مصداقية المواقع الإخبارية الأجنبية الصادرة باللغة العربية لدى طلاب كليات الإعلام، دراسة مقارنة على الجامعات الحكومية والخاصة في إطار نظرية التماس المعلومات

د. أحمد السمان(*)

مقدمة:

أصبحت الوسائط الإعلامية الجديدة، على شبكة الإنترنت، وجهة رئيسية للأفراد لاستقاء الأخبار حول ما يدور حولهم من أحداث، وهو ما جعل الاهتمام بالمصداقية في صدارة اهتمام الدراسات الغربية؛ وحسب (Ohanian 1990, p. 41) فإن "المصداقية هي أساس السمات الإيجابية التي تؤثر على قبول المستقبل للرسالة"، فهناك علاقة ارتباطية إيجابية بين تلقي الجمهور للرسالة وكل من مصداقية الوسيلة الإعلامية ومصداقية القائم بالاتصال.

ويمثل طلاب كليات الإعلام مستقبل العملية الاتصالية، فهم إعلاميو المستقبل من صحفيين وإذاعيين وممارسي علاقات عامة وإعلان، وتحتل المصداقية المدركة للمادة الإعلامية لدى هؤلاء الطلاب أهمية خاصة، نظراً لاعتبارها نواة لمعايير المصداقية التي سيطبقونها في عملهم الإعلامي في المستقبل، وتزداد هذه الأهمية مع ما شهدته مصر في السنوات الأخيرة من طفرة كبيرة في عدد كليات الإعلام على المستوى الحكومي والخاص -فحكومياً، بالإضافة إلى جامعة القاهرة، أُنشأت كليات الإعلام في جامعتي بني سويف وجنوب الوادي، وتحت الإنشاء كليات إعلام في جامعات أخرى، بالإضافة إلى أقسام الإعلام والصحافة في كليات الآداب بجامعات [عين شمس، حلوان، سوهاج، المنصورة، الإسكندرية، المنيا، وأسيوط، وغيرها] في حين توجد كليات إعلام في جامعات خاصة منها [الأمريكية، البريطانية، الألمانية، الأهرام الكندية، 6 اكتوبر، النهضة، الجامعة الحديثة، مصر للعلوم والتكنولوجيا، وجامعة فاروس] بالإضافة إلى عدد من المعاهد الخاصة للإعلام مثل الشروق و"الجزيرة".

الدراسة الاستطلاعية:

دفعت الملاحظات السابقة الباحث إلى إجراء دراسة استطلاعية في الفترة من 1 نوفمبر حتى 7 نوفمبر 2016، على ثلاثة محاور:

المحور الأول: دراسة عدد من المواقع الإخبارية الدولية الصادرة باللغة العربية على شبكة الإنترنت، لاختبار مدى تناولها للشأن المصري، وبالتالي زيادة فرصة متابعة

(*) مدرس بكلية الإعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

الجمهور المصري لها، ووجد أن مواقع [''بي بي سي''، ''الجزيرة''، ''دويتش فيلا''، ''سي إن إن''، و''هافنجتون بوست''] تبدي اهتمامًا واضحًا بالشأن المصري، وتنوعًا بين المواد الخبرية والتحليلية والرأي، وهو ما كان موجودًا بدرجة أقل في موقع ''سي إن إن''، الذي ركز على الأخبار، وهو ما دفع الباحث إلى اختيار هذه المواقع، دون غيرها.

المحور الثاني: استكشاف عادات دخول طلاب كليات الإعلام على المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت، حيث وجد أن نسبة كبيرة من طلاب كليات الإعلام ينشطون على شبكة الإنترنت لمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي، ونسبة أقل تدخل على المواقع الإخبارية الدولية الموجهة باللغة العربية، وهو ما دفع الباحث إلى ضرورة أن يكون هناك سؤال تنقية (filtration question) حول الدخول على المواقع المشار إليها سابقًا، وفي حال أجاب المبحوث بدخوله على أي من هذه المواقع يتم استكمال باقي الاستبيان، وإذا لم يكن كذلك يتم استبعاده من الاستبيان.

المحور الثالث: مراجعة الدراسات السابقة حول مصداقية وسائل الإعلام، ووجد الباحث اهتمامًا من الدراسات الأجنبية بدراسة مصداقية المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت، في حين قل هذا الاهتمام عربيًا، كما لاحظ غياب دراسة تعامل طلاب كليات الإعلام مع وسائل الإعلام الجديد والتقليدي، وساعدت هذه الدراسات الباحث في تصميم استمارة استطلاع الرأي، وفي بلورة مشكلة بحثه.

مشكلة الدراسة:

أمكن بلورة المشكلة البحثية في ضوء الملاحظات الخاصة بتزايد الدخول على المواقع الإخبارية الأجنبية الصادرة باللغة العربية، وتصاعد الاهتمام بالمصداقية في العالم، وانتشار كليات الإعلام الخاصة والحكومية، وما تبع ذلك من اهتمام بمدى الاختلاف بين طلاب الفئتين فيما يتعلق بإدراك المصداقية، وساعدت نتائج الدراسة الاستطلاعية الباحث على بلورة مشكلته في الكشف عن التماس طلاب الإعلام للمعلومات من المواقع الإخبارية الأجنبية الصادرة باللغة العربية، في ضوء مدخل التماس المعلومات (Information Seeking)، وذلك للكشف عن مدى ارتباط الالتماس بالمصداقية المدركة لهذه المواقع، ومدى اختلاف معايير المصداقية لدى طلاب كليات الإعلام الحكومية والخاصة.

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من:-

1. تنامي الاهتمام البحثي عالميًا بدراسة المصداقية لما لها من تأثير على معارف واتجاهات الجمهور.

2. أهمية فئة طلاب كليات الإعلام كأحد أهم مكونات مستقبل العملية الإعلامية في مصر، وهو ما يتطلب معرفة العوامل التي يرون أنها تحقق مصداقية وسائل الإعلام، فضلا عن أهمية إدراك وجود فروق من عدمه بين طلاب الجامعات الخاصة والحكومية في هذا الصدد.

3. تزايد الاعتماد على وسائل الإعلام الحديثة عبر شبكة الإنترنت من مواقع تواصل اجتماعي وإخباري وغيرها، خاصة بين الشباب، وهو ما يمنح أهميَّة متزايدًة لمعرفة أنماط متابعة المواقع الإخبارية الأجنبية الموجهة باللغة العربية.

أهداف الدراسة:

1. الكشف عن تفضيلات المبحوثين للمواقع الإخبارية الأجنبية الصادرة باللغة العربية، واعتمادهم عليها في معرفة تقييمهم لمصداقيتها، والمقارنة بين طلاب الجامعات الحكومية والخاصة.

2. استكشاف العوامل التي تؤثر على إدراك مصداقية هذه المواقع الإخبارية، والمقارنة بين الفئتين، فيما يتعلق بالمصداقية بشكل عام.

3. إلقاء الضوء على دوافع التماس طلاب كليات الإعلام للمواقع الإخبارية غير المصرية الموجهة باللغة العربية، والمقارنة بين فئتي طلاب الجامعات الحكومية والخاصة في هذا الشأن.

الإطار النظري:

تستمد هذه الدراسة أبعادها من خلال التوظيف المنهجي لمدخل التماس المعلومات، الذي يساعد على فهم أسباب لجوء فرد ما إلى وسيلة إعلامية بعينها كمصدر لمعلوماته، وكذلك توظيف نموذجي شفجر (Schweiger) وجونسون (Johnson) للعوامل التي تحدد المصداقية، وكيفية قياسها وتفسيرها.

1- مدخل التماس المعلوماتInformation Seeking يمثل التماس المعلومات أحد المداخل التي توضح أن سهولة الوصول للمصدر، وجودة المعلومات الأكبر، تساعد الفرد على تحديد المصادر التي يستقي منها المعلومات التي يريدها (Susanne Loeber, Alexandra Cristea 2003:45).

ويعتبر مدخل التماس المعلومات أن الأفراد يستخدمون مصادر المعلومات الإلكترونية لأهداف مختلفة منها أنها تجمع بين كونها وسيلة لالتماس المعلومات، وكأسلوب بحث مرئي مسلي (Jarkko Karl 2001:220, Ellen F. Huurne, et al 2009: 216).

ولجأ الباحث إلى هذا المدخل لأنه يساعد على معرفة كيفية، ودوافع التماس طلاب كليات الإعلام للمعلومات عبر المواقع الإخبارية الأجنبية الصادرة باللغة العربية.

2- نموذجا جونسون وشيفجر؛ حدد نموذج جونسون (Thomas Johnson 2008: 338-360) مجموعة من العوامل التي تؤثر على مصداقية وسائل الإعلام لدى الجمهور، وهي [كثافة المشاهدة، نشاط المشاهدة، دوافع المشاركة، العوامل الديموجرافية للأفراد والمتمثلة في النوع والمستوى التعليمي والدخل والفئة العمرية، درجة الاندماج السياسي للإفراد والتي تؤثر بشكل مباشر على تبنيه لأفكار معينة، بجانب مدى الحرية المتاحة للوسيلة الإعلامية وابتعادها عن أي تأثيرات أو ضغوط من مالك الوسيلة].

ووضع شفيجر (Schweiger) منظورا لقياس وتفسير المصداقية من خلال ستة مستويات مختلفة (Michael Salwan 2005: 148& Erik Nesbit 2012)، يمكن عرضها على النحو التالي:

أ- القائم بالاتصال: حيث يقوم الجمهور بتقييم القائم بالاتصال ومصداقيته.

ب- مصدر الحدث: وهو المصدر الذي استقى منه القائم بالاتصال معلوماته مثل شهود عيان أو وكالات أنباء أو تصريحات مسئولين.

جـ- مستوى الموضوع: مثل الباب المنشور به الموضوع على موقع الإنترنت، أو وحدة البرنامج التليفزيوني أو الفقرة الإخبارية.

