة سببية أو تأثيرية للإعلانات فى سياق المادة الإخبارية الإلكترونية على مصداقية هذه الأخبار، وهى دراسة تجريبية تعرضت فيها المجموعة التجريبية لقصة إخبارية

من التعليقات عليها وأخيرا اشتمل النموذج الرابع على القصة وصندوق التعليق ومجموعة من التعليقات وبعض السمات الخاصة بالشبكات الاجتماعية، وقد توصلت النتائج أن إدراك مصداقية القصة الإخبارية لم يختلف بين الأربع مجموعات مما يعنى أن السمات التفاعلية ليس لها تأثير كبير على إدراك المستخدم لمصداقية أو جودة الموقع الإخبارى، وأرجع الباحث هذه النتيجة التى رآها غير متوقعة إلى أن السمات التفاعلية التى قام بدراستها تعد جزءا من مجموعة من العوامل الأخرى مثل الرسالة أو القصة الإخبارية نفسها واسم الكاتب وغيرها من العوامل كما أرجعها لطبيعة العينة نفسها (طلاب الجامعات) فهم أكثر ميلا لتصديق ما يقرأوه على الإنترنت وهم أقل ميلا من الجمهور العام للتفكير فى المصداقية عند قراءة الأخبار الإلكترونية، فطلاب الجامعات لا يعتمدون بشكل كبير على التعليقات أو السمات التفاعلية عندما يحكمون على مصداقية الموقع الإخبارى ولكنهم يرون أن التعليقات تجعل القصص الإخبارية أكثر إثارة للاهتمام.

- دراسة (2011) McCracken (24) وتبحث الدراسة فى كيفية استقبال مستهلكى الأخبار للمحتوى الإخبارى وكيف يحكمون على مصداقية هذا المحتوى فى وسائل الإعلام التقليدية والجديدة. وقد أجريت هذه الدراسة عبر استقصاء على شبكة الإنترنت أكمل الإجابة عليه 107 مستخدم، وقد أكدت نتائج الدراسة أن مستهلكى الأخبار أكثر استهلاكا للوسائل التى يعتقدون أنها أكثر مصداقية، وأن المصداقية تعد أمرا جوهريا بالنسبة لمستهلكى الأخبار فى اختيار الوسيلة الإعلامية المفضلة، كما أكدت النتائج على تحول المستهلكين نحو الإنترنت بشكل كبير للحصول على الأخبار، ولكنهم يحصلون على الأخبار من المواقع الإخبارية وليس من صحافة المواطن أو المدونات.

- دراسة Cheng و (2011) Lo (25) استهدفت الدراسة التعرف على تقييم الجمهور لمصداقية الأخبار التى تستخدم الرسوم المتحركة وفهم الاتجاه العام للجمهور نحوها واختبار العلاقة بين الاعتماد واستخدام الوسيلة وبين إدراك الجمهور لمصداقية الأخبار؛ واعتمد الباحثان على المنهج شبه التجريبى حيث تم تعريض عدد من طلاب الجامعة لنوعين من الأخبار يحتوى الأول منها على رسوم متحركة أما النوع الثانى فلا يحتوى على رسوم متحركة، ثم قاموا بالإجابة على استبيان الكترونى بعد مشاهدة الأخبار، وقد أوضحت نتائج الدراسة أن

للإنترنت يرون أن الأخبار الإلكترونية تتمتع بجوانب من المصداقية أكثر من غيرهم.

- دراسة Cassidy (2007) (٣٧) استهدفت الدراسة التعرف على تقييم مجموعة من الصحفيين في عدد من الصحف المطبوعة والإلكترونية لمصداقية الأخبار الإلكترونية وقد اعتمدت الدراسة على أربعة أبعاد لقياس مفهوم المصداقية تمثلت في الاعتقاد في صحة الخبر والعدالة والدقة وشمول التغطية، وقد توصلت النتائج إلى أن الصحفيين يرون أن الأخبار الإلكترونية ذات مصداقية متوسطة في مجملها، وجاء البعد المتعلق بالدقة في الترتيب الأول تلاه الاعتقاد في صحة الخبر ثم عمق التغطية وأخيرا العدالة، وقد أوضحت النتائج وجود فرق في تقييم كل من الصحفيين العاملين في الصحف الإلكترونية والعاملين في الصحف المطبوعة لمصداقية الأخبار الإلكترونية حيث يرى العاملون في الصحف الإلكترونية أنها أكثر مصداقية، وأثبتت النتائج وجود تأثير لبعض العوامل على تقييم مصداقية الأخبار الإلكترونية مثل الاعتماد على الإنترنت كوسيلة في عملهم اليومي فكلما زاد هذا الاعتماد كلما كان هناك اتجاه إيجابي نحو مصداقية الأخبار الإلكترونية.

- دراسة Chan وآخرون (2006) (٣٨) استهدفت الدراسة التعرف على تقييم مجموعة من الصحفيين لمصداقية مجموعة من المواقع الصحفية تشمل مواقع تابعة لوسائل إعلامية تقليدية وأخرى مواقع يتم إدراتها من قبل بوابات تجارية (com-merical portals) وقد استخدمت الدراسة مفهوم أو بعد واحد يعبر عن المصداقية تمثل في القابلية للتصديق (believability) وقد توصلت النتائج إلى أن الصحفيين أعطوا تقديرات أعلى لمصداقية المواقع الإخبارية التابعة لوسائل الإعلام التقليدية، حيث يميل الصحفيون في الوسائل التقليدية إلى رؤية المواقع التابعة لشركات بشكل أقل إيجابية، وأثبتت النتائج وجود علاقة إيجابية بين تقييم مصداقية الأخبار الإلكترونية وبين كثافة استخدام الإنترنت كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار.

- دراسة وائل اسماعيل (2005) (٣٩) استهدفت الدراسة التعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو مصداقية المواقع الإخبارية ورصد العلاقة بين مصداقية المواقع الإخبارية ومستقبل الصحافة المطبوعة وانطلق الباحث من مدخل اعتماد الفرد على وسائل الإعلام، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن جمهور مستخدمي المواقع الإخبارية التي اشتملت على مواقع

وإعلان في نفس موضوع القصة ولكنه يتعارض معها بينما تعرضت المجموعة الضابطة للقصة الإخبارية فقط، وتوصلت نتائج التجربة إلى عدم وجود أي دلالات إحصائية تثبت الأثر السلبي للإعلان على مصداقية الأخبار الإلكترونية.

- دراسة شيرين كدواني (2010) (٣٤) استهدفت الدراسة التعرف على درجة مصداقية الإنترنت لدى مستخدميها من الجمهور المصري ورصد العلاقة بين مصداقية شبكة الإنترنت ومعدل استخدام الجمهور المصري لها ووسائل الإعلام التقليدية، وقد أشارت النتائج إلى ارتفاع نسبة الباحثين ذوي الاتجاه المحايد نحو مصداقية الإنترنت الذين جاءوا في المرتبة الأولى بنسبة كبيرة جدا بلغت 89.5% تلاهم بفارق كبير جدا ذوو الاتجاهات الإيجابية نحو مصداقية الإنترنت بنسبة بلغت 8.8% كما أثبتت النتائج وجود علاقة دالة بين تقييم الباحثين لمصداقية شبكة الإنترنت ومعدل استخدامهم لها، بينما لا توجد علاقة بين خبرة الباحثين في استخدام الإنترنت ومصداقيتها لديهم.

- دراسة Kim و Johnson (2009) (٣٥) استهدفت الدراسة التعرف على إدراك المستخدمين لمصداقية وسائل الإعلام التقليدية ونظراتها على الإنترنت وأيضا الصحف الإلكترونية المستقلة، وقد أوضحت النتائج وجود اتجاهات إيجابية لدى الجمهور نحو مصداقية وسائل الإعلام الإلكترونية وقد اعتبروا أن الصحف الإلكترونية المستقلة أكثر مصداقية فيما يتعلق بالمعلومات والأخبار السياسية بالمقارنة بوسائل الإعلام التقليدية أو بنظيرتها الإلكترونية، ويتمثل أكبر مؤشر على مصداقية هذه المصادر في الاعتماد عليها خاصة في الأحداث السياسية.

