

## Opinions of Saudi elites towards the credibility of electronic press sites and their relationship to degree of dependency

Norah Saleh Almarzouqi

King Abdulaziz University || KSA

**Abstract:** The study aimed to identify the credibility level of electronic press sites and their correlation with the reliability level as seen by the Saudi elite. To verify the aim, the study followed the descriptive approach. The study sample consisted of (102), representing the audience of the Saudi academic elite and media who use Internet as general and electronic press sites in particular, (Media faculty members of Saudi universities), the study was applied to the Saudi newspaper websites such as (Okaz newspaper, Middle East newspaper, Riyadh newspaper, and Sabk newspaper).

The researcher conducted special criteria for the study of website reliability standards of the newspaper. The field study, survey applying, and data collection were conducted in October and November 2018.

This study showed the following results: There is a statistically significant correlation between the exposure intensity of the Saudi elite to the study sample websites and their reliability level on it. This means that the greater the exposure of the Saudi elite to the electronic press sites, the greater the level of their reliability on it, and proved a statistically significant correlation between the intensity of the exposure of the Saudi elite to the electronic press sites of the study sample and the credibility level. It also showed a significant correlation between the intensity of the exposure of the Saudi elite to the website's contents of the study press sample and the motivations of its pursuance in the future.

The study concludes a number of recommendations, the most important of which is that the press websites should be concerned with the standard of interaction in terms of communication with the author, and conduct studies on the contact persons who working in the field of newspaper websites to find out the most important pressures and factors affecting their credibility of transferring information.

**Keywords:** Credibility- Journalism- Websites- Academic Elite- Saudi Arabia.

## مصداقية المواقع الصحفية الإلكترونية لدى النخبة الأكاديمية السعودية

نوره بنت صالح المرزوقي

جامعة الملك عبد العزيز || المملكة العربية السعودية

**المخلص:** هدفت الدراسة إلى التعرف على درجة مصداقية المواقع الصحفية الإلكترونية وعلاقتها بدرجة الاعتماد عليها كما تراها النخبة السعودية، وللتحقق من الهدف اتبعت الدراسة المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من (102) مفردة ممثلة في جمهور النخبة الأكاديمية السعودية المستخدمة للإنترنت بصفة عامة والمواقع الصحفية الإلكترونية بصفة خاصة (أعضاء هيئة تدريس الإعلام بالجامعات السعودية)، وتم التطبيق على المواقع الإلكترونية للصحف السعودية الآتية (صحيفة عكاظ - صحيفة الرياض - صحيفة الشرق الأوسط- صحيفة سبق).

وانشأت الباحثة المقياس الخاص بالدراسة لمعايير مصداقية مواقع الصحف الإلكترونية، وتم إجراء الدراسة الميدانية وتطبيق المسح وجمع البيانات على مدار شهر أكتوبر، نوفمبر من عام 2018.

وأوضحت النتائج الدراسة الآتي: وجود علاقة دالة إحصائياً بين كثافة تعرض النخبة السعودية للمواقع الصحفية الإلكترونية عينة الدراسة ودرجة اعتمادهم عليها، وهذا يعني أنه كلما زاد تعرض النخبة السعودية للمواقع الصحفية الإلكترونية كلما زاد درجة اعتمادهم عليها، وتوصلت إلى وجود علاقة دالة إحصائياً بين كثافة تعرض النخبة السعودية للمواقع الصحفية الإلكترونية عينة الدراسة ودرجة مصداقيتها، بمعنى أنه كلما زادت مصداقية المواقع الصحفية الإلكترونية عينة الدراسة كلما أدى ذلك إلى زيادة تعرض النخبة السعودية لها، وأثبتت وجود ارتباط دال بين كثافة تعرض النخبة السعودية لمضامين المواقع الصحفية الإلكترونية عينة الدراسة وبين دوافع متابعتها مستقبلاً.

واستناداً لنتائج الدراسة قدمت الباحثة عدداً من التوصيات أهمها أنه يجب على المواقع الصحفية الإلكترونية أن تهتم بمعيار التفاعلية من حيث التواصل مع الكاتب، وإجراء دراسات حول القائمين بالاتصال العاملين في مجال مواقع الصحف الإلكترونية لمعرفة أهم الضغوط والعوامل المؤثرة على مصداقية نقلهم للمعلومات.

الكلمات المفتاحية: المصداقية - الصحافة - المواقع الإلكترونية - النخبة الأكاديمية - السعودية.

## المقدمة:

اتفق العلماء والباحثون على أن الاتصالات الإلكترونية أصبحت من أبرز ظواهر المجتمع المعاصر في أوائل الألفية الثالثة، فظهور الإعلام الجديد أو الإعلام الرقمي قد أدى لوجود العديد من تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية، وأعاد تشكيل العمل الاتصالي والإعلامي في المجتمعات المعاصرة، ولم تعد قوة الإعلام الجديد قاصرة على مجرد خاصية التفاعل والتي تسمح للمرسل والمتلقي بتبادل الأدوار، ولكن امتد الدور ليحدث ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي متعدد الوسائط، والذي يشتمل على النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو، وتزايد نمو استخدام شبكة الاتصالات العالمية- الإنترنت - وتضاعف عدد مستخدميها، وأصبح وجودها يقلل من نجاح النظم الشمولية.(الجوهري، 2000، صفحة ص425)

ولقد أصبحت دراسة مصداقية وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية من الموضوعات البحثية المهمة لفهم مجال الاتصال والإعلام خاصة مع اتساع نطاق الجدل مع ما يشهده العالم العربي من تطورات وأزمات متلاحقة شكلت تحدياً لوسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية في تناول هذه الأحداث بما يتفق وقواعد وحدود المعايير الإعلامية والأخلاقية، وعليه تعد مصداقية وسائل الإعلام أحد العناصر المهمة في تقييم الأداء الإعلامي على مختلف الوسائل الإعلامية، ووفق الأساليب المختلفة لقياسها، ولكافة الأحداث والقضايا التي تتصدى هذه الوسائل لمعالجتها. ويُعد المجال الإلكتروني العام على شبكة الإنترنت مجالاً عاماً ثرياً لكل مستخدميه كما أنه أتاح الآليات التي جعلت من منتج الرسالة مستهلكاً لها، واحتضنت مختلف الانتماءات والرؤى والمعتقدات الفكرية والسياسية المختلفة، وهو الأمر الذي يمكن أن يكون مبرراً مقنعاً لتنوع استخدامات النخبة مع اختلاف نوعها لهذا الوسيط الشبكي.