د- مستوى الوسيلة ذاتها: ويقصد به الثقة في المحطة الإعلامية التي تقدم المعلومات.

هـ- المستوى الخاص بالتمويل ونمط الملكية: بما يؤثر على توجهات التغطية الخاصة بتلك الوسيلة.

و- نوع الوسيلة: وهو إدراك مصداقية المواقع الإخبارية أو الصحيفة أو التليفزيون أو الإنترنت.

واستخدم الباحث النموذجين في إعداد استمارة استطلاع الرأي ووضع تساؤلات وفروض الدراسة.

الدراسات السابقة

من استعراض التراث العلمي في موضوع الدراسة، لاحظ الباحث تعدد الدراسات الأجنبية التي تناولت المصداقية، بالإضافة إلى تنوع أهداف ونتائج وتوجهات هذه الدراسات، في حين اتسمت الدراسات العربية، التي اجريت في مجال المصداقية، بالمحدودية النسبية، وبالرغم من توصل الباحث إلى وجود اهتمام عربي بدراسة شبكة الإنترنت، ومقارنتها بوسائل الإعلام التقليدية، إلا أنه وجد ندرًة في الدراسات

التي تناولت طلاب كليات الإعلام، وهو ما دفع الباحث إلى تقسيم التراث العلمي إلى ثلاثة محاور؛ أولها يتناول مصداقية وسائل الإعلام بشكل عام، والثاني الدراسات الخاصة بشبكة الإنترنت والمحتوى الإخباري لها، والثالث دراسات تناولت طلاب كليات الإعلام.

المحور الأول: الدراسات الخاصة بالمصداقية:

1- في دراستهما (Syrdal H.A., Bok S. 2017) حول المصداقية على شبكة الإنترنت، وانعكاسها على السلوك، خاصةً استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي لتطوير صورة إيجابية للمؤسسات الاقتصادية بين الشباب المستخدم لوسائط التواصل الاجتماعي، ودوافع سلوك مستخدمي هذه الوسائط مثل المتابعة (Follow) على تويتر، أو تفضيل (Like) ومشاركة المحتوى والتعليقات على فيسبوك وتويتر، توصلت الدراسة إلى أن مصداقية المصدر أحد أهم الإعتبارات عند اتخاذ المستهلك قراراً بالتفاعل مع المحتوى، ومشاركته على روابطهم الخاصة على شبكات التواصل الاجتماعيوتوصل إلى أن مراجعة المحتوي هي الأداة الرئيسة لتقييم مصداقية المصدر، وأن المصداقية هي ما تحدد ما إذا كان المشاركون سيمضون وقتا أطول على الموقع، كما توصلت الدراسة إلى أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يجرون تقييمًا إضافيًا للمصداقية عند اتخاذ قرار بمشاركة المحتوى، وأكدت الدراسة على أهمية المصداقية المتصورة في تقييم ومشاركة الجمهور لمحتوى هذه المواقع.

2- توصل (Qingjiang et al 2016) إلى أن مصداقية وسائل الإعلام التي تقوم بنشر صور معدلة، بواسطة برامج فوتوشوب، والإدراك المتصور لأهمية تعديل هذه الصور يؤثر بشكل كبير على معايير قبول واستخدام الأشخاص غير المحترفين لها.

3- أكد كل من (نها عبد المقصود غالي، وإسلام احمد عثمان 2014) على وجود علاقة بين مدى اعتماد الجمهور العام في مصر على الفضائيات المصرية كمصدر للمعلومات السياسية خلال فترة الدراسة واتجاههم نحو الإعلانات الدستورية التي تم إقرارها خلال تلك الفترة، وان هذا الاعتماد يرتبط بمتغيرات عدة من بينها مدى الثقة في الفضائية كمصدر للمعلومات السياسية، كما وجدت الدراسة أن شبكة الإنترنت في مقدمة المصادر التى استعان بها الجمهور للوصول إلى المعلومات السياسية.

4- أوضحت دراسة (John, Thomas J. & Kaye, Barbara K. 2014) الدور الكبير لمواقع الشبكات الاجتماعية، مثل فيسبوك وتويتر، على مدى الثقة في الحكومة، ومصداقية وسائل الإعلام، وأن الاعتماد عليها يؤدي إلى زيادة الثقة في

الرئاسة والكونجرس الأمريكي، وزيادة المصداقية المتصورة لوسائل الإعلام، في حين أدى الاعتماد على المدونات واليوتيوب إلى انخفاض الثقة في هذه المؤسسات.

5- في بحث اجرته (ميرال مصطفى 2014) حول مصداقية القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية لدى الجمهور المصري، وجدت علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية والمصداقية المدركة لهذه القنوات، وتوصلت إلى تصدر قناة BBC قائمة أكثر القنوات تفضيلًا والأعلى مصداقية، كما وجدت تأثيرا للعوامل الديموجرافية من عمر ومستوى تعليمي واقتصادي على مدى مصداقية هذه القنوات.

6- في المقابل توصل (مصطفى الجزيري ومحمود لطفي ونوره عبد الله 2013) إلى ارتفاع اعتماد المرأة المصرية على الشبكات الاجتماعية للحصول على المعلومات والمعرفة بالمرشحين وبرامجهم الانتخابية، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها 100 مفردة.

8- توصل (Erik Nesbit 2012) إلى ارتباط معدلات استخدام وسيلة إعلامية ما، بالمصداقية المدركة لهذه الوسيلة، وخبرات الجمهور فيما يتعلق بتعامله المسبق مع هذه الوسائل.

9- وفي بنجلاديش وجد (Syed Saad 2012) أن استقلالية المؤسسة الإعلامية وعدم تبعيتها سياسيا، وقدرتها على تلبية احتياجات الجمهور ومراعاتها لمسؤولياتها تجاه المجتمع والموضوعية في تناول الأخبار وعرض جميع وجهات النظر ومدي خبرة وكفاءة القائمين بالاتصال، هي أهم العوامل التي تؤدي إلى مصداقية الأخبار التليفزيونية.

10- ولقياس مصداقية القنوات الفضايية لدى الصفوة، على عينة قوامها 155 مفردةً توصلت (هبة عبد الوهاب 2010) إلى أن الفورية في نقل الأحداث، والاعتماد على شبكة من المراسلين في نقلها من مواقعها، وارتفاع مستوى الأداء المهني للمذيع، كان من أهم معايير المصداقية في تقييم القنوات الفضائية الإخبارية، بينما جاء الاهتمام بالمسئولية الاجتماعية في ذيل قائمة معايير المصداقية من وجهة نظر الجمهور.

11- وللمقارنة بين الموثوقية في وسائل الإعلام الحكومية والخاصة في مصر، أجرت (وسام نصر 2010) دراسةً حول تناولهما لأزمة انفلونزا الخنازير على عينة قوامها 400 مفردة، ووجدت أن الفضائية المصرية حصلت على أعلى نسبة موثوقية فيما تقدمه من معلومات، كما توصلت إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة

إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الحكومية والخاصة ودرجة مصداقية هذه الوسائل لديهم.

12- وعن تأثير الأُطر التي تقدم من خلالها الأخبار على المصداقية توصل (Delong Joshua 2008) إلى أن طبيعة ونوعية الأطر الإعلامية المستخدمة في تقديم قضية ما، لها تأثير على معدل مصداقيتها، خاصةً تلك القضايا التي يتم تقديمها في إطار الأهمية والتأثير والقرب الجغرافي، وتلك التي تقدم من خلال أطر إيجابية.

13- فيما يتعلق بالحصول على المعلومات توصلت (ماجدة مراد 2008) إلى احتلال الفضائيات الإخبارية العربية لمقدمة المصادر التي تعتمد عليها النخبة المصرية، تلتها الصحافة المصرية ثم التليفزيون المصري ثم شبكة الإنترنت، كما أوضحت الدراسة وجود علاقة ارتباط ايجابية بين مستوى مصداقية الفضائيات الإخبارية ومعدل مشاهدة المبحوثين لها.

14- و يتفق مع ما سبق دراسة (أيمن أبو زيد 2006) الذي أثبت وجود علاقة طردية بين كثافة مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية الإخبارية العربية ومصداقية هذه القنوات.

15- واستهدف (Tom Heath 2008) رصد كيفية الحصول على مصدر جدير بالثقة في المعلومات من داخل الشبكات الاجتماعية وأظهرت الدراسة أن عوامل الثقة التي تؤثر على اختيار مصادر المعلومات تعتمد على مدى المعرفة بمصدر المعلومة، وكذلك وجود مصدر أصلي لتلك المعلومة.

16- وعن العلاقة بين إدراك القائم بالاتصال لمصداقية مصادر التغطية الخبرية، ومدى استخدام تلك المصادر في وسائل الإعلام؛ أجرى (Seo Hyujin 2008) دراسة حول التغطية الخاصة بملف كوريا الشمالية؛ عبر استبيان بالبريد الالكتروني لعينة من 69 صحفيًا، وأظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين إدراك الصحفيين لمصداقية المصدر واستخدام المادة الإعلامية التي قدمها هذا المصدر في التغطية الصحفية.

17- ولقياس عناصر مصداقية الأخبار في الصحف والقنوات التليفزيونية والإنترنت أجرت (حنان سليم 2008) دراسةً على عينة من 113 مفردةً من الجمهور الألماني، توصلت فيها إلى ارتفاع مصداقية الأخبار التليفزيونية، كما وجدت علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين إدراك المبحوثين لعناصر المصداقية في وسائل الإعلام وزيادة كثافة التعرض للمضمون الإخباري لتلك الوسائل.

18-19، وتوصلت دراسة (Silvia Knoblauch 2007) إلى زيادة الانتباه للمضمون المقدم في المواقع الإخبارية الإلكترونية، كلما زادت مصداقية هذه

المواقع لدى الجمهور، بينما توصلت (هالة بغدادي 2007) إلى عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد النخبة العربية على القنوات الإخبارية العربية وتقييمهم لمصداقيتها.