- دراسة عثمان العربي (2009) (٣٦) وقد استهدفت الدراسة التعرف على مدى استخدام الجمهور السعودي الصحافة الإلكترونية كمصدر للأخبار والتعرف على درجة المصداقية التي تحظى بها الصحافة الإلكترونية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، وقد كشفت نتائج الدراسة عن تدنى عام في المصداقية التي يقدرها جمهور المتصفحين للإنترنت وللصحف الإلكترونية تتجلى في ضعف أبعاد المصداقية المتمثلة في الأكمال والعدل وقوة المصادر والدقة والمهنية التحريرية والعمق والموضوعية والموثوقية والتحيز، كما أوضحت النتائج وجود بين مصداقية الصحف الإلكترونية والعوامل الديموغرافية فالإناث وأفراد الجمهور الذين لديهم انفتاح ثقافي والأكثر استخداما

صحف مصرية، عربية ومواقع محطات تليفزيونية وإذاعية يرى أن هذه المواقع تتمتع بمصداقية أكثر من الصحف المطبوعة وربما يرجع ذلك لتعدد الخيارات أمام مستخدم هذه المواقع، وقد اتضح وجود علاقة إرتباطية إيجابية بين مستوى معرفة الجمهور لاستخدام الإنترنت وتشكيل الاتجاه نحو مصداقية هذه المواقع وقد تجلت هذه العلاقة من خلال تفاعل الجمهور مع هذه المواقع. وبالنسبة للجانب المستقبلي فقد تم رصد اتجاه سلبي وآخر إيجابي يتمثل في ازدياد استخدام المواقع الإخبارية ولكن لا يمكن الاعتماد كلياً عليها، وبالمقابل ركز الاتجاه السلبي على قلة توزيع الصحف المطبوعة.

- دراسة (2004) Lowrey⁽⁴⁰⁾ استهدفت الدراسة التعرف على تأثير تصميم القصة الإخبارية الإلكترونية على مصداقيتها، وهي دراسة تجريبية قامت المجموعة الأولى من المشاركين بقراءة قصة إخبارية تم كتابتها بالطريقة الخطية التقليدية، أما المجموعة الثانية فقرأت قصة إخبارية اعتمدت على الطريقة غير الخطية التي تسمح لهم بالقفز من جزء في القصة لآخر عبر الروابط الفائقة، وقد توصلت النتائج لعدم وجود تأثير لتصميم القصة على درجة مصداقيتها.

- دراسة (2003) Greer⁽⁴¹⁾ وقد استهدفت دراسة بعض العوامل التي يعتمد عليها الأفراد في تقييم والحكم على الأخبار الإلكترونية وتمثلت هذه العوامل في المصدر الإخباري والإعلانات، وهي دراسة تجريبية تم تعريض المشاركين لقصة إخبارية من صحيفة النيويورك تايمز الإلكترونية وهي وسيلة معروفة تتمتع بدرجة عالية من المصداقية وقصة إخبارية من صفحة شخصية وقاموا بترتيب هذه القصص الإخبارية وفقاً لدرجة مصداقيتها وقد قيم الباحثون القصة الإخبارية من صحيفة النيويورك تايمز بأنها الأكثر مصداقية، أي أن مصداقية المصدر نفسه كانت أكثر اتباطاً بتقييم الباحثين للقصة الإخبارية، بينما لم تؤثر الإعلانات على تقييم المشاركين للقصة الإخبارية فقد أبدى المشاركون قليلاً من الاهتمام للإعلانات على الرغم من أنها كانت تغطي ثلث صفحة الويب.

- دراسة (2003) Kiousis⁽⁴²⁾ هدفت الدراسة للبحث في تأثير تفاعلية مواقع الويب (المحتوى متعدد الوسائط) وتحديد المصدر على إدراك الناس لمصداقية القصة الإخبارية. وقد أوضحت النتائج أن هذه العوامل لا تؤثر على إدراك المصداقية بشكل كامل، ولكن على الرغم من ذلك فقد لاحظ حدوث

تغيير عندما استخدم المشاركون محتوى متعدد الوسائط كان متاحاً في نسخ محددة من القصة الإخبارية، وكان المحتوى متعدد الوسائط مرتبطاً بشكل إيجابي بالمصداقية الأعلى وكان التأثير الأقوى في حالة المصداقية المدركة للمصدر في مقابل المصداقية المدركة للرسالة، وهي دراسة تجريبية تم فيها فيما يتعلق بعنصر التفاعلية استخدام قصة إخبارية تم إنتاج العديد من النسخ ذات الوسائط المتعددة من القصة الأصلية نسخة تحتوي على نص فقط وأخرى على نص وصور والنسخة الثالثة تشمل نص وصور وفيديو، أما فيما يتعلق بالمصدر فتم استخدام مصادر محددة وأخرى مجهولة، وقد افترحت النتائج أن مجرد إحداث تغييرات في نوعية المحتوى المتاح لمستخدمي الأخبار الإلكترونية ليس كافياً للتأثير على تقييم الناس لهذه القصص فهم ليسوا مجرد مستقبلين إيجابيين للمعلومات ولكي تؤثر حقاً على آرائهم لابد وأن يكون المستخدمون مهتمين ومشاركين بشكل نشط بالمحتوى

- دراسة (2002) Nozato⁽⁴³⁾ استهدفت الدراسة اختبار مصداقية الصحف الإلكترونية، وقد أوضحت نتائج الدراسة أن درجة مصداقية الصحافة الإلكترونية هي نفسها درجة مصداقية الصحف المطبوعة وتم تقييم مصداقية الصحف الإلكترونية على نحو مرتفع وخاصة فيما يتعلق بالتوقيت وتقديم تغطية ومعلومات متعمقة وهما يعدان من السمات الرئيسية المميزة للإنترنت، كما تم تقييم الصحف بدرجة مرتفعة من الدقة والسمعة ويرجع الباحث ذلك لأن أفراد العينة لا يرون اختلافان بين الصحيفة الإلكترونية والنسخة المطبوعة، وقد أثبتت النتائج أنه كلما زاد الوقت الذي يقضيه الفرد على الإنترنت كلما كانت هناك اتجاهات إيجابية نحو مصداقية الصحف الإلكترونية وخاصة فيما يتعلق بعوامل التوقيت والاكتمال وأحقية النشر، وأيضاً كلما كان الفرد أكثر معرفة واعتقاداً على النسخة المطبوعة للصحيفة الإلكترونية كلما زادت درجة مصداقية هذه الصحيفة فيما يتعلق بعوامل الدقة وأحقية النشر، ويرى أكثر من نصف أفراد العينة أن الصحف الإلكترونية تقوم بتغطية مكتملة وتعتمد في تغطيتها على مصادر موثوق بها، ولم يحصل معيار التفاعلية على تقييم مرتفع من بين معايير المصداقية التي استخدمتها الدراسة.

- دراسة (2001) Osborn⁽⁴⁴⁾ استهدفت الدراسة التعرف على كيفية تعامل الصحفيين والمؤسسات الإعلامية مع قضايا

المتعلقة بالأخلاقيات والمصادقية على شبكة الإنترنت وكيف يستخدم الصحفيون في الصحف الإلكترونية الأدوات التكنولوجية والشخصية والمؤسسة للتأكد على مصداقية وعدالة منتجهم، وقد توصلت الدراسة إلى ارتفاع مصداقية الصحف الإلكترونية ولكن الذي قد يهدد هذه المصادقية هي المميزات المتعلقة بالسرعة والوسائط المتعددة التي قد تجعل الصحفي يتسرع في النشر، والإنترنت يمكنه أن يقدم تغطية متعمقة للأخبار ولكن في الأغلب يستخدم الجمهور الإنترنت للحصول على الأخبار السريعة أكثر من الحصول على المعلومات التفصيلية.