ويمكن النظر إلى العلاقة بين النخبة ووسائل الإعلام (تقليدية - إلكترونية) علاقة تبادلية ذات شقين، الشق الأول هو دور وسائل الإعلام في حياة النخبة باعتبارها إحدى قنوات الحصول على المعلومات والتثقيف والترفيه، أما الشق الثاني فيتعلق بتأثير النخبة في وسائل الاتصال باعتبارها مصدراً مهماً ومحوراً من محاور الأخبار وأحد الروافد الأساسية لإثرائها فكرياً. (Domke, 2000, p. 395)

وتعتبر دراسة العوامل المؤثرة في مصداقية وسائل الإعلام الإلكترونية لدى الجمهور عامة وجمهور النخبة خاصة ذات أهمية بالغة، خاصة في ظل المنافسة الشديدة من جانب وسائل الإعلام وطبيعة الأحداث التي تتميز بالسرعة في التغطية الإخبارية، حيث يعد الاعتماد على تلك الوسائل ومدى الثقة فيها في غاية الخطورة وخاصة عندما يتعرض الأفراد لمعلومات متضاربة حول الأحداث المختلفة من خلال التعرض للعديد من المضامين الإعلامية،

ومن ثم جاءت الدراسة الحالية للتعرف على مصداقية المواقع الصحفية الإلكترونية لدى النخبة الأكاديمية السعودية.

#### مشكلة الدراسة:

من خلال الملاحظة ومتابعة التراث العلمي في ظل عصر تكنولوجيا المعلومات، ظهر اعتماد درجة كبيرة من الجمهور القارئ للصحف على المواقع الصحفية الإلكترونية وذلك بالنسبة للجمهور عامة وجمهور النخبة بصفة خاصة، إضافة إلى وجود ندرة في الدراسات الإعلامية (في حدود علم الباحثة) التي تتناول درجة الاعتماد على تلك المواقع الصحفية الإلكترونية ودراسة المصداقية بها.

لذا تتركز مشكلة الدراسة حول مصداقية المواقع الصحفية الإلكترونية لدى النخبة الأكاديمية السعودية

#### تساؤلات وفروض الدراسة

##### أولاً- تساؤلات الدراسة:

- 1- ما أنماط تعرض جمهور النخبة السعودية عينة الدراسة للمواقع الصحفية الإلكترونية؟
- 2- ما مدى اعتماد النخبة السعودية على المضامين التي تقدمها المواقع الصحفية الإلكترونية؟
- 3- إلى أي مدى تثق النخبة السعودية في المضامين التي تقدمها المواقع الصحفية الإلكترونية؟
- 4- ما أنواع التأثيرات المترتبة على متابعة النخبة السعودية لمضامين المواقع الإلكترونية؟

##### ثانياً- فروض الدراسة:

- الفرض الأول: توجد علاقة بين كثافة تعرض النخبة الأكاديمية السعودية للمواقع الصحفية الإلكترونية ودرجة اعتمادهم عليها.
- الفرض الثاني: توجد علاقة بين كثافة تعرض النخبة الأكاديمية السعودية للمواقع الصحفية الإلكترونية وارتفاع درجة المصداقية بها.
- الفرض الثالث: توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في معدل ثقة المبحوثين في مضامين المواقع الصحفية الإلكترونية باختلاف خصائصهم الديموجرافية (النوع - السن)

##### أهمية الدراسة:

1. أهمية قطاع النخبة كأحد وأبرز قطاعات المجتمع المنوطة بصياغة وتشكيل الرأي العام وتأثيرها المزدوج في وسائل الإعلام من جهة وفي الجمهور من جهة أخرى، حيث يمثل العنصر النشط في عملية إدراك واستيعاب المعارف والمعلومات نظراً لما يتسم به من سمات ثقافية ومعرفية، إضافة إلى درجة انفتاحه على مصادر المعلومات المختلفة سواء المحلية أو الدولية أو العالمية.
2. ندرة الأبحاث والدراسات التي أجريت (في حدود علم الباحثة) عن مصداقية المواقع الصحفية الإلكترونية من حيث (الوسيلة - الرسالة - القائم بالاتصال)، وندرة الدراسات التي تناولت جمهور النخبة في علاقتها بوسائل الإعلام التقليدية وغير التقليدية حيث لم تحظ هذه الفئة باهتمام كبير من جانب البحوث العربية في مجال الإعلام، إذ تم التركيز على الجمهور العام.

#### أهداف الدراسة:

1. التعرف على أنماط تعرض جمهور النخبة الأكاديمية السعودية للمواقع الصحفية الإلكترونية.
2. التعرف على درجة اعتماد النخبة السعودية على المضامين التي تقدمها المواقع الصحفية الإلكترونية
3. معرفة مدى اسهام المواقع الصحفية الإلكترونية في تشكيل التأثيرات المترتبة على متابعة النخبة السعودية لمضامينها.
4. التعرف على درجات الثقة في المضامين التي تقدمها المواقع الصحفية الإلكترونية.

#### التعريفات الإجرائية:

1. الاتجاه:  
نظام أو تنظيم ثابت من عناصر المعرفة والشعور والميل أو الاستعداد السلوكي نحو موضوع أو موقف أو شخص أو شيء معين ويؤدى بصاحبه إلى الاستجابة بشكل تفضيلي.
2. النخبة:  
هي جماعة من الأفراد يمتلكون خصائص مميزة تجعلهم أكثر قدرة على التميز في أداء أدوار شديدة الأهمية في حياة مجتمعاتهم ولاسيما مجال توجيه المجتمع واتخاذ القرارات السيادية.
3. النخبة الاكاديمية السعودية: أعضاء هيئة تدريس الإعلام بالجامعات في المملكة العربية السعودية.
3. المصادقية:  
هي نوع من المعالجة المهنية والثقافية والأخلاقية للمادة الصحفية بحيث يتوافر فيها كل أبعاد الموضوع والاتجاهات المطروحة حوله بطريقة متوازنة تستند على شواهد وأدلة ودقة في عرض المعلومات وفصلها عن الآراء الشخصية التي ينبغي أن تعلن بوضوح وصراحة وتتجرد من الأهواء والمصالح الخاصة.
4. مواقع الصحف الإلكترونية:  
نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني، الإنترنت وشبكات المعلومات، تستخدم فيه الفنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافاً إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة.

## 2- الدراسات السابقة

وقد تم تقسيم الدراسات السابقة إلى ثلاثة محاور والتي يتم عرضها على النحو التالي:  
أولاً: الدراسات التي تناولت المواقع الإلكترونية.  
ثانياً: الدراسات التي تناولت قياس مصادقية الإنترنت.