20- في دراستها عن اعتماد الجمهور على التليفزيون المصري أثناء الأزمات بالتطبيق على حادث شرم الشيخ، توصلت (وفاء ثروت 2006) إلى عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تقييم المبحوثين لمصداقية التلفزيون المصري، ودرجة الاعتماد عليه.

21- ولاختبار مدى مصداقية النشرات الإخبارية على مشاهدي التليفزيون الأمريكي، أجرى (Cheryl Campanula 2006) دراسةً على عينة من 600 مفردة من الجمهور الأمريكي، وتوصل إلى وجود علاقة بين مصداقية المعلومات المقدمة وكفاءة مقدمي البرامج وقدرتهم على إدارة الحوار، كما وجد فروق دالة إحصائياً من حيث إدراك المبحوثين لمصداقية الأخبار وطبيعة العوامل الديموجرافية.

22- وللتعرف على مستويات مصداقية وسائل الإعلام لدى الجمهور المصري، وقابليته لتصديق وسائل الإعلام التقليدية، مقارنةً بالوسائل الحديثة، أجرى (خالد صلاح 2006) دراسةً ميدانيةً على 300 مفردة من الجمهور المصري، وتوصل إلى أن كفاءة القائم بالاتصال والتزامه بالمعايير الأخلاقية في الممارسة المهنية تعد من أهم المعايير التي يستند إليها المبحوثون في تقييم مصداقية وسائل الإعلام، كما يمنح الجمهور الوسائل التقليدية من إذاعة وتلفزيون وصحافة مصداقية اكبر من الوسائل الحديثة.

23-24: في المقابل توصلت (عزة عبد العظيم 2006) إلى عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الجمهور للتليفزيون وإدراكه لمصداقية المضمون المقدم من خلاله، كما توصل (أيمن محمود موسي 2006) إلى أن صدق المعلومات يتصدر أسباب حرص المبحوثين على متابعة القنوات الفضائية في أوقات الأزمات، وجاءت حرية تناول الموضوعات في المرتبة الثانية والتفرد بنشر أخبار حصرية في المرتبة الثالثة.

25- توصل (Tien Lee 2005) إلى أن اندماج الفرد في قضية ما، وتوجهاته الأيديولوجية لهما تأثير على معدلات إدراك مصداقية وسائل الإعلام، حيث وجد أن الأفراد الذين يتسمون بمعدل عال من الاندماج ينظرون إلى وسائل الإعلام على أنها أكثر تحيزاً، كما أن ذوي الاتجاهات الايديولوجية المحافظة أكثر عرضة لعدم الثقة في وسائل الإعلام.

26- ووجد (Miriam Metzger 2003) أن المصادر ذات المصداقية المرتفعة، تحقق تغييراً في اتجاهات الجمهور حيال القضايا المختلفة أكثر من المصادر ذات المصداقية المنخفضة.

المحور الثاني: دراسات عن الاستخدام الإعلامي على شبكة الإنترنت:

1، 2- في دراسة استهدفت رصد اتجاهات الرأي العام المصري في المجتمع الافتراضي نحو الموقف الأمريكي الرسمي من أحداث 30 يونيو 2013 أجرت (نرمين خضر 2014) دراسةً لعينة من 400 مفردة من الجمهور المصري، وتوصلت إلى أن مواقع الشبكات الاجتماعية جاءت على رأس قائمة المواقع التي تفضل عينة الدراسة الدخول عليها، في حين احتلت المواقع الإخبارية المرتبة الثالثة، ولمتابعة الأخبار والقضايا السياسية احتلت المواقع الإخبارية رأس قائمة المواقع التي يفضل الجمهور الدخول عليها تلتها مواقع الشبكات الاجتماعية مثل موقع فيسبوك وتويتر، كما توصلت الدراسة إلى أن شبكة الإنترنت احتلت رأس قائمة المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون للحصول على معلومات سياسية، تلتها القنوات الفضائية ثم الصحف، وتتفق النتيجة الأخيرة مع دراسة (Ienhart, Amanda et al.2010) الذي أكد أن الإنترنت هي المصدر الأول للمعلومات السياسية.

3- بهدف المقارنة بين قنوات "الحرة" و"العالم" و"فرنسا 24"، التي تبث باللغة العربية، قامت الباحثة (داليا عثمان 2012) بتحليل مضمون نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية لمدة شهرين، وأظهرت ارتفاع الاتجاه السلبي في تغطية الأخبار العربية، وهو ما تصدرته قناة العالم، تلتها قناة فرنسا ثم قناة الحرة وتوصلت إلى أن الأخبار السياسية كانت الأكثر تناولاً في القنوات محل الدراسة بنسبة 75% من اجمالي الأخبار التي قامت هذه القنوات بإذاعتها.

4- في إطار المقارنة بين موقعي قناة العربية على فيسبوك وموقع "العربية نت"، خلال شهرين، استخدم (محمد المنصور 2012) تحليل الشكل وتحليل المضمون، وتوصل إلى أن الموقعين اهتما بالصورة لما لها من تأثير إيجابي على المتلقي، كما قدم الموقعان خدمةً إخباريةً تميزت بالتحديث وسرعة النشر وارفاقهما الصور أو مقاطع الفيديو المتعلقة بالحدث أو الخبر، غير أنه وجد تميزاً على موقع فيسبوك حيث كانت الأخبار موجزةً ووافيةً، بينما تميز موقع "العربية نت" بوجود قصص إخبارية مطولة وشاملة، وخلصت الدراسة إلى تفوق موقع فيسبوك؛ لما به من أخبار ولتغطيته الشاملة وتوفيره امكانية تبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو، وكون الموقع مجالاً مفتوحاً لتبادل الآراء والتعليقات على الآراء والردود.

5- قامت (فاطمة شعبان 2011) بتحليل مضممون نشرات الأخبار المقدمة في قنوات "الحرة" و"العالم" و"النيل للأخبار"، عبر رصد الأخبار المتعلقة بالشرق الأوسط، حيث وجدت اتفاقاً في ترتيب أولويات قضايا الشرق الأوسط في قناتي "العالم" و"الحرة"، واختلاف قناة "النيل" عنهما.

6- توصلت (فاطمة الخطيب 2010) إلى وجود اختلاف بين أجندة القضايا المصرية لدى القنوات الإخبارية الدولية الموجهة باللغة العربية وأجندة القضايا المصرية لدى عينة من 400 شابًا جامعيًا.

7- توصلت (نهي العبد 2009) إلى أن أهم ما تتميز به المواقع الإخبارية الأجنبية الموجهة باللغة العربية على شبكة الإنترنت، هو الجرأة في عرض الأخبار، وامتلاكها امكانات متطورة، ولكنها اتسمت في المقابل بعدم الموضوعية مما شكل أحد اوجه القصور التي توصلت إليها الباحثة.

المحور الثالث؛ دراسات تناولت طلاب كليات إعلام:

1- استهدفت (داليا ابراهيم الدسوقي 2014) التعرف على حجم ومعدل تعرض دارسي الإعلام التربوي بالجامعات المصرية للمضامين السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال رصد مستويات وإجراءات هذا الالتماس بين عينة من 200 مفردة، والربط بين التماسهم تلك المعلومات ومدى مصداقية المضامين لديهم، وتوصلت إلى أن الأخبار المنشورة من خلال صفحات الصحف على شبكة الإنترنت جاءت في الترتيب الثاني من حيث تفضيل المبحوثين، بعد مواقع التواصل الإجتماعي، كما أوضحت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات المبحوثين السياسية، ووصلت إلى أن تقديم ادلة كافية وسهل الوصول إليها بالخبر وتنوع المحتوى الإخباري، من أهم أسباب ثقة المبحوثين في الأخبار المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، في المقابل جاء تصدر نشر معلومات مجهولة المصدر، أو تبني مواقف متشددة، أسباب عدم الثقة، كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين التماس عينة الدراسة للمضامين السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات مصداقية تلك المضامين.

2- في إطار تناول مصداقية وسائل الإعلام الرسمية على عينة ميدانية من القائم بالاتصال وطلبة أقسام الإعلام بصعيد مصر أجرى (شيماء حسن على، ومحمد عبد العزير 2012) دراسة بهدف قياس مصداقية وسائل الإعلام الرسمية، ومعرفة موقف عينة من طلاب الإعلام في الصعيد من التناول الإعلامي في وسائل الإعلام الرسمية لأحداث الثورة، وما بعدها، على مدار عام، ومدى مصداقية ما نشرته الصحف القومية والتليفزيون المصري من أخبار ومعلومات

واتجاهاتهم نحوها، وكذلك رؤية القائم بالاتصال في تلك الوسائل للعوامل والضغوط المؤثرة عليهم في أدائهم لوظائفهم الإعلامية، وتقييمهم لمصداقيتها وتوقعاتهم لمستقبلها، وذلك من خلال استمارة استبيان لعدد 186 مفردة من طلاب أقسام الصحافة والإعلام، والمقابلة المتعمقة مع 20 مفردة من القائمين بالاتصال في الصحف والقنوات الرسمية، وتوصلت الدراسة إلى أن المبحوثين فضلوا قنوات الأخبار العربية كأهم مصدر للمعلومات، تلتها الفضائيات المصرية الخاصة، فالصحف الخاصة، فالتليفزيون المصري، وتراجعت الصحف القومية إلى أخر الترتيب، فيما تصدرت مواقع الإنترنت قائمة مصادر معلومات المبحوثين عن الأحداث، تواكباً مع استمرار عزوف طلاب أقسام الإعلام عن الإعلام الرسمي، رغم ارتفاع نسبة متابعته بشكل ضئيل، بعد الثورة.