التعليق على الدراسات السابقة:

- يلاحظ وجود اهتمام من قبل الباحثين الأجانب بدراسة مصداقية الأخبار الإلكترونية والصحف الإلكترونية بينما يقل هذا الاهتمام من قبل الباحثين العرب، وكانت كل هذه الدراسات تركز على تقييم الأفراد للأخبار الموجودة على شبكة الإنترنت من حيث درجة مصداقيتها ومدى الثقة منها، ولم يقتصر اهتمام الباحثين الأجانب على دراسة مصداقية الصحف الإلكترونية فقط ولكنه امتد ليشمل دراسة مصداقية صحافة المواطن كالدونات وكذلك المحتوى الذي يصنعه الجمهور في الصحف الإلكترونية.

- معظم دراسات المصادقية دراسات ميدانية وبعضها أخذ الطابع التجريبي والذي استهدف قياس تأثير بعض العوامل كالتفاعلية أو وجود الإعلانات على مصداقية الصحف والأخبار الإلكترونية لدى الجمهور.

- معظم الأبحاث الخاصة بمصداقية الإنترنت والصحف الإلكترونية قامت بالمقارنة بينها وبين وسائل الإعلام التقليدية وقد أنتجت هذه الدراسات نتائج متفاوتة فبعضها أشار إلى أن وسائل الإعلام الإلكترونية أكثر مصداقية من الوسائل التقليدية، بينما أوضحت بعض الأبحاث أن وسائل الإعلام الإلكترونية أقل مصداقية من التقليدية، وهناك بعض الأبحاث قامت أيضا باختبار مصداقية الإنترنت والصحف الإلكترونية بدون مقارنتها بالوسائل التقليدية، وركز عدد قليل من الدراسات على القيمة المضافة لأخبار الصحف الإلكترونية والتي تتمثل في استخدام النص الفائق والتفاعلية والوسائط المتعددة، وعلى الرغم من أن العديد من الدراسات وصفت خصائص وسائل الإعلام الإلكتروني إلا أن القليل منها تطرق لكيفية تأثير هذه العناصر

التكنولوجية المميزة على المصادقية المدركة، فمعظم هذه الدراسات تقتصر الدراسة غالبا على المواقع التي تعيد توزيع المحتوى من الصحف المطبوعة، ولم تعالج هذه الدراسات الخصائص المميزة للمحتوى الإخباري الإلكتروني.

أهداف الدراسة: تسعى الدراسة لتحقيق هدف رئيسي يتمثل في التعرف على تقييم الشباب المصري لمصداقية الصحف الإلكترونية المصرية وعلاقة مصداقية الصحف الإلكترونية باستخدام الشباب لها، ولتحقيق هذا الهدف تسعى الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

تساؤلات الدراسة:

- ما معدل استخدام الصحف الإلكترونية لدى الشباب؟
- ما أهم أسباب استخدام أى موقع إخباري؟
- ما أهم أسباب الصحف الإلكترونية؟
- ما طرق استخدام الصحف الإلكترونية في الوقت الحالي؟
- ما الصحف الإلكترونية الأكثر استخداما بين الشباب عينة الدراسة؟
- ما تقييم الشباب لدرجة مصداقية الصحف الإلكترونية بالمقارنة بوسائل الإعلام التقليدية؟
- كيف يقيم الشباب مصداقية الصحف الإلكترونية المصرية في أبعادها المختلفة المتمثلة في الأبعاد التقليدية وهي التوقيت والموضوعية والدقة والخبرة والالتزام بأخلاقيات المهنة وأيضا الأبعاد التكنولوجية ممثلة في التفاعلية؟
- هل توجد علاقة بين معدل استخدام الصحف الإلكترونية وتقييم الشباب لدرجة مصداقيتها؟
- هل توجد علاقة بين المتغيرات الديموغرافية وتقييم الشباب لدرجة مصداقية الصحف الإلكترونية المصرية؟
- ما درجة تأثير مصداقية الصحيفة الإلكترونية على استخدام الشباب لها؟
- كيف يرى الشباب مستقبل الصحف الإلكترونية فيما يتعلق بمصداقيتها؟
- نوع الدراسة ومناهجها وأدواتها: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات والبحوث الوصفية، وتعتمد الدراسة على منهج المسح، وتتمثل أدوات الدراسة في صحيفة الاستبيان للتعرف على رؤية وتقييم الشباب المصري لمصداقية الصحف الإلكترونية المصرية.
- وقد استخدمت الباحثة مقياس متعدد الأبعاد لقياس

الصحفيين والجمهور العام لمصادقية الصحف الإلكترونية، حيث أوضحت الدراسات السابقة وجود فروق بين تقييم الصحفيين والجمهور العام لمصادقية الصحف الإلكترونية فكان الصحفيون يرون أنها أقل في درجة المصادقية.

نتائج الدراسة: أولا توصيف عينة الدراسة:

النوع	التكرار	النسبة
ذكر	113	56.5
أنثى	87	43.5
السن		
من 18 ل 21	29	14.5
من 22 ل 29	91	45.5
من 30 ل 35	80	40
مستوى التعليم		
متوسط	13	6.5
جامعي	139	69.5
فوق الجامعي	48	24
الوظيفة		
محاسب	16	8
مهندس	11	5.5
طبيب	8	4
عضو هيئة تدريس	35	17.5
موظف	19	9.5
محامي	8	4
صحفي	28	14
مدرس	11	5.5
طالب	23	11.5
لا يعمل	15	7.5
أخرى	26	13
المجموع	200	%100

جدول رقم (1) خصائص العينة

مصادقية الصحف الإلكترونية شمل هذا المقياس مجموعة من الأبعاد التقليدية للمصادقية وبعد تكنولوجيا خاص بالوسائل الإلكترونية، وتمثلت هذه الأبعاد فيما يلي:

التوقيت ويشمل (السرعة في نقل الأحداث)

الموضوعية ويشمل (فصل رأى الصحيفة أو الكاتب عن الأخبار- عدم التحيز وعرض الرأى والرأى الآخر- عدم التحويل والمبالغة فى تناول الأحداث- نقل الأحداث دون تعميم على بعضها- الموضوعية فى تناول القضايا والأحداث- مستقلة عن آراء مالكيها).

الدقة ويشمل (تنشر تكذيب للأخبار التى يثبت عدم صحتها- إسناد الأخبار لمصادرها- الدقة والاستناد إلى حقائق وأرقام واحصائيات)

الخبرة وتشمل (شمول وعمق التغطية الصحفية- تعتمد على صحفيين محترفين

الالتزام بأخلاقيات المهنة ويشمل (احترام خصوصيات الأفراد- وضع حدود بين الإساءة والنقد- الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية).

التفاعلية وتشمل (تقدم مضامين وخيارات متعددة للقارئ- تمكن القارئ من التعبير عن رأيه بسهولة- تستخدم أشكال متعددة لعرض المادة (النص والصور والفيديو والأوديو)- تقدم موضوعات تمثل خليفة أو موضوعات مرتبطة بالموضوع المنشور- يسهل مشاركة موضوعاتها مع الآخرين عن طريق الروابط).

وتم قياس كل العبارات باستخدام مقياس ليكرت الخماسى (الذى يتدرج من (معارض جدا) وحتى (5 موافق جدا)، وتم عمل مقياس لكل بعد من أبعاد المصادقية (مصادقية مرتفعة - متوسطة- منخفضة)، وفقا لعدد العبارات التى تقيس كل بعد من هذه الأبعاد، كما استخدمت الباحثة مقياس لمعدل استخدام الباحثين للصحف الإلكترونية بناء عليه تم تقسيم هذا الاستخدام إلى كثيف ومتوسط ومنخفض.

مجتمع الدراسة: يتمثل فى الشباب المصرى المستخدم للصحف الإلكترونية المصرية، وقد اختارت الباحثة فئة الشباب لأنها هى الفئة الأكثر استخداما للإنترنت والصحف الإلكترونية.