### المحور الأول: الدراسات التي تناولت المواقع الإلكترونية.

في هذا المحور يتم طرح أهم الدراسات التي تناولت المواقع الإلكترونية، وقد لوحظ قلة الدراسات سواء العربية أو الأجنبية التي اهتمت بقياس علاقة النخبة بالمواقع الإلكترونية على وجه الخصوص، وتناولت دراسات هذا المحور العديد من البنود مثل أخلاقيات المواقع الإلكترونية، ومعالجتها لبعض القضايا، والأساليب الإقناعية التي تستخدمها، ودورها المهم في عرض بعض الأحداث، ومن هذه الدراسات دراسة البطل (2018) التي عُيّنت بالكشف عن الأساليب الإقناعية والاستمالات المتوفرة في مواقع الصحف الإلكترونية، وكذلك المقارنة بين أساليب التصميم المختلفة للصحف الإلكترونية المصرية، وتوصلت الدراسة إلى سعى هذه المواقع الإلكترونية إلى زيادة مصداقيتها عن

طريق التحديث الفوري للأحداث والموضوعات، واستخدامها لأنواع الاستمالات المختلفة العقلية والعاطفية ومعينات بصرية.

وفي اطار اهتمام المواقع الإلكترونية بالفنون الصحفية رصدت دراسة اليازوري (2017) مدى اهتمام المواقع الإخبارية الفلسطينية بفن المقال الصحفي، وتحليل مضمونه للتعرف على أنواعه وخصائصه، وبنائه الفني، وقضاياه وموضوعاته، وكتّابه، ومصادر معلوماته، وتوصلت الدراسة إلى تباين اهتمام مواقع الدراسة (مواقع "معا، وفلسطين اليوم، والمركز الفلسطيني للإعلام، و"وفا") بالمقالات الصحفية، ، وحظي المقال التحليلي على المرتبة الأولى في مواقع الدراسة، وحظيت القضايا السياسية على أعلى نسبة متابعة، ولم توضح مواقع الدراسة مصدر العديد من المقالات التي تنشرها.

وتم رصد دراسات اهتمت بمعالجة المواقع الإلكترونية لبعض القضايا، مثل دراسة الشريف (2017) التي حاولت التعرف على طبيعة معالجة المواقع الفلسطينية الإلكترونية الإخبارية لحصار غزة، ورصد الموضوعات التي سعت إلى ابرازها، وعرض الأساليب الإقناعية المستخدمة لموضوعات الحصار مع مصادرها الصحفية، والخدمات التفاعلية التي صاحبت المواد الخيرية، وتوصلت الدراسة إلى أن القضايا الاجتماعية تصدرت اهتمام مواقع الدراسة الأربعة (موقع وكالة معاً الإخبارية، موقع وكالة الأنباء والمعلومات وفا، موقع وكالة فلسطين اليوم الإخبارية، موقع وكالة فلسطين الآن الإخبارية) تلاها القضايا السياسية ثم الاقتصادية، كما أولت مواقع الدراسة اهتماماً كبيراً بأسلوب سرد المعلومات، وجاءت الصورة الصحفية في مقدمة الوسائط المتعددة التي استخدمتها المواقع في عرض موضوعات الحصار تلاها الفيديو.

وتوصلت دراسة عيد (2016) والتي هدفت إلى التعرف على العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية، من خلال تسليط الضوء على الواقع المهني للقائمين بالاتصال، إلى أن استخدام تكنولوجيا الاتصال له آثار إيجابية على القائمين بالاتصال بنسبة، ومنها سرعة الحصول على المعلومات، وسرعة إنجاز المهام الصحفية، كما أوضحت الدراسة أن أهم الضغوط التي يتعرض لها القائمون بالاتصال عدم تناسب الدخل مع طبيعة العمل، وتعدد مهام العمل.

#### المحور الثاني: الدراسات التي تناولت قياس مصداقية الإنترنت.

تعددت الدراسات التي تناولت مصداقية وسائل الإعلام الجديد خاصة المواقع الإلكترونية حيث تناول بعضها مصداقية مضامين هذه المواقع، وكيفية إدراك الجمهور لمستوى المصداقية، وهناك من تناول تقييم الجمهور لعناصر المصداقية في الإعلام التقليدي والجديد، حيث اهتمت دراسة التوام (2018) بمصداقية المواقع الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية، ومدى تقييمهم ومدى توافر معايير ومؤشرات المصداقية، ومعدل استخدام النخبة لهذه المواقع وعلاقة ذلك بالتنافر المعرفي للنخبة، وتوصلت إلى أن موقع اليوم السابع جاء في الترتيب الأول من حيث درجة المصداقية، وأن النخبة أعتمدت على التوجه الأيديولوجي في الحكم على مصداقية الأخبار، واتجهت دراسة (2017) Miliany إلى استكشاف اتجاهات الشباب السعودي لبعض قضايا الشبكات الاجتماعية ومنها المصداقية، والخصوصية، وتوصلت الدراسة إلى عدم ثقة الطلاب السعوديين في المعلومات الموجودة على مواقع الشبكات الاجتماعية، وأن هناك قلق في خصوصية استخدام هذه المواقع.

وهدف دراسة محمود (2017) إلى التعرف على تأثير العوامل الديموغرافية والسمات والخصائص الفردية والشخصية والعوامل التكنولوجية والشكلية في إدراك الجمهور والقائم بالاتصال لمصداقية المواد الصحفية المقدمة في البوابات الإخبارية الإلكترونية المصرية، ذات نظم الملكية المختلفة (قومية- خاصة- حزبية)، وطبيعة علاقتها

بالقارئية خلال عام 2016، واستنتجت أن موقع بوابة إلكترونية مصرية تصدر الترتيب الأعلى فيما يتصل بالقارئية، وهذا ليس له علاقة بمصداقية محتواها، كما تصدرت مواقع البوابات الإخبارية المصرية على الإنترنت أعلى ترتيب في وسائل الإعلام المختلفة من حيث درجة ثقة المبحوثين فيها، كما سعت دراسة جربوع (2017) إلى التعرف على مصداقية الأخبار المحلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية لدى طلبة الإعلام في جامعات محافظات غزة، وخلصت نتائج الدراسة إلى وجود ثقة بدرجة متوسطة في الأخبار المحلية المنشورة في المواقع الإخبارية الفلسطينية، ونتج عن الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين عناصر المصداقية في المواقع الإخبارية الفلسطينية ودرجة اعتماد طلبة الإعلام على الأخبار المحلية.

وفي نفس السياق جاءت دراسة Franklin & Carlson (2016) والتي هدفت للتحقق من أربعة أهداف منها تحقيق مستوى من التفاعل مع خمسة عشر مصدر من مصادر المعلومات السياسية، وتقييم إدراك مصداقية هذه المصادر والتي تشمل على المواقع الاجتماعية، وتويتر وتطبيقات الهواتف الذكية، حيث توصلت الدراسة إلى أن المصادر (تويتر والمواقع الاجتماعية) تتمتع بقوة مصداقية أكبر من التفاعل مع مصادر مثل (CNN، والمواقع السياسية)، وتأكيدا على ذلك نجد دراسة (GO, You, Jung, & Shim, 2016) والتي بحثت في دوافع الأفراد لاستخدام الإنترنت، وإدراكهم لمصداقية المعلومات عليه، وتم تخصيصها فقط لمواقع الشبكات الاجتماعية والمواقع الإخبارية والبوابات على شبكة الإنترنت، وأشارت إلى أن استخدام المواقع الإخبارية يؤثر بشكل خاص على إدراك المستخدمين لمصداقية المعلومات على الإنترنت.