3- تركز تساؤل (وليد النجار 2011) حول مدى قيام الوسائط المتعددة بالمواقع الصحفية الإلكترونية بإمداد طلاب الإعلام بالمعلومات حول أحداث ثورة 25 يناير، والمقارنة بين طلاب الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة، في حصولهم على المعلومات وتعرضهم للوسائط المتعددة بالمواقع الصحفية الإلكترونية، عبر عينة قوامها 300 من الطلاب، موزعة مناصفةً بين التعليم الحكومي والخاص، مستخدماً استمارة استبيان، حيث توصل إلى أن كثافة الاستخدام والعوامل الديموجرافية من المتغيرات التي تؤثر على إدراك طلاب كلية الإعلام لمصداقية وسائل الإعلام، كما وجد علاقة ارتباطية موجبة دالة بين كثافة التعرض للمواقع الصحفية الإلكترونية، وزيادة الاعتماد عليها في إمداد عينة الدراسة بالمعلومات، ولم يجد فروقاً ذات دلالة إحصائية بين الذكور والاناث، أو متوسطات درجات طلاب الإعلام بالتعليم الحكومي أو الخاص، في الحصول على المعلومات من المواقع الإخبارية حول أحداث 25 يناير، كما لم يجد فروقاً دالة إحصائياً فيما يتعلق بالأعمار السنية لسمتخدمي المواقع الصحفية الإلكترونية والامداد بالمعلومات، ولكنه وجد فروقاً ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الطلبة المنتمين إلى الريف، وأولئك المنتمين إلى الحضر، كما وجد علاقةً ارتباطيةً موجبةً دالة بين كثافة التعرض للمواقع، ودرجة الاستفادة منها في الحصول على المعلومات.

4- استهدف (أحمد فاروق رضوان 2011) التعرف عل استخدام طلبة أقسام العلاقات العامة للمصادر المتاحة على الإنترنت واتجاهاتهم نحوها عبر دراسة على عينة من 300 طالب وطالبة في جامعتين بمصر وجامعتين بدولة الإمارات، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع معدلات استخدام هذه المصادر بين الطلاب والطالبات لسهولة استخدامها وتوفيرها لكم كبير من المعلومات، خاصة مع وجود اتجاهات إيجابية نحوها كمصدر من مصادر المعرفة، كما توصلت الدراسة إلى احتياج الطلبة مزيد من التدريب على كيفية الاستخدام الفعال لهذه المصادر.

تعقيب على الدراسات السابقة:

أشارت دراسات المحور الأول المتعلقة بالمصداقية إلى اهتمام الدراسات الغربية بالعلاقة بين المصداقية وتسويق صورة المؤسسات الاقتصادية، و ركزت على مصداقية شبكات التواصل الاجتماعي، وأكدت على وجود علاقة ارتباط دالة بين مصداقية وسيلة ما والتعرض لها بينما توصلت الدراسات العربية إلى نتائج متباينة فيما يتعلق بالربط بين المصداقية والتعرض للوسيلة، وركزت الدراسات المصرية على التأثير السياسي للمصداقية، مع الاهتمام بمصداقية التليفزيون دون إغفال مصداقية شبكة الإنترنت، وأشار بعضها إلى تراجع مصداقية الصحف، خاصة الحكومية منها.

كما لاحظ الباحث اختلاف ترتيب مصداقية الوسائل بشكل عام، وتحديد الوسيلة التي تحظي بمصداقية أكبر، حيث اشارت دراسات إلى تصدر التليفزيون للمصداقية بينما أظهرت أخرى تصدر شبكة الإنترنت لذلك، وهو ما جعل هذه النقطة محوراً بارزاً في هذه الدراسة، كما أظهرت الدراسات قصوراً واضحاً فيما يتعلق بدراسة المواقع الأجنبية الموجهة باللغة العربية على الإنترنت، حيث تم دراسة بعض قنوات التليفزيون، وهو ما أوضحه المحور الثاني المتعلق بالتوظيف الإعلامي لشبكة الإنترنت و الإعلام الموجه باللغة العربية، حيث احتلت المواقع الإخبارية رأس قائمة المواقع التي يفضل الجمهور الدخول عليها عبر شبكة الإنترنت لمتابعة الأخبار والقضايا السياسية، ولاحظ الباحث تباينا في العوامل التي تحقق المصداقية؛ ما بين الجرأة في عرض الأخبار، وإمتلاك إمكانات متطورة، أو ارتفاع المستوى المهني للمحررين، أو الفورية في نقل الأحداث.

ومن خلال مراجعة التراث النظري المتاح في المحور الثالث وجد الباحث ندرةً في الدراسات الأجنبية والعربية التي تتناول طلاب كليات الإعلام بشكل عام، والمقارنة بين طلاب الجامعات الحكومية والخاصة بشكل خاص، وهو ما يمكن إرجاعة في الدراسات الأجنبية إلى تأصل التعليم الخاص في الغرب وعدم الحاجة إلى مثل هذه المقارنة، بينما يمكن إرجاع ندرة الدراسات العربية إلى حداثة تجربة الجامعات الخاصة في عدد من الدول، وبالتالي عدم اتجاه الباحثين لمثل هذا النوع من الدراسات المقارنة، وهو ما كان الدافع الرئيس لإجراء مثل هذه الدراسة.

وبشكل عام تنوع مجتمع العينات التي تناولتها الدراسات السابقة، ما بين جمهور وخبراء وشباب وإعلاميين، وتراوح مجتمع العينات ما بين 100 مفردة إلى 400، وفيما يتعلق بالمنهجيات البحثية المستخدمة، فقد استخدمت المنهج المقارن، التجريبي، والمسح بالعينة، وتعددت ادوات الدراسات ما بين ادوات كمية كالاستبيان والمقابلة المقننة وأدوات كيفية كالمقابلة المتعمقة ودراسة الحالة.

واستفاد الباحث من الدراسات السابقة في بلورة وإعداد استمارة الاستبيان، وصياغة تساؤلات الدراسة الخاصة بعناصر المصداقية، ووضع الفروض وتحديد بعض العوامل المؤثرة في إدراك المصداقية وكذلك في مناقشة نتائج الدراسة ومقارنتها بالدراسات الأخرى، وفي التأكيد على أهمية الدراسة وتفسير بعض النتائج، كما أفادت ملاحظة الباحث لحدود الدراسات السابقة إلى تحديد المشكة البحثية، والتاكيد على تميز موضوع الدراسة الحالية الذي لم تتناوله الدراسات السابقة

تساؤلات الدراسة وفروضها:

تساؤلات الدراسة:

1. ما هي الوسيلة الإعلامية التي يلجأ إليها طلاب كليات الإعلام لمتابعة الأخبار؟
2. إلى أي مدى يستخدم طلاب كليات الإعلام شبكة الإنترنت لمتابعة الأخبار؟
3. ما هو الوسيط الإعلامي الأكثر مصداقية لدى طلاب كليات الإعلام؟
4. هل هناك تأثير لجنسية الموقع سواء مصرية أو دولية في استخدام طلاب كليات الإعلام له؟
5. ما هي دوافع تعرض الطلاب للمواقع الأجنبية الموجهة باللغة العربية؟
6. ما هي معايير مصداقية المادة الإخبارية بشكل عام؟
7. ما أكثر المواقع الإخبارية الأجنبية الصادرة باللغة العربية مصداقية لدى عينة الدراسة؟
8. ما أكثر المواقع الأجنبية الموجهة باللغة العربية تفضيلاً للتصفح لدى المبحوثين؟
9. ما هي أسباب تفضيل هذه المواقع؟
10. ما أكثر المواقع الأجنبية الموجهة باللغة العربية سلبيةً لدى المبحوثين؟

فروض الدراسة:

1- تنطلق الدراسة من فرضية رئيسة مؤداها أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الإعلام في التعليم الجامعي الحكومي والخاص من حيث معايير المصداقية المدركة لديهم.

2- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تعرض المبحوثين للمواقع الإخبارية الصادرة باللغة العربية والمصداقية المدركة للموقع.

3- يميل الطلاب عينة الدراسة في طبيعة استخدامهم للمواقع الإخبارية الأجنبية الصادرة باللغة العربية إلى الاستخدامات المعرفية في مقابل الاستخدامات ذات الطابع الطقوسي.

4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث تأثير المستوى الاقتصادي والاجتماعي في الجامعات الحكومية والخاصة على المصداقية المدركة لديهم.

المصطلحات والتعريفات الاجرائية:

المصداقية: هناك عدة تعريفات للمصداقية منها تعريف (Debra Burns 2008: 161) بأنها: اقتناع كامل بأن ما يتم مشاهدته، أو سماعه يتميز بالأمانة وعدم التحيز، ويعكس الحقيقة بشكل واقعي، ويتبنى الباحث مفهوماً للمصداقية باعتبارها وجود ثقة لدى المتلقي بأن ما يشاهده ويتصفحه يعكس الحقيقة بشكل واقعي وأمين.

المواقع الأجنبية الصادرة باللغة العربية: المواقع هي وسيلة من وسائل الاتصال عبر شبكة الإنترنت تستخدم فنون وآليات ومهارات العمل الصحفي، مضافاً إليها مهارات الاتصال عبر الوسائط المتعددة، والنص الفائق للتعامل مع محتويات صحفية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجمهور. وهي هنا تلك المواقع الصادرة باللغة العربية، ولا يمتلكها مصريون، وهي مواقع "بي بي سي"، و""سي إن إن""، و"هافنجتون بوست"، و "دويتش فيلا"، و"الجزيرة".

طلاب الإعلام: ويقصد بهم الباحث دارسي الإعلام في الجامعات الحكومية والخاصة من عينة الدراسة، في المرحلة العمرية من سن 18 سنة فأكثر، ممن يستخدمون المواقع الصحفية الإلكترونية بصفة عامة واحد المواقع التي تخضع للدراسة بصفة خاصة.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

أ- نوع الدراسة ومنهجها: تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف معرفة ظاهرة، وتحليلها، والتعرف على أبعادها بالاستعانة بمنهج المسح لعينة من طلاب الإعلام الذين يتابعون المواقع الأجنبية الصادرة باللغة العربية، كما تم استخدام المنهج المقارن لإجراء مقارنات كيفية وكمية بين مفردات مجتمع الدراسة من طلاب الإعلام.