عينة الدراسة: اعتمدت الباحثة على عينة عمدية من الشباب المصرى من سن 18-35 سنة من مستخدمي الصحف الإلكترونية المصرية يبلغ قوامها 200 مفردة، وقد حرصت الباحثة على وجود عدد من الصحفيين بين عينة الدراسة وذلك للمقارنة بين تقييم

للتعرف على أهمية الصحافة الإلكترونية بين الوسائل الإعلامية لدى أفراد العينة قامت الباحثة بالسؤال عن الوسيلة التي يلجأون إليها أولاً عندما تكون هناك أحداث هامة، وقد جاءت الصحف الإلكترونية في المرتبة الأولى بنسبة 45% وجاء التلفزيون في المرتبة الثانية بنسبة 35.5% ثم مواقع الشبكات الاجتماعية بنسبة 18.5% وبالتأكيد ترجع تلك النتيجة نظراً للضرورة التي أصبحت تتمتع بها الصحف الإلكترونية في نقل الأحداث، والاعتماد على أشكال متعددة في التغطية الصحفية (الوسائط المتعددة).

- طرق وصول أفراد العينة لأخبار الصحيفة الإلكترونية

النسبة	التكرار	طرق الوصول لأخبار الصحف الإلكترونية
76	152	عن طريق الدخول للترفق باستخدام الكمبيوتر أو اللاب توب
21	42	عن طريق الدخول للتطبيق الخاص بالصحيفة على التليفون المحمول
43	86	عن طريق صفحاتها على الفيس بوك
28.5	57	أثراً الأخبار التي يشاركها أصدقائي على الفيس بوك
	200	جملة من سقرا

جدول رقم (4) يوضح طرق استخدام الصحف الإلكترونية

بالنسبة لطرق الوصول لأخبار الصحف الإلكترونية بين أفراد العينة يتضح من بيانات الجدول السابق أن استخدام الصحف الإلكترونية عن طريق الدخول لموقع الصحيفة عن طريق الكمبيوتر أو اللاب توب جاء في المرتبة الأولى بنسبة 76% تلاه الدخول لصفحة الصحيفة الإلكترونية على الفيس بوك ثم قراءة أخبار الصحف الإلكترونية التي يشاركها الأصدقاء على الفيس بوك وهو ما يوضح أهمية الفيس بوك لانتشار أخبار الصحف الإلكترونية، ولذا نلاحظ اهتمام الصحف بصفحاتها على الفيس بوك وغيره من مواقع الشبكات الاجتماعية، وزيادة أعداد معجبي الصحف على هذه الصفحات وزيادة التعليقات والمشاركة للأخبار الموجودة على هذه الصفحات، فصفحات الصحف على مواقع الشبكات الاجتماعية أصبحت عاملاً مهماً في زيادة نسبة المرور على موقع الصحيفة جنباً إلى جنب من الدخول بشكل مباشر على الموقع أو عن طريق محرركات البحث، وأخيراً جاء تطبيق الصحيفة على الهاتف المحمول بنسبة 28.5% ويدل ذلك على أهمية وجود موقع أو تطبيق خاص بالصحيفة على الهواتف الذكية وخاصة مع ازدياد نسبة التليفونات المحمولة والهواتف الذكية على وجه خاص في السنوات الأخيرة، ونلاحظ وجود بعض التطبيقات التي ترسل رسالة للمستخدم بالأخبار

يتضح لنا من بيانات الجدول السابق الذي يوضح خصائص العينة ما يلي: يتوزع أفراد العينة وفقاً لمتغير النوع بين 56.5 ذكور و 43.5 إناث، تركزت أعمار عينة الدراسة في المرحلة العمرية من 22 إلى 35 سنة بنسبة بلغت 85.5% أما المرحلة العمرية من 18 إلى 21 عاماً فجاءت بنسبة 14.5% أما بالنسبة لمستوى التعليم فقد جاء التعليم الجامعي في المرتبة الأولى بنسبة 69.5% ثم التعليم فوق الجامعي بنسبة 24% وأخيراً التعليم المتوسط بنسبة 6.5% وقد تنوعت وظائف عينة الدراسة كما يتضح من الجدول.

ثانياً الإجابة على تساؤلات الدراسة:

- معدل استخدام أفراد العينة للصحف الإلكترونية:

النسبة	التكرار	معدل استخدام الصحف الإلكترونية
38	76	بشكل يومي على مدار اليوم (أكثر من مرة في اليوم)
24	48	بشكل يومي (مرة واحدة في اليوم)
17	34	من 4 إلى 6 مرات في الأسبوع
12.5	25	من مرتين إلى ثلاث مرات في الأسبوع
8.5	17	مرة واحدة في الأسبوع
%100	200	المجموع

جدول رقم (2) معدل استخدام الصحف الإلكترونية

يتضح من بيانات الجدول السابق ارتفاع معدل استخدام أفراد العينة للصحف الإلكترونية المصرية حيث أن أكثر من نصف أفراد العينة (62%) يستخدمونها بشكل يومي سواء أكثر من مرة في اليوم أو مرة واحدة في اليوم، بينما تستخدمها نسبة 17% بمعدل من 4 إلى 6 مرات في الأسبوع.

- الوسيلة الأولى التي يلجأ إليها أفراد العينة عند وجود

أحداث هامة:

النسبة	التكرار	الوسيلة التي تلجأ إليها أولاً لمقابلة الأخبار عند الأحداث الهامة
45	90	الصحف الإلكترونية
35.5	71	التلفزيون
18.5	37	مواقع الشبكات الاجتماعية
.5	1	الصحف الورقية
.5	1	أخرى
%100	200	المجموع

جدول رقم (3) الوسيلة التي يتم اللجوء إليها أولاً عن وقوع أحداث هامة

- الأسباب الرئيسية لاستخدام الصحف الإلكترونية:

الوزن النسبي	المتوسط	المجموع	غير مهم		محايد		مهم		مهم جدا		أسباب استخدام الصحف الإلكترونية	
			ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك		
66.2	3.31	200	14	28	9.5	19	27.5	55	29.5	59	19.5	39
68.4	3.42	200	13	26	16	32	16.5	33	25	50	29.5	59
76.4	3.82	200	9.5	19	6	12	16	32	30.5	61	38	76
77.4	3.87	200	11	22	7.5	15	12.5	25	21.5	43	47.5	95
69	3.45	200	11	22	14	28	19	38	31	62	25	50

جدول رقم (6) يوضح أهم أسباب استخدام الصحف الإلكترونية

من خلال الجدول السابق ومن خلال حساب المتوسطات والأوزان المثوية لكل خاصية من الخصائص التي تميز الصحف الإلكترونية يتضح لنا أن أسباب استخدام أفراد العينة للصحف الإلكترونية جاءت -على الترتيب- على النحو التالي: الأنية والفورية والتي يتضح أنها أهم سمة وأهم سبب يدفع لاستخدام الصحف الإلكترونية، ثم كونها متعددة الوسائط تجمع بين الأشكال المختلفة (النص -الصوت -الفيديو) في تغطية وكتابة القصص الإخبارية، ثم جاءت سمة التفاعلية التي تتسم بها الصحف الإلكترونية، وأخيرا جاءت خاصية إمكانية استرجاع الموضوعات، وخاصية الكم الكبير من المعلومات والموضوعات التي تقدمها الصحف الإلكترونية.

- الأسباب الرئيسية لاستخدام أى وسيلة إخبارية:

الوزن النسبي	المتوسط	غير مهم		محايد		مهم		مهم جدا		أسباب استخدام أى مصدر إخباري	
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك		
73.4	3.67	11.5	23	10	20	21	42	14.5	29	43	86
67.8	3.39	17	34	11	22	20.5	41	19.5	39	32	64
80	4	9.5	19	3.5	7	15.5	31	20.5	41	51	102
73.8	3.69	10	20	7.5	15	20	40	28.5	57	34	68
70.8	3.54	10.5	21	12.5	25	24	48	19	38	34	68
70.4	3.52	12	24	12.5	25	22.5	45	17	34	36	72
74.4	3.72	11	22	9	18	15.5	31	26	52	38.5	77

جدول رقم (7) يوضح أسباب استخدام أى وسيلة إخبارية

الجديدة والعاجلة مثل تطبيق اليوم السابع وهو ما يمثل جانب تميز لصحيفة اليوم السابع.