#### التعقيب على الدراسات السابقة:

- لم تتوصل الدراسات العربية أو الأجنبية إلى مفهوم محدد للمصداقية، ولم تضع مقياس موحد لقياس مصداقية وسائل الإعلام، وتمثلت إحدى إشكاليات دراسة مصداقية وسائل الإعلام في تعدد الأبعاد والمتغيرات التي وضعها الباحثون لقياس مصداقية وسائل الاعلام التقليدية والحديثة.
- ندرة الدراسات التي تناولت اتجاهات النخبة نحو ما تقدمه المواقع الإلكترونية الإخبارية للأحداث والقضايا المختلفة، ولم تأت نتائج الدراسات الحالية بالجديد فيما يتعلق بقياس دوافع واستخدامات النخبة للإنترنت والصحف الإلكترونية، حيث لا تختلف دوافع واستخدامات النخبة كثيرا عن دوافع واستخدامات الجمهور العام في التعرض لشبكة الإنترنت.

#### أوجه استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

- صياغة وبلورة مشكلة الدراسة وتحديد أهميتها وأهدافها وتسؤلاتها وفروضها.
- الاطلاع على النموذج البنائي لمستويات المصداقية ومكوناتها وعناصرها وغيرها.
- إعداد وبناء وحدات استمارة الاستقصاء، والأسئلة التي تتعلق بالمصداقية.

### 3- الإطار النظري للدراسة

#### نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام Media Dependency

تقوم الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام على ان استخدام وسائل الاعلام بشكل مكثف يعمل على التأثير في الجمهور، سواء كان تأثيرا معرفيا أو سلوكيا أو وجدانيا، وذلك من خلال الرسائل المميزة والمكثفة التي تقدمها هذه الوسائل للحصول على المعلومات والاخبار شفيق (2014)، بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك

ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتدّاً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معني العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع. (إسماعيل، 2003)

وتعتمد فكرة هذه النظرية على أنه كلما زاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في تحقيق احتياجاته زاد ذلك من أهمية الدور الذي تقوم به تلك الوسائل في حياة الفرد وبالتالي تنطبق هذه الفكرة على المجتمع ككل، حيث أنه كلما زاد اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام، زاد ذلك من حجم التأثير الكلي لهذه الوسائل، ومن ثم تزداد أهمية الوظائف التي يمكن أن تؤديها لهذا المجتمع (مكاوي و السيد، 2001).

وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما:

1. الأهداف: أن هناك أهدافاً للأفراد يريدون تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة سواء كانت هذه الأهداف شخصية أو اجتماعية.
2. المصادر: اعتبار أن وسائل الإعلام نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد، كما تتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات هي:

أ- جمع المعلومات

ب- تنسيق المعلومات

ج- نشر المعلومات (رضوان، 2011)

وتتوقف درجة اعتماد أفراد الجمهور على المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام على أمرين:

أ- درجة الثبات والاستقرار داخل المجتمع

ب- حجم وأهمية المعلومات المستمدة من وسائل الإعلام. (العبد ن.، 2015)

وقد رصد كل من ساندر بول، روكيتش وديفلور ثلاث أنواع من التغييرات المتعلقة بالتأثير المعتمد على وسائل الإعلام والتي يمكن عرضها على النحو التالي:

#### الآثار المعرفية: Cognitive Effects

وتشمل كشف الغموض الناتج عن تناقض المعلومات أو نقصها أو عدم كفايتها، وتشكيل الاتجاهات نحو قضايا المجتمع، وترتيب أولويات الاهتمام بالنسبة للجمهور، وتوسيع دائرة معتقداته والتأثير في القيم. (المنفي، 2007)

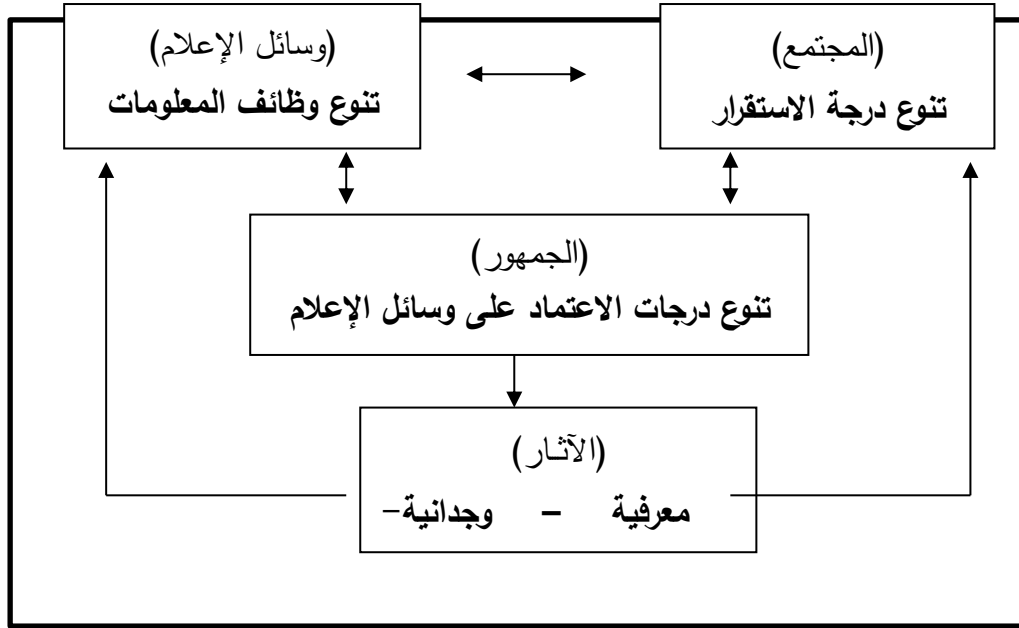
#### الآثار الوجدانية: Affective Effects

تجد أن التأثير العاطفي لدى الناس يمكن أن يحدث عندما تقدم معلومات معينة من خلال رسائل إعلامية تؤثر على مشاعرهم، ومن هذه التأثيرات الفتور العاطفي، والخوف والقلق، والدعم المعنوي والاعتراب. (مكاوي و السيد، 2001)

#### الآثار السلوكية: Behavioral Effects

تُعد الآثار السلوكية من أهم تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام، وتنحصر هذه الآثار في مجالين أساسيين هما: التنشيط، والخمول. (حماده، 1997)