ب- مجتمع الدراسة : يتمثل مجتمع الدراسة في طلاب الإعلام من الجامعات الحكومية والخاصة في القاهرة الكبرى، ممن يتصفحون أياً من المواقع الإخبارية الأجنبية الصادرة باللغة العربية التي تخضع للدراسة، حيث توضح الإحصاءات أن

الشباب هم الفئة الأكثر استخدما للإنترنت، والأكثر انخراطاً في أنشطتها الاتصالية المختلفة.

جـ حجم العينة وتوزيعها: عينة عمدية، وهي من العينات غير الاحتمالية قوامها 300 مبحوث ممن اجتازوا اختبار التنقية (Filtration Question)، ويوضح الجدول التالي خصائص العينة.

جدول رقم (1) خصائص عينةالدراسة، ن = 300

الجامعات الحكومية				الجامعات الخاصة			
الذكور		الإناث		الذكور		الإناث	
ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
53	%35	**97**	%65	**56**	%37	**94**	%63

ويوضح الجدول تماثلاً فيما يتعلق بالنوع بين الجامعات الحكومية والخاصة حيث احتلت نسبة الذكور والاناث نسب تكاد تكون متطابقة بشكل يعكس تمثيل فئات النوع في طلاب كليات الإعلام التي يزيد فيها عدد الإناث عن عدد الذكور بشكل عام.

وروعي عند اختيار المبحوثين، المساواة من حيث عدد الجامعات وعدد الطلاب من كل جامعة، حيث تم اختيار 4 جامعات حكومية هي القاهرة وعين شمس وحلوان والأزهر، بعينة 25 طالب في كل منهم، وهو نفس العدد في الجامعات الخاصة وهي، مصر للعلوم والتكنولوجيا، و6 اكتوبر، وأكتوبر للآداب والعلوم الحديثة، والأهرام الكندية.

جدول رقم (2) المستوى الاقتصادي والاجتماعي

الجامعات الحكومية						الجامعات الخاصة					
عادي		متوسط		مرتفع		عادي		متوسط		مرتفع	
ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
18	12	**50**	33	**82**	55	**12**	8	**46**	31	**92**	%61

ويوضح الجدول اختلافاً نسبياً في المستوى الاقتصادي المرتفع بين الجامعات الخاصة (61%) مقارنة بالجامعات الحكومية بنسبة (55%) وهو ما قد يكون مفهوما بالنظر إلى ارتفاع المصاريف الدراسية في هذه الجامعات، كما يلاحظ تقارباً، في الدخل المتوسط بين الفئتين، ووجود نسبة من أصحاب الدخل العادي في عينة المبحوثين بالجامعات الخاصة، رغم ارتفاع مصاريفها، وهو ما يعود في جزء منه إلى نظام المنح الدراسية الذي تقدمه بعض الجامعات الخاصة لطلابها.

د- أدوات جمع البيانات

تم توزيع استمارة استبيان في ديسمبر 2016، لإجرائها عن طريق المقابلة الشخصية، تضمنت ثلاثة محاور، منها اعتماد المبحوثين على هذه المواقع ودرجة ثقتهم فيها، ثم أنماط متابعة المبحوثين للمواقع وأسباب تعرضهم لها، وتقديرات

المبحوثين لدرجة توافر المصداقية في هذه المواقع، والتعرف على عناصر المصداقية من وجهة نظر طلاب الإعلام، وأخيراً العوامل الديموجرافية والتوجهات السياسية.

ه_ اختبارا الصدق والثبات

قام الباحث بعرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين* لتحديد قدرتها على قياس متغيرات الدراسة ومعالجة المشكلة البحثية وفروضها، والإجابة عن تساؤلاتها، وتم الاستجابة لملاحظاتهم، حيث أشاروا بصلاحيتها للتطبيق، كما أجرى الباحث اختبارا قبليا على30 مبحوثا بنسبة 10% من إجمالي العينة، للتأكد من فهم الطلاب والباحثين للاستمارة، حيث أبدى الباحثون تفهما لأسئلة الدراسة والعبارات المتضمنة بها، وتم اجراء تعديلات على شكل وصياغة وترتيب الاسئلة بناءً على نتائج التحكيم والبحث القبلي، وتم إعادة تطبيق البحث على 10% من نفس المبحوثين بعد أسبوعين من إجراء الاستبيان، وكانت قيمة معامل الثبات 93% وهي قيمة مرتفعة تدل على ثبات نتائج الاستمارة وصلاحيتها للتحليل.

و- أسلوب تحليل البيانات والمعالجة الإحصائية: تم إدخال بيانات صحيفة الاستقصاء في الحاسب الآلي باستخدام برنامج SPSS، ولاختبار هذه الفروض تم استخدام العديد من المعاملات الإحصائية:

الإحصاء الوصفي؛ عبر استخدام الجداول التكرارية البسيطة لاستخراج التكرارت الإحصائية والنسب المئوية ومقاييس للنزعة المركزية، ومقاييس المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي، لوصف خصائص العينة وتوزعها حول متغيرات الدراسة.

اختبار تي T test؛ للفروق بين متوسطات المتغيرات الوصفية للدراسة، لمعرفة الفرق بين مجموعتين

اختبار كا^2 Chi Square؛ للكشف عن دلالة الفروق بين متغيرين كميين.

معامل بيرسون للارتباط الخطي بين المتغيرات (Pearson Correlation Coefficient)، وهو يستخدم لدراسة العلاقة بين متغيرين قياساً بالمقياس النسبي أو الفئوي وتم توظيفه لاختبار الارتباط بين دوافع الاستخدام والمصداقية لدى المستخدمين بما يكشف العلاقة بين تعرض المبحوثين للمواقع ومستوى مصداقيتها لديهم.

تحليل التباين أحادي الاتجاه One Way Analysis of Variance (Anova): للكشف عن الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين المجموعات وداخلها مثل قياس الفروق بين الشباب من حيث نوع التعليم الجامعي ومعدل التعرض للمواقع، أو مستويات التفضيل والمصداقية.

نتائج الدراسة

أولا: الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

السؤال الأول: ما هي الوسيلة الإعلامية التي يلجأ إليها طلاب كليات الإعلام لمتابعة الأخبار؟

عبرت الاجابات عن تصدر الإنترنت، كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (3) وسائل الإعلام التي يتم اللجوء إليها للحصول على الأخبار

	الإنترنت		التليفزيون		الراديو	
	ت	%	ت	%	ت	%
الحكومية	**88**	59	**57**	38	**5**	3
الخاصة	**98**	65	**46**	31	**6**	4

ويوضح الجدول السابق ارتفاعاً لنسبة اللجوء إلى شبكة الإنترنت بين الجامعات الخاصة، مقارنة بالجامعات الحكومية، التي شهدت بدروها ارتفاعاً في نسبة اللجوء إلى التليفزيون، فيما اتفقت الفئتان على انخفاض اللجوء إلى الراديو.

السؤال الثاني: إلى أي مدى يستخدم طلاب الإعلام شبكة الإنترنت لمتابعة الأخبار؟

تصدر استخدام شبكة الإنترنت لمتابعة الأخبار بشكل دائم، أكثر من نصف اجابات عينة البحث، وجاءت متطابقة تقريبا بين الفئتين، كما يوضح الجدول التالي:

جدول رقم (4) استخدام شبكة الإنترنت

	دائما		أحيانا		نادرا	
	ت	%	ت	%	ت	%
الحكومية	**79**	53	**48**	32	**23**	15
الخاصة	**73**	49	**50**	33	**27**	18

وفيما يتعلق بمتوسط الدخول على شبكة الإنترنت جاءت النتائج شبة متطابقة، حيث أن ثلثي الطلاب يستخدمونها يومياً، مرةً أو أكثر، فيما يتوزع الثلث الباقي حول استخدامها مرة أسبوعياً أو شهرياً، مما يدل على كثافة استخدام شبكة الإنترنت بين الفئتين وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (5)؛معدلات متوسط الدخول على شبكة الإنترنت

	أكثر من مرة يوميا		مرة يوميا		مرة أسبوعيا		مرة شهريا	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الحكومية	**49**	33	**58**	39	**31**	21	**12**	8
الخاصة	**52**	35	**48**	32	**40**	27	**10**	7

السؤال الثالث: ما هو الوسيط الأكثر مصداقية لدى طلاب كليات الإعلام؟

أوضحت النتائج اتفاق طلاب الإعلام بالفئتين على تصدر شبكة الإنترنت، تلاها التليفزيون، ثم الصحف، وأخيراً الراديو، كما يوضح الجدول التالي:

جدول رقم (6) الوسيط الأكثر مصداقية

	الإنترنت		التليفزيون		الصحف		الراديو		لا توجد مصداقية	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الحكومية	**51**	34	**47**	31	**21**	14	**8**	5	**15**	10
الخاصة	**61**	41	**52**	35	**28**	18	**3**	2	**6**	4

ويوضح الجدول اختلافاً طفيفاً غير ذي دلالة، من حيث درجة المصداقية التي منحها طلاب الجامعات الخاصة لشبكة الإنترنت، وكذلك ارتفاع رؤية طلاب كليات الإعلام في الجامعات الحكومية لعدم وجود مصداقية لدى كل وسائل الإعلام، حيث جاءت النسبة في الجامعات الحكومية اربعة أضعاف الخاصة.