- الصحف الإلكترونية الأكثر استخداما بين أفراد العينة:

النسبة	التكرار	الصحف الإلكترونية الأكثر استخداما
74.5	149	اليوم السابع
33	66	الوطن
45	90	المصري اليوم
32	64	الشروق
22	44	الأهرام
8	16	الأخبار
17.5	35	المصريون
17	34	فيتو
6	18	الحرية والعدالة
8.5	17	التحرير
4.5	9	أخرى
200		جملة من سئلا

جدول رقم (5) يوضح الصحف الإلكترونية الأكثر استخداما

يتضح من بيانات الجدول السابق أن صحيفة اليوم السابع جاءت في المرتبة الأولى للاستخدام بين أفراد العينة- وبفارق كبير عن الصحيفة التي تليها في نسبة الاستخدام - بنسبة 74.5% تلتها صحيفة المصري اليوم بنسبة 45% ثم صحيفة الوطن بنسبة 33%تتبعها صحيفة الشروق بنسبة 32% ويلاحظ هنا أن الصحف الخاصة احتلت المراكز الأولى في الاستخدام بين أفراد العينة ثم جاءت صحيفة الأهرام بنسبة 22% ثم صحيفة المصريون بنسبة 17.5% وفيتو بنسبة 17%

وإذا نظرنا لترتيب الصحف الإلكترونية وفقا لموقع اليكسا نجد أن صحيفة اليوم السابع أيضا تأتي في المرتبة الأولى بين الصحف الإلكترونية المصرية وهي تحتل المرتبة السابعة بين المواقع الأكثر استخداما في مصر ، ولكن هناك بعض الاختلافات حيث تأتي صحيفة الوطن في الترتيب الثاني وتحتل المركز الحادى عشر في ترتيب اليكسا، ثم فيتو وتحتل المركز الثالث والعشرين.

ظل التفاوت الكبير بين الوسائل الإعلامية، وقد يرى البعض أن الصحف الإلكترونية متحررة إلى حد ما من القيود التي قد تكبل وسائل الإعلام التقليدية مما يجعلها أكثر مصداقية.

- مقياس مصداقية الصحف الإلكترونية المصرية:

يوضح لنا الجدول التالي النسب التي حصلت عليها كل عبارة من عبارات المقياس وفقا لمقياس ليكرت الخماسي ومتوسط كل عبارة، وهى العبارات التي تترجم الأبعاد الستة للمصداقية التي تبنتها الباحثة والتي تتمثل فى التوقيت والدقة والموضوعية والخبرة والالتزام بأخلاقيات المهنة والتفاعلية.

تتميز	مواقي جدا		مواقي		محايد		معرض		معرض جدا		المتوسط	المجموع
	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن		
الصحف الإلكترونية المصرية	60	30	89	44.5	34	17	9	4.5	8	4	3.02	200
سهولة في نقل الأحداث	15	7.5	36	18	42	21	53	26.5	54	27	2.52	200
فعل رأي القاص أو الكاتب عن الأعداء	13	6.5	35	17.5	41	20.5	52	26	59	29.5	2.46	200
عدم التحيز وعرض الرأي ورأي الأخر بسرعة	13	6.5	30	15	44	22	61	30.5	52	26	2.46	200
عدم التهور والتسليم في تناول الأحداث	16	8	34	17	49	24.5	49	24.5	52	26	2.56	200
نقل الأحداث دون تعميم على بعضها	12	6	30	19.5	50	25	54	27	45	22.5	2.60	200
الموضوعية في تناول القضايا والأحداث	12	6	33	16.5	32	16	53	26.5	70	35	2.32	200
مسطحة عن آراء ملكها	18	9	38	19	54	27	40	20	50	25	2.67	200
تشتركت أخبار التي تبث عند سنها												

بالنسبة للأسباب التي تدفع أفراد العينة لاستخدام مصدر إخباري معين وتفضيله يتضح لنا من الجدول السابق ومن خلال حساب المتوسطات والأوزان المئوية للخصائص التي تتسم بها المصادر الإخبارية أن: جاء فى الترتيب الأول أن يكون المصدر آنى يواكب الأحداث بسرعة، وفى الترتيب الثانى أن يعتمد المصدر على مصادر متنوعة ثم أن يقدم تغطية شاملة ومكتملة للأحداث ثم أن يكون المصدر صادق وأن يكون دقيق وأمين فى نقل الأحداث ثم غير متحيز.

وهو ما يدل على أن فورية المصدر تعد هى الخاصية الأولى التي تدفع أفراد العينة لاستخدام مصدر إخباري معين، ولعل هذه النتيجة تتوافق مع النتيجة السابقة التي تم توصل إليها فيما يخص الوسيلة الأولى التي يلجأ إليها أفراد العينة عند وجود أحداث هامة فقد جاءت الصحف الإلكترونية وهى الوسيلة الإخبارية التي تتسم بالأنية والفورية فى نقل الأحداث.

- تقييم المبحوثين لمصداقية الصحف الإلكترونية بالمقارنة بالوسائل الإعلامية التقليدية:

النسبة	التكرار	تقييم المبحوثين لمصداقية الصحف بالمقارنة بالوسائل التقليدية
7.5	15	أكثر مصداقية بشكل كبير من المصادر التقليدية
32.5	65	أكثر مصداقية إلى حد ما من المصادر التقليدية
12.5	25	محايد
34.5	69	أقل مصداقية إلى حد ما من المصادر التقليدية
13	26	أقل مصداقية بشكل كبير من المصادر التقليدية
%100	200	المجموع
	2.87	المتوسط

جدول رقم (8) يوضح تقييم المبحوثين لمصداقية الصحف الإلكترونية بالمقارنة بالوسائل التقليدية

يتضح لنا من الجدول السابق وجود اختلافات بين أفراد العينة فى تقييم مصداقية الصحف الإلكترونية مقارنة بمصداقية الوسائل الإعلامية التقليدية وبفروق ليست كبيرة، ولكن يغلب على أفراد العينة تقييم الصحف الإلكترونية بأنها أقل مصداقية وذلك بنسبة 47.5% بينما ترى نسبة 40% أنها أكثر مصداقية من الوسائل التقليدية، وتبنى 12.5% الاتجاه المحايد، وتُرجع الباحثة ذلك إلى أن ربما يرى البعض أن السرعة والتي قد تدفع أحيانا لعدم الدقة تؤثر سلبا على مصداقية الصحف الإلكترونية؛ بينما يرى البعض الآخر من المبحوثين أن الصحف الإلكترونية أن السرعة أهم بكثير فى

وللتعرف على تقييم الباحثين لمصداقية الصحف الإلكترونية تم عمل مقياس مجمع للأبعاد الستة للمصداقية وفقا لدرجات العبارات التي تضمنها المقياس بحيث يكون الحد الأعلى للمقياس 100 والحد الأدنى 20 وبالتالي ينقسم مقياس المصداقية إلى ثلاث درجات:

أقل من: 40% مصداقية منخفضة
من: 40%-70% مصداقية متوسطة
أكثر من: 70% مصداقية مرتفعة

مصدقية الصحف الإلكترونية المصرية	التكرار	النسبة
مرتفعة	56	28
متوسطة	116	58
منخفضة	28	14
المجموع	200	100
المتوسط		2.14

جدول رقم (10) يوضح مستوى مصداقية الصحف الإلكترونية المصرية

ويتضح لنا من الجدول التالي الذي يوضح لنا تقييم الباحثين لمصداقية الصحف الإلكترونية المصرية بشكل عام: أن الصحف الإلكترونية تنقسم بمصداقية متوسطة فقد جاءت في الترتيب الأول بنسبة 58% وهو ما يدل على ارتفاع ثقة الباحثين في الصحف الإلكترونية وبالتأكيد يرجع ذلك لزيادة استخدامهم للصحف الإلكترونية، ونظرا لحصول الصحف الإلكترونية على تقييمات عالية لبعض الأبعاد التي تضمنها المقياس كما يتضح من الجدول التالي الذي يوضح لنا مستوى المصداقية التي حصل عليها كل بعد من الأبعاد الستة للمصداقية:

أبعاد المصداقية	مرتفعة		متوسطة		منخفضة		المجموع	المتوسط
	ك	ن	ك	ن	ك	ن		
التزمت	123	61.5	60	30	17	8.5	200	2.53
المرسوخة	27	13.5	58	29	115	57.5	200	1.56
ثقة	40	20	87	43.5	73	36.5	200	1.84
القراءة	20	10	118	59	62	31	200	1.79
الالتزام بأخلاقيات المهنة	40	20	58	29	102	51	200	1.69
التفاعلية	91	45.5	83	41.5	26	13	200	2.32

جدول رقم (11) يوضح مستوى مصداقية الأبعاد الستة للمقياس

يتضح لنا من بيانات الجدول السابق ما يلي:

إستناد الأختار لمصادرها	15	7.5	63	31.5	50	25	39	19.5	33	16.5	2.94	200
الدقة والاستناد إلى حقائق وأرقام وأحصائيات	14	7	50	25	58	29	42	21	36	18	2.82	200
شمول وعنى الصحافة للتغطية	20	10	67	33.5	39	19.5	44	22	30	15	3.02	200
تعدد على صدقين محررين	13	6.5	59	29.5	55	27.5	44	22	29	14.5	2.92	200
لتزام خصوصيات الأفراد	14	7	31	15.5	53	26.5	52	26	50	25	2.54	200
وضع حدود بين الإساءة والتد	14	7	45	22.5	44	22	62	31	35	17.5	2.70	200
الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية	15	7.5	33	16.5	53	26.5	52	26.5	47	23.5	2.58	200
تقدم مضامين وخبرات متجددة للقارئ	37	18.5	80	40	49	24.5	13	6.5	21	10.5	3.18	200
تمكن القارئ من التعبير عن رأيه بسهولة	37	18.5	80	40	49	24.5	13	6.5	21	10.5	3.50	200
تستخدم أشكال متجددة لعرض المادة	60	30	94	47	27	13.5	4	2	15	7.5	3.90	200
تقدم موضوعات شتى خلفية أو مرتبطة بالموضوع المنشور	40	20	88	44	43	21.5	14	7	15	7.5	3.62	200
يسهل مشاركة موضوعاتها مع الأختار	78	39	82	41	23	11.5	6	3	11	5.5	4.05	200

جدول رقم (9) يوضح تقييم الباحثين للعبارات العشرين المكونة لمقياس المصداقية

ومن خلال التقييمات التي أعطاها الباحثون للأبعاد المختلفة للتفاعلية يتضح لنا أن الصحف الإلكترونية المصرية حصلت على درجة مرتفعة في أبعاد التوقيت والتفاعلية وحصلت على درجة متوسطة في أبعاد الدقة والخبرة، بينما حصلت على درجات منخفضة فيما يتعلق ببعدي الموضوعية والالتزام بأخلاقيات المهنة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Chung وآخرون^(4٦)، وتختلف مع النتيجة التي توصلت لها دراسة Nozato^(4٧) والتي أجريت في عام 2002 حيث حصل فيها بعد التفاعلية على تقييم منخفض من بين الأبعاد المختلفة للمصادقية التي وظفتها الدراسة، وقد يرجع ذلك إلى أنه في تلك الفترة لم تكن الصحف الإلكترونية تتسم بدرجة مرتفعة من التفاعلية فهي في الأغلب كانت مجرد نسخة إلكترونية للصحيفة المطبوعة، كما لم تحقق أيضا الصحف الإلكترونية في هذه الدراسة درجة مرتفعة من المصادقية فيما يتعلق بالموضوعية وعدم التحيز والإنصاف.

- تأثير مستوى مصادقية الصحف الإلكترونية على استخدام الباحثين لها:

النسبة	التكرار	تأثير مصادقية الصحف الإلكترونية على استخدامها
19.5	39	استمر في الدخول للموقع حتى لو اكتشفت عدم مصادقيته
20	40	انقطع نهائيا عن تصفح الموقع إذا اكتشفت عدم مصادقيته
57.5	115	يقل معدل تصفحي له إذا اكتشفت عدم مصادقيته
3	6	أخرى
100	200	المجموع

جدول رقم (12) يوضح تأثير مصادقية الصحف الإلكترونية على استخدام الباحثين لها

يتضح لنا من بيانات الجدول السابق أن النسبة الأكبر للباحثين 7.5% كيقبل معدل استخدامهم للصحيفة الإلكترونية واعتمادهم عليها كمصدر أساسي للحصول على الأخبار إذا وجدوا أنها لا تتسم بالمصادقية وخاصة لو اعتادت نشر أخبار غير صحيحة، في حين تساوت تقريبا نسبة من ذكروا أنهم سينقطعون عن الصحيفة لو وجدوا أنها لا تتسم بالمصادقية، ومن ذكروا أنهم سيستمررون في الدخول لموقع الصحيفة حتى لو ثبت لهم عدم مصادقيتها.

- رؤية الباحثين لمستقبل الصحف الإلكترونية فيما يتعلق بمصادقيتها:

مستقبل الصحف الإلكترونية فيما يتعلق بمصادقيتها

■ بالنسبة للبعد الخاص بالتوقيت حصل هذا البعد على تقييم مرتفع بنسبة 61.5% وفي الترتيب الثاني جاء التقييم المتوسط بنسبة 30% وهو ما يدل على تمتع الصحف الإلكترونية في الوقت الحالي بالسرعة والفورية في التغطية، وخاصة مع تركيزها على الأخبار العاجلة.

■ بالنسبة للبعد الخاص بالموضوعية غلب عليها التقييم المنخفض بنسبة 7.5% كتم التقييم المتوسط بنسبة 29% مما يدل على تدنى مستوى الموضوعية في الصحف الإلكترونية المصرية لدى الباحثين، وبالتالي يثبت لنا فعلا صدق الاتهام الذي يوجهه الإعلام اليوم فيما يتعلق بعدم الموضوعية.

■ بالنسبة لبعده الدقة غلب عليه التقييم المتوسط بنسبة 43.5% ثم التقييم المنخفض بنسبة 36.5% بينما لم ترى سوى نسبة 10% من أفراد العينة أن الصحف الإلكترونية تتسم بمستوى مرتفع من الدقة والتي حددتها الدراسة في كونها تنشر تكذيب للأخبار التي يثبت عدم صحتها وتسد الأخبار لمصادرها وتتسم بالدقة والاستناد إلى حقائق وأرقام واحصائيات، وربما يرجع ذلك إلى السرعة التي تسيطر على طبيعة العمل في الصحف الإلكترونية والتي قد تدفعها لنشر أخبار دون التأكد منها.

■ بالنسبة لبعده الخبرة غلب عليها التقييم المتوسط بنسبة 59% وقد تمثلت في عمق وشمول التغطية الصحفية والاعتماد على صحفيين محترفين.

■ بالنسبة لبعده الالتزام بأخلاقيات المهنة والذي تمثل في احترام خصوصيات الأفراد ووضع حدود بين الإساءة والنقد والالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية فقد غلب عليه التقييم المنخفض بنسبة 51% مما يدل على انخفاض ثقة الباحثين في الصحف الإلكترونية فيما يتعلق بمستوى التزامها بأخلاقيات المهنة.

■ بالنسبة لبعده التفاعلية فقد غلب عليه التقييم المرتفع بنسبة 45.5% ثم التقييم المتوسط بنسبة 41.5% مما يدل على ارتفاع التفاعلية في الصحف الإلكترونية المصرية وهو ما نلاحظه بالفعل في مواقع هذه الصحف فالصحف الإلكترونية أصبحت توظف العديد من الآليات والإمكانات التفاعلية التي تساعد في وجود تحكم من قبل المستخدم ووجود اتصال ثنائي الاتجاه يمكنه من التعبير عن رأيه بسهولة كما يتيح له العديد من الخيارات المختلفة وأشكال مختلفة لعرض المادة.

مستوى معنوية أقل من 0.05 وبالتالي لا توجد علاقة بين معدل استخدام الصحف الإلكترونية ودرجة مصداقيتها، وتختلف هذه النتيجة مع نتائج الدراسات السابقة التي توصلت لوجود علاقة إيجابية بين معدل الاستخدام ودرجة المصداقية وترجع الباحثة ذلك لأن العدد الأكبر من أفراد العينة يغلب عليهم كثافة استخدام الصحف الإلكترونية، وبالتالي لم يكن متغير معدل الاستخدام مؤثر في درجة المصداقية.