النموذج الذي وضعه كل من ملفين ديفليروساندرا روكيتش عام 1976: تركز نظرية الاعتماد على أن العلاقات بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث، حيث يعتمد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام كنظام فرعي لإدراك وفهم نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي من حولهم. (حبيب، 2013) ويوضح الشكل التالي النموذج الذي وضعه كل من ملفين ديفليروساندرا روكيتش عام 1976. (مكاوي و السيد، 2001)



شكل رقم (1) يوضح نموذج ملفين ديفليروساندرا روكيتش لبيان العلاقات التبادلية بين المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور

وقد أكد الباحثان ميلفين دي فليرو وروكيتش أن اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام يكون لتحقيق عدة أهداف يمكن إيجازها فيما يلي:

- 1- الفهم: فهم الذات وفهم العالم المحيط من خلال التعليم والحصول على الخبرات من الاتصال بالنظام الاجتماعي.
- 2- التوجيه: ويعني اكتساب الفرد للمعلومات الخاصة بتوجيه سلوكه في المجتمع لاتخاذ السلوك الملائم لتوقعات وقيم المجتمع في المواقف المختلفة السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، وغيرها.
- 3- التسلية: بمعنى تمضية الوقت، وتعني رغبة الفرد في الترفيه من خلال تفاعله مع الآخرين اعتماداً على وسائل الإعلام. (يسري، 2001) ؛ (رضوان، 2011)

الاستفادة من نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في الدراسة الحالية:

- يمكن توظيف نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام وتطبيقها من خلال محاولة توظيف فروض النظرية، حتى يمكن فهم العلاقة بين وسائل الاعلام والجمهور (النخبة السعودية - المواقع الصحفية الإلكترونية) بأنها علاقة اعتماد أحد الطرفين (النخبة السعودية) على أحد روافد شبكة الانترنت (المواقع الصحفية الإلكترونية) لتحقيق أهدافها.



#### 4- الإجراءات المنهجية للدراسة

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتهي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، كما استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي كأحد الأساليب الوصفية القادرة على دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة تلك الشبكات بهدف الحصول على معلومات وافية عنها، العبد (2000) وأعتمدت في ذلك على أسلوب المسح بالعينة، وفي إطار منهج المسح قامت الباحثة بمسح عينة من النخبة السعودية الأكاديمية للتعرف على مصداقية المواقع الصحفية الإلكترونية لديها.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جمهور النخبة الأكاديمية السعودية المستخدمة للإنترنت بصفة عامة والمواقع الصحفية الإلكترونية بصفة خاصة.

عينة الدراسة:

سيتم تطبيق الدراسة على عينة عمدية من جمهور النخبة الأكاديمية السعودية المستخدمة للإنترنت بصفة عامة والمواقع الصحفية الإلكترونية بصفة خاصة (أعضاء هيئة تدريس الإعلام بالجامعات السعودية)، وقد أعتمدت الدراسة على عينة قوامها 102 مفردة، والذين تتراوح من 46 سنة فأكثر ومن 36 إلى 45، ومن 25 إلى 35 سنة، من الجامعات الاتية: جامعة الملك عبد العزيز - جامعة الملك خالد - جامعة الامام محمد بن سعود، وسيتم التطبيق على المواقع الإلكترونية للصحف السعودية الاتية (صحيفة عكاظ - صحيفة الشرق الأوسط - صحيفة الرياض - صحيفة سبق).

وترجع أسباب اختيار المواقع الصحفية الإلكترونية عينة الدراسة إلى الآتي:

أهمية مواقع الصحف الإلكترونية وما تتميز به عن بقية الوسائل الإعلامية من سرعة في تلقي الأخبار العاجلة، وبحضورها العالمي إذ ليس لديها عقبات جغرافية تعيق وصولها للقارئ، فهي متاحة في كل مكان يتوافر فيه الانترنت، كما تمتاز بوجود عنصر التفاعل المباشر بين القارئ والكاتب.

خصائص عينة الدراسة:

تم اختيار عينة الدراسة من جمهور النخبة السعودية وذلك للآتي:

ندرة الدراسات التي تتناول جمهور النخبة في علاقتها بوسائل الإعلام التقليدية وغير التقليدية حيث لم تحظ هذه الفئة باهتمام كبير من جانب البحوث العربية في مجال الإعلام، إذ تم التركيز على الجمهور العام، في حين يعتبر جمهور النخبة من الجمهور الأساسي بالنسبة للمواقع الصحفية الإلكترونية وخصوصاً في المملكة العربية السعودية، ويوضح الجدول التالي الخصائص العامة لعينة الدراسة:

جدول رقم (1) الخصائص العامة لعينة الدراسة

الإجمالي		البيانات الشخصية	
%	ك		
37.3	38	أنثى	النوع
62.7	64	ذكر	

الإجمالي		البيانات الشخصية	
%	ك		
100	102	الإجمالي	
19.60	20	من 46 سنة فأكثر	
49.01	50	من 36 إلى 45	
31.37	32	من 25 إلى 35 سنة	
100	102	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- بالنسبة لمتغير النوع: جاء الذكور في الترتيب الأول بنسبة 62.7%، في حين بلغت نسبة الإناث 37,3%.
- ومن حيث السن احتلت الفئة العمرية من 36 سنة إلى 45 سنة الترتيب الأول بنسبة 49.01%، يلي ذلك الفئة من 25 سنة إلى 35 سنة بنسبة 31.37%، وأخيرا الفئة من 46 سنة فأكثر بنسبة 19.60%.

متغيرات الدراسة:

جدول رقم (1) متغيرات الدراسة الميدانية (المستقلة - التابعة - الوسيطة)

المتغير التابع	المتغير الوسيط	المتغير المستقل
النخبة الأكاديمية السعودية	المتغيرات الديموغرافية (النوع - نوع النخبة- السن)	مصادقية المواقع الصحفية الإلكترونية

أدوات جمع البيانات:

تم تصميم استمارة استقصاء لجمع البيانات التي تقيس الأبعاد والمتغيرات المختلفة للدراسة، وذلك في ضوء المشكلة البحثية والهدف من الدراسة، فضلاً عن فروض الدراسة وتساؤلاتها في إطار المداخل النظرية التي تعتمد عليها الدراسة.

اختبار الصدق والثبات:

اختبار الصدق (Validity): ويقصد به صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث، تم القيام بعرض البيانات (صحيفة الاستبيان) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين\* في مناهج البحث والإعلام والإحصاء وإجراء بعض التعديلات بناء على آرائهم واقتراحاتهم بحيث أصبحت تقيس بالفعل ما صممت لقياسه وتحقق أهداف الدراسة.

\* المحكمين:

- أمال حسن العزاوي. أستاذ الإعلام بكلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك عبدالعزيز.
- خلود عبدالله ملياني. أستاذ الإعلام المشارك بكلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك عبدالعزيز.
- إيمان خضر. أستاذ ورئيس قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.