السؤال الرابع: هل هناك تأثير لجنسية الموقع سواء مصرية أو دولية في استخدام طلاب الإعلام له؟

جدول رقم (7) معدلات استخدام المواقع حسب الجنسية

	مصرية		دولية		لا يهتم بجنسية الموقع	
	ت	%	ت	%	ت	%
الحكومية	**51**	34	**33**	22	**66**	44
الخاصة	**37**	25	**50**	33	**63**	42

يشير الجدول السابق إلى وجود اختلاف نسبي بين فئات الجامعات الحكومية والخاصة فيما يتعلق بجنسية الموقع؛ فنصف المبحوثين، تقريباً، من كلتا الفئتين، لا يهتم بجنسية الموقع، في حين يبحث ثلث طلاب الجامعات الحكومية، وربع طلاب الجامعات الخاصة، في المواقع المصرية، ويستخدم ثلث طلاب الجامعات الخاصة، وأقل من ربع الجامعات الحكومية، المواقع الأجنبية للحصول على معلومات حول مصر، وهي اختلافات غير ذات دلالة إحصائية حيث جاءت قيمة كا^2 7.459 عند مستوى معنوية0.05

السؤال رقم 5: ما هي دوافع تعرض الطلاب للمواقع الأجنبية الموجهة باللغة العربية؟

تصدرت الدوافع النفعية قائمة دوافع تعرض المبحوثين، حيث احتل دخول المواقع الإخبارية بدافع الحصول على أخبار المرتبة الأولى، بما يعكس أهمية المواقع الإخبارية لدى المبحوثين، وتتوافق هذه النتيجة مع طبيعة طلاب كليات الإعلام المفترض سعيهم إلى التزود بالمعلومات، وجاء دافع جمع المعلومات وفهم الأحداث وتشكيل المعارف في المرتبة الثانية، وهو ما يتفق مع دراسة (ميرال مصطفى 2014)، وكذلك دراسة (خالد صلاح الدين 2006)، اللتين أشارتا إلى أن الدوافع النفعية هي أهم أسباب مشاهدة المواد الإخبارية كما تتفق مع دراسة (حنان سليم

2008) التي أكدت أن الدوافع الوظيفية أهم أسباب تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام، وهي النتائج التي يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (8) دوافع استخدام شبكة الإنترنت (ن الحكومي 246، والخاص 231)

	الأخبار		المعلومات		رابط من موقع اجتماعي		بحكم العادة		التخلص من الملل	
	ت	%	ت	%	**ت**	%	**ت**	%	**ت**	%
الحكومية	**93**	38	55	22	**54**	22	**24**	10	**20**	8
الخاصة	**81**	35	50	22	**52**	23	**24**	10	**24**	10

ويلاحظ من الجدول السابق أن ربع المبحوثين من الفئتين، تقريبا، يدخل إلى المواقع الإخبارية من خلال رابط على مواقع التواصل الاجتماعي، بما يشير إلى أن الوسائط الاجتماعية تعمل كمروج للمواقع الإخبارية وليست منافساً لها، بحكم ما تتيحه من روابط على موضوعات منشورة على مواقع إخبارية.

يوضح الجدول اجمالي تكرارات أكبر من تكرار العينة، حيث أُتيح للبمحوثين فرصة اختيار أكثر من بديل، واتبعنا أسلوب حساب النسبة المئوية وفقا لتكرارات كل فئة منسوباً إلى اجمالي التكرارات، وهو ما يتكر في جدول رقم (11).

السؤال رقم 6: ما هي معايير مصداقية المادة الإخبارية بشكل عام؟

يوضح الجدول التالي معايير المصداقية لدى طلاب كليات الإعلام بالجامعات الحكومية:

جدول رقم (9) يوضح ترتيب معايير المصداقية لدى طلاب الجامعات الحكومية

الترتيب	العبارة	متفق بشدة	متفق	محايد	أرفض	أرفض بشدة	المتوسط الحسابي
11	لا تتبنى وجهة نظر رسمية وتعبرعن المواطن	57	44	30	16	3	3.89
9	تتمتع بحرية كبيرة	52	47	34	10	-	4,03
5	تتيح تعدد آراء مما يُسهل من فهم الموضوع	65	59	25	1	-	4.25
6	توفر مساحة للنقاش حول القضايا المختلفة	60	61	25	4	-	4.18
10	لديها امكانيات كبيرة	47	67	30	6	-	4.03
2	مراسلون ومحررون على درجة عالية من الكفاءة	75	51	21	2	1	4.31
8	الجرأة في تناول الموضوعات	54	59	29	6	2	4.05
7	استقلالية المؤسسة الإعلامية وعدم تبعيتها سياسيا	65	46	29	6	4	4.08
4	عرض جميع وجهات النظر	70	54	23	2	1	4.3
3	تعتمد على مصادر يمكن الوثوق بها	66	63	17	4	-	4.3
1	الفورية في نقل الأحداث	77	55	15	2	1	4.4

ويوضح الجدول التالي معايير المصداقية لدى طلاب الإعلام بالجامعات الخاصة

جدول رقم (10) معايير المصداقية كما يراها طلاب كليات الجامعات الخاصة

الترتيب	العبارة	متفق بشدة	متفق	محايد	أرفض	أرفض بشدة	المتوسط الحسابي
9	لا تتبنى وجهة نظر رسمية وتعبرعن المواطن	55	50	30	11	4	3.93
10	تتمتع بحرية كبيرة	51	58	23	14	4	3.92
2	تتيح تعدد آراء مما يُسهل من فهم الموضوع	60	61	21	7	-	4.15
8	توفر مساحة للنقاش حول القضايا المختلفة	45	71	4	8	2	4
7	لديها امكانيات كبيرة	55	56	29	9	1	4.03
6	مراسلون ومحررون على درجة عالية من الكفاءة	63	44	33	8	2	4.05
5	الجرأة في تناول الموضوعات	58	56	27	6	3	4.07
11	استقلالية المؤسسة الإعلامية وعدم تبعيتها سياسيا	36	57	36	14	7	3.67
4	عرض جميع وجهات النظر	67	49	20	9	5	4.1
3	تعتمد على مصادر يمكن الوثوق بها	60	61	22	3	4	4.1
1	الفورية في نقل الأحداث	78	59	9	2	2	4.4

يوضح الجدول صدارة معيار الفورية في نقل الأحداث لبناء مصداقية المبحوثين من طلاب الإعلام تجاه المواقع الإخبارية، وهو ما يتفق مع دراسة (ميرال مصطفى 2014) التي وجدت أن الفورية والدقة في نقل الأخبار يتصدران سمات المصداقية، وكذلك مع دراسة (هبة عبد الوهاب 2010) التي توصلت إلى أن الفورية والدقة والموضوعية أهم المعايير المشكلة للمصداقية في التغطية الإخبارية.

كما تصدر معيار ارتفاع مستوى المراسلين والمحررين، وموثوقية المصادر التي تعتمد عليها، وعرض جميع وجهات النظر، لصدارة مصداقية المادة الإخبارية في المواقع الأجنبية الصادرة باللغة العربية،إلا أن الجرأة في تناول الموضوعات جاءت في ترتيب متأخر، الثامن في الجامعات الحكومية، والخامس في الخاصة، وهو ما يختلف عن دراسة (نهى العبد 2009)، التي توصلت إلى أن الجرأة في التناول من أهم أسباب تفضيل المبحوثين للقنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية، في حين تراجع معيار عدم تبني وجهة نظر رسمية إلى ذيل القائمة في الجامعات الحكومية، كذلك تراجع معيار استقلالية المؤسسة الاعلامية وعدم تبعيتها سياسيا إلى ذيل القائمة لدى المبحوثين من طلاب كليات الإعلام بالجامعات الخاصة.

السؤال رقم 7: ما أكثر المواقع الإخبارية الأجنبية الصادرة باللغة العربية مصداقية لدى عينة الدراسة؟

اقتسم موقعي "سي إن إن" ، و"بي بي سي" الصدارة لكونهما أكثر المواقع الأجنبية مصداقيةً لدى طلاب الإعلام، تلاهما بفارق كبير موقع "الجزيرة"، فيما جاء موقع "دويتش فيلا" تاليا لدى طلاب الجامعات الحكومية" يتبعه موقع "هافنجتون بوست"، وتبادل الموقعان الترتيبالرابع والخامس لدى طلاب الجامعات الخاصة، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (11) مصداقية المواقع الإخبارية؛ ن = الخاصة 188 والحكومية 197

	BBC		CNN		DW		HP		JAZ	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الحكومية	**73**	40	**72**	40	**11**	6	**9**	5	**13**	7
الخاصة	**71**	40	**71**	40	**9**	5	**10**	5	**18**	10

السؤال رقم 8: ما أكثر المواقع الأجنبية الموجهة باللغة العربية تفضيلاً للتصفح لدى المبحوثين؟

توضح النتائج تصدر موقع "بي بي سي" قائمة تفضيل التعرض للمبحوثين من طلاب الجامعات الحكومية، بنسبة 44%، بينما كان موقع "سي إن إن" الأكثر تعرضا لدى طلاب الجامعات الخاصة بنسبة 42%، وجاء موقع "الجزيرة" أقل المواقع تعرضا من طلاب الجامعات الحكومية في حين جاء موقع "هافنجتون بوست" الأقل تفضيلا لدى طلاب الجامعات الخاصة، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ما عرف عن موقعي "بي بي سي" و"سي إن إن" بالمهنية في طَرق الموضوعات وافساح المجال لتعدد الآراء ووجهات النظر، وإلى كون الموقع أكثر مصداقية لدى الطلاب، كا ستؤكد نتيجة اختبار الفرض.

جدول رقم 12: المواقع الأكثر تعرضا من المبحوثين

	BBC		CNN		DW		HP		JAZ	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الحكومية	**86**	44	**80**	40	**12**	6	**11**	5	**8**	4
الخاصة	**69**	37	**78**	42	**16**	8	**11**	6	**14**	7

السؤال رقم 9: ما هي أسباب التعرض لهذه المواقع؟

تشير النتائج إلى تصدر المصداقية أسباب التعرض، في حين جاء تعدد الآراء في المرتبة الثانية، ولوحظ اختلاف بين طلاب كليات إعلام الجامعات الحكومية والخاصة فيما يأتي ثالثاً، حيث اختار طلاب الجامعات الخاصة سبب "عدم تبني وجهات النظر الرسمية"، وجاء "الانفراد وتقديم موضوعات لا يتم عرضها في مواقع اخرى" في المرتبة الثالثة لدى الجامعات الحكومية.