- لاختبار وجود علاقة بين متغير النوع ودرجة مصداقية الصحف الإلكترونية تم إجراء اختبار t-test وتنتج نتيجة الاختبار من الجدول التالي:

النوع	العدد	المتوسط	قيمة ف	الدلالة
أنثى	87	2.24	.160	.689
ذكر	113	2.06		

مستوى معنوية أقل من 0.05 وبالتالي لا توجد علاقة بين متغير النوع ومصداقية الصحف الإلكترونية.

- لاختبار وجود علاقة بين متغير نوع التعليم ودرجة مصداقية الصحف الإلكترونية تم إجراء اختبار أنوفا كذا يتضح من الجدول التالي:

نوع التعليم	N	المتوسط	قيمة ف	الدلالة
متوسط	8	2.12	.024	.977
جامعي	129	2.15		
فوق الجامعي	63	2.13		

مستوى معنوية أقل من 0.05 وبالتالي لا توجد علاقة بين متغير نوع التعليم ومصداقية الصحف الإلكترونية.

- لاختبار وجود علاقة بين متغير الوظيفة ودرجة مصداقية الصحف الإلكترونية تم إجراء اختبار t-test وتنتج نتيجة الاختبار من الجدول التالي:

الوظيفة	العدد	المتوسط	قيمة ف	الدلالة
صحفيين	28	2.04	.932	.336
جمهور عام	172	2.16		

النسبة	التكرار	مستقبل الصحف الإلكترونية فيما يتعلق بمصداقيتها
50.5	101	نتيجة السرعة في نقل الأحداث مستمر المراجع الإخبارية في عدم مراعاة معايير المصداقية
41	82	نتيجة الدقة وتمدد المصادر وتقييم القراء لها وعزلهم عن التي لا تنم بالمصداقية متحرص المراجع الإخبارية على مراعاة معايير المصداقية
8.5	17	أخرى
100	200	المجموع

جدول رقم 13 يوضح رؤية المبحوثين لمستقبل الصحف الإلكترونية فيما يتعلق بمصداقيتها

يتضح لنا من بيانات الجدول السابق أن العدد الأكبر من أفراد العينة وبنسبة بلغت 50.5% يرون أن الصحف الإلكترونية ستستمر في عدم المراعاة الدقيقة لمعايير المصداقية وتحديدًا الموضوعية والدقة والالتزام بأخلاقيات المهنة بسبب السرعة في نقل الأحداث، بينما ترى نسبة 41% أنه نتيجة المنافسة وتعدد المصادر المتاحة أمام الجمهور وأيضًا بسبب وعي الجمهور وإدراكه لمصداقية كل وسيلة ستحرص الصحف الإلكترونية على تحرى الدقة ومراعاة معايير المصداقية. ويرى بعض أفراد العينة أن سياسات التحرير الخاصة ببعض الصحف الإلكترونية هي السبب وراء عدم مصداقيتها وليس عامل السرعة أو المنافسة، وبالتالي طالما استمرت نفس السياسات وطالما ظلت خاضعة لاتجاهات مالكيها ومصالحهم فسوف تستمر في عدم مراعاة المصداقية، وذكر بعض المبحوثين أن الصحف الإلكترونية شأنها شأن بقية الوسائل الإعلامية سوف تستمر في عدم مراعاة أبعاد المصداقية لأنها تراعى مصالحها فقط، كما ذكر البعض أن ذلك يرجع لعدم مراعاة الصحفيين للمعايير والقواعد المهنية.

ثالثًا اختبار العلاقات:

× لاختبار وجود علاقة دالة احصائية بين معدل استخدام الصحف الإلكترونية ودرجة مصداقيتها، تم إجراء اختبار أنوفا بين مقياسي كثافة استخدام الصحف الإلكترونية ومقياس مصداقيتها، وتنتج النتيجة من الجدول التالي:

الاستخدام	N	المتوسط	قيمة ف	الدلالة
منخفض	44	2.2	.760	.469
متوسط	32	2.22		
مرتفع	124	2.1		

على درجة متوسطة في أبعاد الدقة والخبرة، بينما حصلت على درجات منخفضة فيما يتعلق ببعدى الموضوعية والالتزام بأخلاقيات المهنة وتتفق هذه النتيجة مع دراسة عثمان العربى⁽⁴⁹⁾، وهو ما يدل على أن الصحف الإلكترونية المصرية تعاني بعض المشكلات المتعلقة بالموضوعية وخاصة فيما يتعلق بكونها مستقلة عن آراء مالكيها وتتسم بالموضوعية والتوازن في تناول القضايا والأحداث.

وقد توصلت النتائج لعدم وجود علاقة دالة احصائيا بين معدل استخدام الصحف الإلكترونية ودرجة مصداقيتها، وأيضا بين المتغيرات الديموغرافية (النوع- الوظيفة- نوع التعليم) وبين مصداقية الصحف الإلكترونية، وربما يرجع ذلك لأن أفراد عينة بشكل عام كان مستوى تقييمهم للمصداقية متوسط، وبالتالي لم تؤثر هذه المتغيرات على مستوى المصداقية.

هوامش البحث:

- 1 - Bonnie Joy McCracken, Are New Media Credible A Multidimensional Approach to Measuring News Consumers' Credibility and Bias Perceptions and the Frequency of News Consumption, Master Thesis, The Rochester Institute of Technology, College of Liberal Arts, 2011, P6.
- 2 - Mark Potts, Crossing the Chasm: A White Paper, November 18, 2007, Available at: http://recoveringjournalist.typepad.com/recovering_journalist/2007/11/crossing-the-ch.html
- 3 - Michael S. Reed, Exploring Online News Credibility Through Aesthetics And User-Contributed Content, Master Thesis, Michigan State University, 2011, P12.
- 4 - Bonnie Joy McCracken, Op, Cit, P10.
- 5 - Chee Youn Kang, Communication Technologies: Diffusion of Online News Use and Credibility among Young Web Users in the Information Age, Master Thesis, University of Nevada, Las Vegas, 2009, P26.
- 6 - Brian Hilligoss, Soo Young Rieh, Developing a unifying framework of credibility assessment: Construct, heuristics, and interaction in context, Information Processing and Management 44, 2008, P1467.
- 7 - Ibid, P 27.
- 8 - Ibid, P 29.
- 9 - Bonnie Joy McCracken, Op. Cit. P12.
- 10 - Thomas J. Johnson, Barbara K. Kaye, Choosing Is Believing How Web Gratifications and Reliance Affect Internet Credibility Among Politically Interested Users, Atlantic Journal

مستوى معنوية أقل من 05. وبالتالي لا توجد علاقة بين متغير نوع الوظيفة ومصداقية الصحف الإلكترونية، وإن كان يلاحظ من المتوسطات وجود فروق بسيطة لصالح الجمهور العام فهم يرون الصحف الإلكترونية أكثر مصداقية إلى حد ما من الصحفيين، وهي نتيجة تتفق مع ما توصلت إليه الدراسات السابقة التي ذكرت أن الصحفيين يقيمون الصحف الإلكترونية بمستوى أقل للمصداقية من باقى الجمهور.

الخاتمة: استهدفت الدراسة التعرف على تقييم الشباب المصرى لمصداقية الصحف الإلكترونية من خلال دراسة على عينة عمدية من مستخدمي الصحف الإلكترونية قوامها 200 مفردة، وقد توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج منها: كثافة معدل استخدام الشباب للصحف الإلكترونية، وقد مثلت الصحف الإلكترونية أولى الوسائل التي يلجأ إليها الباحثون عند وجود أحداثا هامة، وقد تمثلت أهم أسباب استخدام الصحف الإلكترونية على الترتيب في الفورية والسرعة التي تتمتع بها الصحف الإلكترونية ثم استخدام الوسائط المتعددة في التغطية وكتابة الموضوعات، ثم التفاعلية التي تتسم بها الصحف الإلكترونية، وهو ما يدل على أن سمة الفورية أصبحت على رأس السمات التي تميز الصحف الإلكترونية في الوقت الراهن.