### اختبار الثبات (Reliability):

تم إجراء اختبار الثبات للتأكد من ثبات صحيفة الاستقصاء، باستخدام طريقة إعادة الاختبار بعد مرور أسبوعين من التطبيق الأول، على عينة من البحث قوامها (10) مفردة بنسبة 5% من إجمالي حجم العينة، وقد بلغت نسبة الثبات 94% وهي درجة ثبات عالية؛ مما يؤكد صلاحية الاستمارة للتطبيق. الإطار الزمني لجمع البيانات: تم إجراء الدراسة الميدانية وتطبيق المسح وجمع البيانات على مدار شهري أكتوبر، نوفمبر من عام 2018.

### المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها- بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم SPSS اختصاراً لـ: Statistical Package for the Social Sciences، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

1. التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
2. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
3. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)
4. اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent- Samples T- Test)
5. تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA.

### 5- نتائج الدراسة الميدانية

#### • الجزء الأول- النتائج العامة للدراسة الميدانية والمقاييس الإحصائية.

1- توزيع المبحوثين من النخبة السعودية وفقاً لمدى متابعتهم لمواقع الصحف الإلكترونية.

جدول رقم (3) يوضح مدى متابعة أفراد العينة لمواقع الصحف الإلكترونية

مدي متابعة أفراد العينة لمواقع الصحف الإلكترونية	ك	%
دائماً	56	54.9
أحياناً	44	43.1
أبداً	2	2.0
الإجمالي	102	100

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (3) حرص أفراد العينة من النخبة السعودية على متابعة مواقع الصحف الإلكترونية، حيث تبين أن أغلب أفراد العينة يتابعون هذه المواقع بشكل دائم بنسبة 54.9%، يلي ذلك المتابعة لمواقع الصحف الإلكترونية أحياناً بنسبة 43.1%، أما عدم متابعتها نهائياً فجاءت بنسبة 2% فقط ويرجع اهتمام نسبة كبيرة من النخبة السعودية عينة الدراسة بمتابعة الصحف الإلكترونية نظراً للعديد من المميزات التي تتميز به تلك الصحف، حيث توفر العديد من الارتباطات النصية التشعبية فتتغلب على قيود النص المكتوب ولا تبقى ثابتة كالنصوص التقليدية، كذلك السرعة في تلقي الأخبار وتضمين الصور والفيديو مما يدعم مصداقية الخبر.

2- توزيع المبحوثين من النخبة السعودية وفقاً لمدى اهتمامهم بمتابعة مواقع الصحف الإلكترونية.

جدول رقم (4) يوضح مدى اهتمام أفراد العينة بمتابعة مواقع الصحف الإلكترونية

مدى اهتمام أفراد العينة بمتابعة مواقع الصحف الإلكترونية		
ك	%	
53	52.0	أهتم بدرجة كبيرة
43	42.2	أهتم إلى حد ما
6	5.9	لا أهتم
102	100.0	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول رقم (4) أن نسبة الاهتمام بمتابعة مواقع الصحف الإلكترونية بدرجة كبيرة جاءت في المقدمة بنسبة 52%، وفي الترتيب الثاني جاءت نسبة الاهتمام إلى حد ما حيث بلغت 42.2%، وأخيراً جاء عدم الاهتمام بالمتابعة بنسبة 5.9%.

3- توزيع المبحوثين من النخبة السعودية وفقاً لمعدل متابعتهم لمواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة.

جدول رقم (5) يوضح معدل متابعة أفراد العينة لمواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة

الترتيب	المتوسط الحسابي	الإجمالي		لا أتابعها		أحيانا		دائما		معدل متابعة أفراد العينة لمواقع الصحف الإلكترونية
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	2.56	100	102	4.9	5	34.3	35	60.8	62	سبق
2	2.46	100	102	10.8	11	32.4	33	56.9	58	الرياض
3	2.36	100	102	10.8	11	42.2	43	47.1	48	الشرق الأوسط
4	2.35	100	102	5.9	6	52.9	54	41.2	42	عكاظ

تشير بيانات الجدول السابق رقم (5) إلى تقارب معدلات متابعة المبحوثين من النخبة السعودية لمواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة (الرياض - عكاظ - الشرق الأوسط - سبق) حيث حظيت صحيفة سبق على أعلى معدل متابعة بمتوسط حسابي 2.56، وبفارق طفيف جاءت صحيفة الرياض بمتوسط حسابي 2.46، بينما بلغت قيمة المتوسط الحسابي لصحيفة الشرق الأوسط 2.36، أما صحيفة عكاظ فجاءت في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي 2.35.

4- توزيع المبحوثين من النخبة السعودية وفقاً لمعدل ساعات المتابعة اليومية لمواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة.

جدول رقم (6) يوضح معدل الساعات اليومية لمتابعة أفراد العينة لمواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة

الترتيب	المتوسط الحسابي	الإجمالي		طوال اليوم	من ثلاث ساعات فأكثر		من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات		من ساعة إلى أقل من ساعتين		أقل من ساعة		معدل الساعات المتابعة اليومية لموقع الصحيفة الإلكترونية	
		%	ك		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
1	2.53	100	102	1.0	1	25.5	26	27.5	28	17.6	18	28.4	29	الشرق الأوسط
2	2.50	100	102	0	0	25.5	26	31.4	32	10.8	11	32.4	33	سبق
3	2.42	100	102	0	0	20.6	21	31.4	32	17.6	18	30.4	31	عكاظ
4	2.17	100	102	0	0	7.8	8	37.3	38	18.6	19	36.3	37	الرياض

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (6) أن أعلى عدد ساعات متابعة يومية كانت من نصيب صحيفة الشرق الأوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 2.53، يليها صحيفة سبق بمتوسط حسابي 2.50، بينما بلغ المتوسط الحسابي لصحيفة عكاظ 2.42، وأخيراً جاء المتوسط الحسابي لصحيفة الرياض حيث بلغ 2.17.

5- توزيع المبحوثين من النخبة السعودية وفقاً لمعدل تصفحهم لمواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة.

جدول رقم (7) يوضح معدل تصفح أفراد العينة لمواقع الصحف الإلكترونية

الترتيب	المتوسط الحسابي	الإجمالي		عدة مرات		مرة واحدة		عدة مرات		مرة واحدة		حسب الظروف		أوقات الاحداث الطارئة		معدل تصفح العينة لمواقع الصحف الإلكترونية
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	5.02	100	102	54.9	56	22.5	23	6.9	7	3.9	4	8.8	9	2.9	3	الرياض
2	4.78	100	102	32.4	33	41.2	42	12.7	13	2.9	3	7.8	8	2.9	3	عكاظ
3	4.78	100	102	38.2	39	30.4	31	18.6	19	1.0	1	7.8	8	3.9	4	سبق
4	4.64	100	102	30.4	31	34.3	35	19.6	20	3.9	4	7.8	8	3.9	4	الشرق الأوسط

تشير بيانات الجدول السابق رقم (7) إلى أن أعلى نسبة تصفح لمواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة كانت من نصيب صحيفة الرياض حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 5.02، وبنفس المتوسط الحسابي جاءت صحيفتي عكاظ وسبق حيث بلغ المتوسط الحسابي لكل منهما 4.78، وفي الترتيب الأخير جاءت صحيفة الشرق الأوسط بمتوسط حسابي 4.64.