جدول رقم (13) يوضح أسباب تفضيل المبحوثين لهذه المواقع

	الحكومية		الخاصة	
أسباب التعرض	المتوسط	الترتيب	المتوسط	الترتيب
أكثر مصداقية	4.3	1	4.12	1
يتيح آراء متعددة	4.2	2	4.1	2
لا يتبنى وجهة نظر رسمية	3.7	3	3.8	4
تقديم موضوعات لا يتم عرضها في مواقع اخرى	3.6	4	3.9	3

سؤال رقم 10: ما أكثر المواقع الأجنبية الموجهة باللغة العربية سلبيةً لدى المبحوثين؟

تصدر موقع "الجزيرة" صدارة المواقع السلبية بين الفئتين، فيما توزعت السلبية بنسب صغيرة ومتقاربة بين المواقع الإخبارية الأخرى كما يوضح الجدول التالي:

جدول رقم (14) التوجه السلبي نحو المواقع الإخبارية

	غير محدد	"الجزيرة"	CNN	DW	BBC	H.P
الحكومية	24	106	7	5	5	3
الخاصة	27	103	5	4	6	5

وتفرض النتيجة السابقة تساؤلاً إضافياً، لم يكن في التساؤلات الأصلية، وهو: ما مدى تأثير التوجهات السلبية في التصنيف السلبي لموقع "الجزيرة"؟، ويوضح الجدول التالي أن السلبية في تصنيف موقع "الجزيرة" غير مرتبط بتوجه سياسي معين، فهي منتشرة بنسب متقاربة في الطلاب أيا كانت توجهاتهم السياسية، بل ولوحظ هذا التوجه السلبي بين أصحاب التيار المحافظ بنسبة بلغت ضعف نسبة تمثيل هذا التيار بين عينة المبحوثين، فيما لم يقم 44 من طلاب الجامعات الحكومية و47 من طلاب الجامعات الخاصة بتحديد خياراتهم عن هذا السؤال بنسبة تقترب من 30 %من الفئتين.

جدول رقم (15) يوضح التوجهات السياسية لمن صنف "الجزيرة" كأكثر قناة سلبية

	لا يتبنى توجه		وسط		ليبرالي		محافظ		المجموع
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
الحكومية	**70**	66	**15**	14	**10**	9	**11**	10	106
الخاصة	**63**	61	**26**	25	**10**	10	**4**	4	103

ثانيا: نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الإعلام في التعليم الجامعي الحكومي والخاص من حيث معايير المصداقية المدركة لديهم.

بتطبيق اختبار Z على جدولي رقم (9)، و(10) الخاصين بمعايير المصداقية لدى طلاب الجامعات الحكومية والخاصة، أوضحت قيم الاختبار عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نسب تكرارات طلاب الجامعات الجكومية والخاصة في معايير المصداقية المدركة حيث تراوحت القيم ما بين (0.173) إلى (0.866)، وهي قيم غير دالة عند أي مستوى من مستويات الدلالة؛ وبالتالي لم يثبت صحة الفرض، ويتم

تبني الفرض البديل بعدم وجود فروق ذات دلالة بين طلاب كليات الإعلام في الجامعات الحكومية والخاصة فيما يتعلق بمعايير المصداقية المدركة لديهم.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تعرض المبحوثين للمواقع الإخبارية الصادرة باللغة العربية والمصداقية المدركة للموقع.

بتطبيق معامل بيرسون على جدولي رقم (11) الخاص بمصداقيةالمواقع، و(12) الخاص بالتعرض بهذه المواقع، أظهر التحليل الاحصائي وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين تعرض المبحوثين للموقع والمصداقية المدركة له، حيث كانت قيمة المعامل (0.581)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.05)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسات عدة منها (حنان سليم 2008) حول العلاقة الإيجابية بين كثافة استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام وإدراكهم لمصداقيتها.

الفرض الثالث: يميل الطلاب عينة الدراسة في طبيعة استخدامهم للمواقع الإخبارية الأجنبية الصادرة باللغة العربية إلى الاستخدامات المعرفية في مقابل الاستخدامات ذات الطابع الطقوسي.

ثَـبُتت صحة الفرض، باستخدام تحليل التباين على الجدول رقم (8) الخاص بدوافع استخدام شبكة الإنترنت، بلغت قيمة ف (6.14) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.05، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (16) طبيعة استخدامات المواقع الإخبارية

الاستخدام	%	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة
استخدامات معرفية	60	0.430	0.013	6.14	دال 0.05
استخدامات طقوسية	40	0.879	0.045		

وهو ما يمكن تفسيره بأن المصداقية مرتبطة بالمنفعة ولكن الدوافع الطقوسية كالتعود والتسلية لا ترتبط بالمصداقية، فربما يتصفح شخص موقعاً لا يثق فيه لمجرد التسلية، أو لقضاء الوقت، أو لمجرد الدخول اليه من رابط على شبكة التواصل الاجتماعي، وتختلف هذه النتيجة عن دراسة (خالد صلاح الدين 2011) التي توصلت إلى تراجع الاستخدامات المعرفية إلى ذيل استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، ولكن النتيجة تتفق مع دراسة (نوره حمدى محمد أبو سنة 2014) التي توصلت إلى تفوق الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية لدى الشباب في استخدامه لتطبيقات الهواتف الذكية.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث تأثير

المستوى الاقتصادي والاجتماعي في الجامعات الحكومية والخاصة على المصداقية المدركة لديهم.

جدول رقم (17) المستوى الاقتصادي والاجتماعي في الجامعات الحكومية والخاصة

مستوى الدخل	الحكومية		الخاصة		الإجمالي	قيمة ($كا^2$)	مستوى الدلالة
	ت	%	ت	%			
عادي	**18**	12	**12**	8	30	11.4	غير دال
متوسط	**50**	33	**46**	31	96		
مرتفع	**82**	55	**92**	61	174		
الإجمالي	**150**	100	**150**	100	300		

يوضح الجدول السابق أن قيمة $كا^2$ بلغت 11.4 عنددرجة حرية 2 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05 بما ينفي صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجامعات الحكومية والخاصة فيما يتعلق بمستوى الدخل، وهو ما يتفق مع دراسة (وسام نصر 2010) التي توصلت إلى عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين؛ من حيث درجة مصداقية وسائل الإعلام المصرية الحكومية والخاصة في تناول أزمة وباء انفلونزا الخنازير، وفقا للخصائص الديموجرافية مثل العمر والمستوى التعليمي والدخل، ويختلف مع دراسة (وليد النجار 2011) التي وجد فيها فروق دالة بين مستوى دخل الفرد ومصداقية وسائل الإعلام.

الخاتمة والتوصيات

تناولت هذه الدراسة ظاهرة منتشرة وهي الاعتماد على مواقع الأخبار الأجنبية الصادرة باللغة العربية ، وهو ما دفع الباحث إلى تناول مصداقية هذه المواقع، خاصة لدى طلاب كليات الإعلام، في ضوء تزايد عددها، وتماشيا مع الاهتمام العالمي المتزايد بدراسة المصداقية.

وتبنت الدراسة مدخل التماس المعلومات كإطار نظري للمساعدة على فهم أسباب لجوء طلاب كليات الإعلام الى المواقع الإخبارية الأجنبية، حيث توصلت الدراسة إلى تأكيد بعض الافتراضات النظرية، مثل العلاقة بين جودة المعلومات وسهولة الوصول اليها، وكذلك الافتراض الخاص بوجود علاقة بين التماس المعلومات على المواقع الإخبارية والدوافع النفعية للمبحوثين.

أُجريت الدراسة باستخدام استمارة استبيان لعدد (300) مفردة، مناصفة بين الجامعات الحكومية والخاصة، وتم إجراءها عن طريق المقابلة الشخصية حيث توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج العامة منها تصدر الإنترنت قائمة الوسائل الإعلامية الأكثر مصداقية، والأكثر توجها إليها من قبل المبحوثين، بشكل يومي للحصول على المعلومات والأخبار، .

غير أن النتائج كشفت عن غياب أهمية جنسية الموقع، إذا كان مصرياً او دولياً، عند الدخول عليه او تصور مصداقية له، وهي نتيجة تحتاج إلى مزيد من الدراسات

لاستكشاف تأثيرات ذلك، ومدى تسببه في اغتراب طلاب كليات الاعلام والكشف عن أسبابه الحقيقية.

وأوضحت نتائج الدراسة الميدانية تصدر معايير "الفورية في نقل الأحداث"، و"ارتفاع مستوى المراسلين والمحررين"، و"موثوقية المصادر التي يعتمد عليها الموقع"، و"عرض جميع وجهات النظر"، لصدارة العوامل المؤثرة في زيادة مصداقية المادة الإخبارية في المواقع الأجنبية الصادرة باللغة العربية، في حين تراجع معيار "عدم تبني وجهة نظر رسمية" إلى ذيل القائمة لدى الطلاب بالجامعات الحكومية، بينما تراجع معيار "استقلالية المؤسسة الاعلامية وعدم تبعيتها سياسياً" إلى ذيل القائمة لدى المبحوثين من طلاب كليات الإعلام في الجامعات الخاصة.

و اقتسم موقعي "سي إن إن" ، و"بي بي سي" الصدارة ككونهما أكثر المواقع الأجنبية الصادرة باللغة العربية مصداقيةً لدى طلاب الإعلام، في حين جاء إجماع طلاب الإعلام في الفئتين على سلبية موقع "الجزيرة"، وهي السلبية التي ثبت عدم ارتباطها بأي توجه سياسي لدى المبحوثين من الطرفين.