وقد جاء الدخول لموقع الصحيفة مباشرة من خلال جهاز الكمبيوتر أو اللاب توب على رأس طرق استخدام الأخبار الإلكترونية تلاه الدخول على صفحة الصحيفة على الفيس بوك ثم قراءة الأخبار التي يشاركها الأصدقاء على صفحاتهم على الفيس بوك، مما يدل على أهمية الدور التي تقوم به مواقع الشبكات الاجتماعية في نشر الأخبار وزيادة معدل الزيارة لمواقع الصحف الإلكترونية، كما تلفت الانتباه للدور الذي يقوم به المستخدمين في الوقت الراهن والذي يتمثل في توزيع ونشر المحتوى فبعد أن كنا نتحدث عن المستخدم كصانع للمحتوى أصبحنا في ظل الشبكات الاجتماعية نتحدث عنه كموزع للمحتوى، وقد جاءت صحيفة اليوم السابع على رأس الصحف الإلكترونية المصرية الأكثر استخداما بين عينة الدراسة.

تتسم الصحف الإلكترونية المصرية بمستوى مصداقية متوسطة في مجملها وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Cassidy⁽⁴⁸⁾ وقد تم تقييم الصحف بمستوى مرتفع من الفورية والتفاعلية وحصلت

versity Carbondale, 2006.

22 - S. Shyam Sundar, Silvia Knobloch-Westerwick and Matthias R. Hastall, News cues: Information scent and cognitive heuristics, heuristics. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, Vol. 58, No.3, PP 366-378.

23 - William P. Cassidy, Op, Cit, p483.

24 - <http://mcewatch.com/>

25 - Guy J. Golan, New Perspectives on Media Credibility Research, *American Behavioral Scientist*, Vol.54, No.1, 2010, P 3.

٢٦ - مروة عطية محمد عطية، البناء الفني والتحريري لأخبار الإنترنت وعلاقتها بتميز مصداقيتها ووظيفتها في الوفاء بحق الجمهور في المعرفة. رسالة دكتوراه، غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2013).

27 - Chung Joo Chung, Yoonjae Nam, Michael A. Stefanone, Exploring Online News Credibility: The Relative Influence of Traditional and Technological Factors, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 17,2012, PP 171-186.

28 - Michael S. Reed, Op, Cit.

29 - Bonnie Joy McCracken, Op, Cit.

30 - Ka Lun Benjamin Cheng, Wai Han Janet Lo, Who says news can't be imaginative? A quasi- experiment testing perceived credibility of animated news, news organization, media use and dependency, Paper Presented at the Annual Conference of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, St. Louis, U.S., August 10- 13, 2011.

31 - Kartina Herring, Credibility and the internet: Can Credibility Levels Indicate News Medium Choice?, Master Thesis, Florida Atlantic University, 2010.

32 - Melita Poler Kovacic, Karmen Erjavec, Katarina Stular, Credibility of Traditional vs. Online News Media: A Historical Change in Journalists' Perceptions?, 2010, Available at: hrcak.srce.hr/file/88479?

33 - Nicole Knight-Spano, Op, Cit.

٢٤ - شيرين محمد كدواني، مصداقية الإنترنت وعلاقتها باستخدام الجمهور المصري لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة- دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة أسيوط: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2010).

35 - Daekyung Kim, Thomas J. Johnson, A shift in media credibility: Comparing Internet and traditional news in South Korea. *International Communication Gazette*, June 2009 vol. 71 no. 4 283-302.

٢٦ - عثمان بن محمد العربي، مصداقية الصحافة الإلكترونية العربية لدى الجمهور السعودي : دراسة مسحية على متصفح الصحافة الإلكترونية في مدينة الرياض، كرسى صحيفة الجزيرة للصحافة الدولية، جامعة الملك سعود، 2009 Available at: <http://repository.ksu.edu.sa/>

of Communication, Vol. 18, Iss.1, 2010, P 4.

11 - Stefán Helgi Valsson, The Credibility of Online News: The Case of the Iceland Tourist Guide Association's Website and e-Newsletter, In *Information and Communication Technologies in Tourism*, Springer Vienna, 2009, P 408.

13 - Chee Youn Kang, Op, Cit, P 16.

١٤ - ومن هذه الدراسات:

- Andrew J. Flanagin and Miriam J. Metzger, Perceptions of Internet information credibility. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, □vol. 77□no. 3, 2000□515-540.

- Thomas J. Johnson, Barbara K. Kaye, Using is Believing: The Influence of Reliance on the Credibility of Online Political Information among Political Interested Users, *Journalism & Mass Communication Quarterly* December 2000, vol. 77 no. 4 865-879.

15 - Leopoldina Fortunati, Mauro Sarrica, et al, The Influence of the Internet on European Journalism, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 14, Issu 4, 2009, Available at: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2009.01476.x/pdf>

16 - Nicole Knight-Spano, Effects Of Advertising Context On News Credibility, Master Thesis, California State University, Fullerton, 2010, P 38-39.

17 - Thomas J. Johnson, Barbara K. Kaye, "Cruising is believing? Comparing Internet and Traditional Sources on Media Credibility Measures, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 75, No.2, 1998, Available at: <http://www.aejmc.org/home/wp-content/uploads/2012/09/Journalism-Mass-Communication-Quarterly-1998-JohnsonKaye-325-340.pdf>

18 - Andrew J. Flanagin and Miriam J. Metzger, Perceptions of Internet information credibility. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 77 no. 3, 2000 515-540.

19 - Spiro Kioussis, Public Trust or Mistrust? Perceptions of Media Credibility in the Information Age, *Mass Communication and Society*, Vol.4, Iss.4, 2001, PP381-403.

20 - Rasha A. Abdulla, , Bruce Garrison, et al, The Credibility of Newspapers, Television News and Online News, A paper presented to the Mass Communication and Society Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication, annual convention, Miami Beach, Fla., August 9, 2002, Available at: <http://www.com.miami.edu/car/miamibeach1.pdf>

21 - Daekyung Kim, Abandoning traditional news? Examining factors influencing the displacement effects of online news on traditional news media, PHD Thesis, Southern Illinois Uni-

jspui/handle/123456789/19009

- 37 - William P. Cassidy, Online News Credibility: An Examination of the Perceptions of Newspaper Journalists, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, PP 478-498.
- 38- Joseph M. Chan, Francis L.F. Lee and Zhongdang Pan, Online news meets established journalism: how China's journalists evaluate the credibility of news websites, *New media & Society*, Vol8(6):925-947.
- ٣٩- وائل إسماعيل حسن عبدالباري، مصداقية المواقع الإخبارية على الإنترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر لكلية الإعلام، مايو 2005.
- 40 - Lowrey, W. (2004) "Linear vs. nonlinear Web stories: An assessment of reader ?perceptions, knowledge acquisition and reader feedback", *Newspaper Research Journal*, 25 (2): 83-97.
- 41 - Jennifer D. Greer, Evaluating the Credibility of Online Information: A Test of Source and Advertising Influence, *Mass Communication and Society*, Vol.6, Iss.1, 2003, PP 11-28.
- 42 - Spiro Kioussis, Equal Trust: An Experiment Exploring the Impact of Interactivity and Sources on Individuals' Perceptions of Credibility for Online News Stories, Submitted to the Mass Communication Division for the 53rd annual conference of the International Communication Association in San Diego, CA, on May 23-27, 2003.
- 43 - Yoshiko Nozato, Credibility of Online Newspapers, 2002, Available at: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.105.6673&rep=rep1&type=pdf>
- 44 - Bradley Osborn, Ethics and Credibility in Online Journalism, 2001, Available at: http://bradleyosborn.com/ethics_and_credibility_in_online_journalism.pdf
- 45 - The top 500 sites in Egypt, Alexa, 15 February 2014, Available at: <http://www.alexa.com/topsites/countries/EG>
- 46 - Chung Joo Chung, Yoonjae Nam, Michael A. Stefanone, OP, Cit
- 47 - Yoshiko Nozato, Op, Cit.
- 48 - William P. Cassidy, Op, Cit.

٤٩- عثمان العريس، مرجع سابق.