6- توزيع المبحوثين من النخبة السعودية وفقاً لدرجة اعتمادهم على مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة في متابعة الأحداث.

جدول رقم (8) يوضح درجة اعتماد أفراد العينة على مواقع الصحف الإلكترونية في متابعة الأحداث

الترتيب	المتوسط الحسابي	الإجمالي		أعتمد بدرجة ضعيفة		أعتمد إلى حد ما		أعتمد بدرجة كبيرة		درجة اعتماد أفراد العينة على مواقع الصحف الإلكترونية في متابعة الأحداث
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	2.52	100	102	10.8	11	26.5	27	62.7	64	سبق
2	2.43	100	102	17.6	18	21.6	22	60.8	62	الرياض
3	2.40	100	102	10.8	11	38.2	39	51.0	52	الشرق الأوسط
4	2.23	100	102	11.8	12	53.9	55	34.3	35	عكاظ

تشير بيانات الجدول رقم (8) إلى درجة اعتماد أفراد العينة من النخبة السعودية على مواقع الصحف الإلكترونية في متابعة الأحداث، حيث أشارت النتائج أن صحيفة سبق جاءت في الترتيب الأول من حيث درجة اعتماد عليها في متابعة الأحداث حيث جاءت بمتوسط حسابي 2.52، يليها صحيفة الرياض بمتوسط حسابي 2.43، ثم جاء المتوسط الحسابي لصحيفة الشرق الأوسط والذي بلغ 2.40، وأخيراً جاءت صحيفة عكاظ بمتوسط حسابي 2.23.

7- توزيع المبحوثين من النخبة السعودية وفقاً لمدى الثقة في المضامين التي تقدمها مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة.

جدول رقم (9) يوضح مدى ثقة أفراد العينة في المضامين التي تقدمها مواقع الصحف الإلكترونية

الترتيب	المتوسط الحسابي	الإجمالي		لا أثق فيها على الإطلاق		لا أثق فيها		أثق إلى حد ما		أثق فيها		أثق بدرجة كبيرة		مدى ثقة أفراد العينة في الصحف الإلكترونية
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	4.29	100	102	1.0	1	2.9	3	18.6	19	20.6	21	56.9	58	الرياض
2	4.17	100	102	1.0	1	1.0	1	13.7	14	49.0	50	35.3	36	عكاظ
3	4.15	100	102	1.0	1	2.0	2	20.6	21	34.3	35	42.2	43	الشرق الأوسط
4	4.13	100	102	2.0	2	1.0	1	21.6	22	33.3	34	42.2	43	سبق

يتضح من بيانات الجدول رقم (9) أن صحيفة الرياض الإلكترونية حصلت على أعلى معدل ثقة، حيث بلغ المتوسط الحسابي الخاص بها 4.29، وبمتوسطات حسابية متقاربة بلغت 4.17، 4.15، 4.13 على التوالي جاءت صحيفة عكاظ، ثم صحيفة الشرق الأوسط، وأخيراً صحيفة سبق الإلكترونية. 8- توزيع الباحثين من النخبة السعودية وفقاً لدرجة المصداقية التي تتمتع بها مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة.

جدول رقم (10) يوضح درجة المصداقية التي تتمتع بها مواقع الصحف الإلكترونية والتي تؤثر على مدى الثقة بها

الترتيب	المتوسط الحسابي	الإجمالي		ليس لها مصداقية على الإطلاق		ليس لها مصداقية		لها مصداقية إلى حد ما		لها مصداقية		لها مصداقية شديدة		درجة مصداقية الصحف الإلكترونية
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	4.42	100	102	1.0	1	1.0	1	12.7	13	25.5	26	59.8	61	الرياض
2	4.22	100	102	1.0	1	-	-	16.7	17	41.2	42	41.2	42	الشرق الأوسط
3	4.15	100	102	1.0	1	-	-	14.7	15	52.0	53	32.4	33	عكاظ
4	4.11	100	102	-	-	2.9	3	21.6	22	37.3	38	38.2	39	سبق

يتضح من بيانات الجدول رقم (10) درجة المصداقية التي تتمتع بها مواقع الصحف الإلكترونية، والتي تؤثر على مدى الثقة بها، حيث جاءت صحيفة الرياض الإلكترونية في الترتيب الأول وذلك بمتوسط حسابي 4.42، يليها صحيفة الشرق الأوسط في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي 4.22، أما الترتيب الثالث فكان من نصيب صحيفة عكاظ والتي جاءت بمتوسط حسابي 4.15، وبفارق بسيط جاءت صحيفة سبق في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي 4.11، ويمكن الرجوع ذلك إلى أن تقصى الخبر من مهام الإعلامي، لكن الاختلاف ما بين إعلامي مميز وآخر هو أن المهنية تأتي أولاً لدى الإعلامي المميز الذي قد يضحي بالسبق الصحفي غير المؤكد في سبيل تمسكه بالمهنية التي يفترق لها غيره، ومن ثم تزيد درجة مصداقيته، والتي تؤثر بالتالي على درجة الثقة به. 9- توزيع الباحثين من النخبة السعودية وفقاً لأنواع التأثيرات الناتجة عن متابعة مضامين المواقع الصحفية الإلكترونية

جدول رقم (11) يوضح أنواع التأثيرات الناتجة عن متابعة مضامين المواقع الصحفية الإلكترونية

المتوسط الحسابي	المجموع		لا أوافق على الإطلاق		لا أوافق		أوافق إلى حد ما		أوافق		أوافق جداً		أنواع التأثيرات الناتجة عن متابعة مضامين المواقع الصحفية الإلكترونية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
<b>التأثيرات المعرفية</b>													
4.46	100.0	102	1.0	1	1.0	1	10.8	11	25.5	26	61.8	63	فهم الأحداث المختلفة من خلال التحليل المتعمق لها
4.29	100.0	102	1.0	1	-	-	11.8	12	43.1	44	44.1	45	معرفة المعلومات الصحيحة عن الشائعات التي تروجها وسائل الاعلام الأجنبية ضد وطني
4.13	100.0	102	-	-	-	-	12.7	13	61.8	63	25.5	26	التعرف على القضايا والأحداث التي تدور في المجتمع
<b>التأثيرات السلوكية</b>													
4.39	100.0	102	1.0	1	1.0	1	11.8	12	30.4	31	55.9	57	نشر الوعي بأهمية الحفاظ على قيم الاعتدال والوسطية
4.30	100.0	102	1.0	1	-	-	14.7	15	36.3	37	48.0	49	تبادل النقاش مع الآخرين حول تطورات الأحداث الجارية
4.29	100.0	102	1.0	1	2.9	3	16.7	17	24.5	25	54.9	56	المشاركة في مشروعات التنمية
<b>التأثيرات الوجدانية</b>													
4.41	100.0	102	1.0	1	2.0	2	16.7	17	15.7	16	64.7	66	المساعدة على اتخاذ القرارات الصائبة
4.39	100.0	102	1.0	1	-	-	17.6	18	21.6	22	59.8	61	الرغبة في الالتزام نحو أداء واجبي نحو وطني
4.19	100.0	102	1.0	1	-	-	16.7	17	44.1	45	38.2	39	تغذية الشعور بالانتماء والولاء للوطن