وفيما يتعلق بالعلاقة بين المتغيرات، فقد توصلت الدراسة إلى عدم وجود فرق معنوي دال إحصائياً بين طلاب كليات الإعلام في الجامعات الحكومية والخاصة، فيما يتعلق بمعايير المصداقية، كما ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تعرض المبحوثين للمواقع الإخبارية الصادرة باللغة العربية والمصداقية المدركة للموقع، وثبت صحة الفرض القائل بميل الطلاب عينة الدراسة في طبيعة استخدامهم للمواقع الإخبارية الأجنبية الصادرة باللغة العربية إلى الاستخدامات المعرفية في مقابل الاستخدامات ذات الطابع الطقوسي، فيما لم تثبت صحة الفرض الخاص بوجود تأثير للمستوى الاقتصادي والاجتماعي على طلاب كليات الإعلام في الجامعات الحكومية والخاصة.

في ضوء ما توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج؛ يوصي الباحث بإجراء دراسات تقيس مدى اعتماد الشباب على المواقع الإخبارية في الحصول على المعرفة، والآثار النفسية والمعرفية والسلوكية، الايجابية منها والسلبية، الناتجة عن استخدام المواقع الإخبارية الأجنبية الصادرة باللغة العربية.

كما توصي الدراسة بأهمية العمل على تكامل البرامج الاكاديمية في أقسام الإعلام في الجامعات الحكومية والخاصة، بما يتيح توعية الطلاب بأهمية وكيفية بناء المصداقية في العمل الإعلامي.

*المحكمون هم :

أ.د مرفت الطرابيشي، رئيس قسم الصحافة كلية الإعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

أ.م. د. نشوة عقل أستاذ مساعد كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.م. د. رضا عكاشة ،استاذ مساعد كلية الإعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

د. مصطفى عبد الفتاح، مدرس بكلية الإعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

مراجع الدراسة:

- **أولاً: المراجع العربية:**
- أيمن ابو زيد 2006: اعتماد المشاهد المصري على القنوات الفضائية خلال الأزمات رسالة ماجستير غير منشورة جامعة القاهرة كلية الإعلام.
- أيمن محمود موسي 2006: اعتماد المشاهد المصري على القنوات الفضائية خلال الازمات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة كلية الإعلام.
- حنان سليم 2008: مصادقية الأخبار في وسائل الإعلام لدى الجمهور الالماني، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر بعنوان الإعلان بين الحرية والمسئولية 1-3 يوليو.
- خالد صلاح الدين 2006: مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور، في، المجلة المصرية لبحوث الإعلام العدد 26 يناير مارس.
- خالد صلاح الدين 2011: اتجاهات الشباب المصري نحو شبكات التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية في اطار نظرية الثراء الإعلامي، في المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد 10 ، عدد 4 يوليو/ ديسمبر
- داليا ابراهيم الدسوقي المدبولي 2014: التماس المعلموات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمصداقية المضمون لدى دارسي الإعلام التربوي بالجامعات المصرية، في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 49 ديسمبر، ص ص 389- 433.
- داليا عثمان 2012: المعالجة الإخبارية للقضايا السياسية العربية في القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة كلية الإعلام.
- عزة عبد العظيم 2006: مصداقية مصادر الأخبار بين الجمهور الإماراتي، في المجلة المصرية لبحوث الرأي العام المجلد السابع- العدد 2- يونيو ديسمبر، صص 445-496.
- فاطمة شعبان 2011: المعالجة الإخبارية لقضايا الشرق الاوسط السياسية والامنية، دراسة مقارنة بين قنوات الحرة الامريكية، والعالم الإيرانية، والنيل للأخبار المصرية، رسالة دكتوراة غير منشورة جامعة القاهرة كلية الإعلام.
- فاطنمة الخطيب 2010: المعالجة الإعلامية للقضايا المصرية في القنوات الفضائية الإخبارية الدولية الناطقة باللغة العربية وتأثيرها على ترتيب أولويات الشباب الجامعي المصري نحو القضايا، رسالة دكتوراه غير منشورة جامعة عين شمي، كلية الآداب.
- ماجدة مراد 2008: مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية وعلاقتها برؤية النخبة الجامعية المصرية لحرية الإعلام ، في المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، جامعة عين شمس- كليةالتربية النوعية العدد السادس ابريل.
- محمد المنصور2012: تأثير شبكات التواصل الاجتامعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعيية والمواقع الإلكترونية، العربية نموذاجا، رسالة ماجستبر، الاكاديمة العربية في كوبنهاجن كلية الاداب والتربية، متاح على الرابط الرابط التالي www.aoacademy.com/docs/masterdegreelettermoammadalmansour02022012.doc.4/6/2012.5:34pm زيارة في أبريل 2016.
- مصطفى سيد عبد اللاه الجزيري ومحمودأحمد لطفي السيد، ونوره عبد الله محمود 2013: استخدامات المرأة الصعيدية للشبكات الاجتماعية وتأثيره في مشاركتها في الانتخابات الرئاسية 2012 –دراسة ميدانية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الدولي التاسع عشر: الإعلام ونشر ثقافة الديمقراطية، جامعة القاهرة كلية الإعلام أبريل.
- ميرال مصطفى 2014: مصداقية القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية لدى الجمهور المصري، في المجلة المصرية لبحوث الإعلام العدد 49 ديسمبر. ص ص 619- 662
- نرمين خضر 2014: اتجاهات الرأي العام المصري في المجتمع الافتراضي نحو الموقف الأمريكي الرسمي من ثورة 30 يونيو في المجلة المصرية لدراسات الإعلام، العدد 49، ص ص 801-862

- نها عبد المقصود غالي، وإسلام احمد عثمان 2014 : العلاقة بين التعرض للفضائيات المصرية خلال الفترة الانتقالية الأولى والاتجاه نحو الإعلانات الدستورية، في المجلة المصرية لدراسات الإعلام، العدد 49، ص ص 665
- نهى العبد 2009: اعتماد الرأي العام العربي على القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية في أوقات الأزمات، ورقة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الخامس لشعبة علوم الإعلام بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام بعنوان اخلاقيات ممارسة العلم الإعلامي 26-27 مايو 2009 صص 227-309.
- نوره حمدى محمد ابو سنة 2014: استخدام الشباب السعودي للهواتف الذكية والاشباعات المحققة منها، في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد 47 أبريل يونيو.
- هالة بغدادي 2007: المتغيرات المؤثرة على تغطية القضايا العربية في القنوات الفضائية الإخبارية العربية رسالة دكتوراة غير منشورة ، جامعة القاهرة كلية الإعلام.
- هبة عيد الوهاب 2010: مستويات مصداقية القنوات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفوة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
- وسام نصر 2010: مصداقية وسائل العلام المصرية الحكومية والخاصة أثناء الأزمات، في، المجلةالمصرية لبحوث الرأي العام، المجلد العاشر، العدد الأول، يناير يونيو.
- وفاء ثروت 2006: اعتماد الجمهور على التليفزيون المصري أثناء الأزمات بالتطبيق على حادث شرم الشيخ في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 26، بنيابر مارس ص ص 479-516
- وليد النجار 2011: مصداقية المواقع الصحفية الإلكترونية وعلاقتها بدرجة الاعتما عليها كما يراها جمهور الصفوة الإعلامية المصرية، في، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 37، يناير –يونيو، صص 377-489.

ثانيا المراجع الأجنبية:

- Cheryl Campanula, 2006: Perceived Source Credibility of local television news: the impact of television form and presence, in Journal of broadcasting and electronic media, Vol. 5, No. 4.
- Debra Burns, 2008: News on the Net, Communication Research, Vol. 35, No, 2.
- Delong Joshua, 2008: Proximity and Framing in news media: effects on credibility, bias, recall and reader intentions, paper presented to the annual convention of the international communication association, Chicago.
- Erik Nesbit, 2012: Mediated Public Diplomacy: Satellite TV News, International Communication Gazette VOl.74, No.8.
- Ienhart, Amanda et al.2010: Social media & mobile use among teens and young adults, Pew research center, available at http://pewinternet.org/reports/2010/social-media-and-young-adults.aspx, Visited October 2016
- John, Thomas J. & Kaye, Barbara K., 2014: Site Effects: How Reliance on Social Media influence confidence, in the government and New MediaIn Social Sciences Computer Review, July 3
- Michael Salwan,2005: Digital Media, Youth & Credibility New Jersey, Lawrence Erlbaum Association
- Miriam Metzger, 2003: Credibility for the 21st Century. New Jersey. Lawrence Erlbaum Association
- Ohanian Roobina, 1990: Construction and validation of a Scale to Measure Celebrity Endorser's Perceived Expertise, Trustworthiness and Attractiveness, Journal of Advertising, no.19.

- Qingjiang Q. J. Yaoa, David D. Perlmutterc, Josie Zhaoxi Liu, 2016: What are shaping the ethical bottom line?: Identifying factors influencing young readers' acceptance of digital news photo alteration, available at http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0736585315300435 . Visited 20 January 2017.
- Seo Hyujin, 2008: Journalists perceptions of source credibility and the media's 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.
- Silvia Knoblauch, 2007: News Cues: Information scent and cognitive heuristics, In, Journal of the American Society for International Science and Technology, Vol.58. No.3 pp.340-378
- Syed Saad, 2012: Credibility of TV news in a developing country: The case of Bangladesh, In Journalism and mass communication Quarterly, Vol.89 No.1
- Syrdal H.A., Bok S. 2017: An Extended Abstract: What Drives Consumer Behaviors Expressed on Social Media? An Examination of Engagement and Source Credibility. In: Stieler M. (eds) Creating Marketing Magic and Innovative Future Marketing Trends, New York, Routledge.
- Thomas Johnson 2008: The CNN of the Arab World, International Communication Gazette, Vol. 49, No. 1 PP 338-360.
- Tien Lee, 2005: the liberal Media Myth revisited, an examination of factors influencing perceptions of media bias, In, Journal of Broadcasting and Electronic Media Vol.49, No. 1, pp.43-64
- Tom Heath, 2008: Information seeking on the web with trusted social netwoks-from theory to systems, Knoweldge Media Institute, LA, University of South California.