من خلال نتائج الجدول السابق رقم (11) يتضح الآتي:

- تنوعت التأثيرات الناتجة عن متابعة أفراد العينة لمضامين المواقع الصحفية الإلكترونية، ما بين التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية، وتوضح بيانات الجدول أن التأثيرات المعرفية تمثلت في العديد من العبارات جاء في بدايتها فهم الأحداث المختلفة من خلال التحليل المتعمق لها حيث جاءت بمتوسط حسابي 4.46، بينما جاءت عبارة معرفة المعلومات الصحيحة عن الشائعات التي تروجها وسائل الاعلام الأجنبية ضد وطني في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي 4.29، أما الترتيب الأخير فكان من نصيب التعرف على القضايا والأحداث التي تدور في المجتمع والذي جاء بمتوسط حسابي 4.13.

- وفيما يختص بالتأثيرات السلوكية فقد تقاربت إلى حد ما متوسطات العبارات الدالة عليها، حيث جاء في بدايتها توجيه نشر الوعي بأهمية الحفاظ على قيم الاعتدال والوسطية وذلك بمتوسط حسابي 4.39، بينما جاء في الترتيب الثاني والأخير عبارتي تبادل النقاش مع الآخرين حول تطورات الأحداث الجارية، المشاركة في مشروعات التنمية بمتوسط حسابي 4.30، 4.29 على التوالي.
- أما بالنسبة للتأثيرات الوجدانية فقد جاء في مقدمتها المساعدة على اتخاذ القرارات الصائبة وذلك بمتوسط حسابي 4.41، وبفارق بسيط جاءت الرغبة في الالتزام نحو أداء واجبي نحو وطني بمتوسط حسابي 4.39، وفي الترتيب الأخير جاءت عبارة تغذية الشعور بالانتماء والولاء للوطن بمتوسط حسابي 4.19.
- ومما أدل على وجود مثل هذه التأثيرات المشهد الإعلامي العربي الذي يعكس نضجا ملموسا في هذا القطاع، وهذا بناء على ما يتجلى من خلال المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية والمدونات الإعلامية العربية، والتي أصبح لمضامينها تأثيرات عديدة على متابعيها.
- 10- توزيع المبحوثين من النخبة السعودية وفقاً لمدى مصداقية الرسالة الإعلامية المقدمة عبر المواقع الصحفية الإلكترونية

#### جدول رقم (12) يوضح مدى مصداقية الرسالة الإعلامية المقدمة عبر المواقع الصحفية الإلكترونية

المتوسط الحسابي	المجموع		لا أوافق على الإطلاق		لا أوافق		أوافق إلى حد ما		أوافق		أوافق جداً		العبارات التي تقيس مصداقية الرسالة الإعلامية المقدمة عبر المواقع الصحفية الإلكترونية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
4.44	100.0	102	1.0	1	2.9	3	11.8	12	19.6	20	64.7	66	توفر الوضوح والتجديد وإدراك المعنى المطلوب
4.43	100.0	102	2.0	2	1.0	1	9.8	10	26.5	27	60.8	62	شمولية وعمق المعالجة الصحفية الإخبارية خاصة وقت الأزمات والطوارئ
4.34	100.0	102	2.9	3	1.0	1	11.8	12	27.5	28	56.9	58	الأساليب الإقناعية المستخدمة في الرسالة تعزز مصداقيتها لدى القراء
4.33	100.0	102	2.9	3	2.9	3	9.8	10	26.5	27	57.8	59	وضع حدود بين الإساءة والنقد
4.29	100.0	102	2.0	2	1.0	1	13.7	14	32.4	33	51.0	52	تراعى الرسالة المقدمة المسؤولية الاجتماعية نحو الوطن والقارئ
4.23	100.0	102	1.0	1	2.0	2	11.8	12	44.1	45	41.2	42	معالجة القضية بما يتناسب مع قيمتها
4.08	100.0	102	2.0	2	1.0	1	14.7	15	52.0	53	30.4	31	اقتراب مضمون الرسالة من اهتمامات القراء

تعكس بيانات الجدول رقم (12) المتوسطات الحسابية لقياس مدى مصداقية الرسالة الإعلامية المقدمة عبر المواقع الصحفية الإلكترونية من وجهة نظر النخبة السعودية عينة الدراسة كالآتي:

- جاء في بداية العبارات التي توضح مدى مصداقية الرسالة الإعلامية المقدمة عبر المواقع الصحفية الإلكترونية أنها توفر الوضوح والتجديد وإدراك المعنى المطلوب بمتوسط حسابي 4.44، وتم توزيع هذه النسبة على مقياس



ليكرت الخماسي بين أوافق جداً بنسبة 64.7%، وأوافق بنسبة 19.6%، وأوافق إلى حد ما بنسبة 11.8%، في حين جاءت اقتصرت نسبي لا أوافق، ولا أوافق على الإطلاق، حيث بلغت 2.9%، 1% على التوالي.

- وجاء شمولية وعمق المعالجة الصحفية الإخبارية خاصة وقت الأزمات والطوارئ بمتوسط حسابي 4.43، وبفارق بسيط جاء كلا من الأساليب الإقناعية المستخدمة في الرسالة تعزز مصداقيتها لدى القراء، ووضع حدود بين الإساءة والنقد بمتوسطات حسابية بلغت 4.34، 4.33 على التوالي، أما مراعاة الرسالة المقدمة المسئولية الاجتماعية نحو الوطن والقارئ فقد جاءت بمتوسط حسابي 4.29، وجاءت معالجة القضية بما يتناسب مع قيمتها بمتوسط حسابي 4.23، أما اقتراب مضمون الرسالة من اهتمامات القراء فجاء في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي 4.08.

11- توزيع المبحوثين من النخبة السعودية وفقاً لمدى مصداقية الوسيلة الإعلامية (المواقع الصحفية الإلكترونية)

جدول رقم (13) يوضح مدى مصداقية الوسيلة الإعلامية (المواقع الصحفية الإلكترونية)

المتوسط الحسابي	المجموع		لا أوافق على الإطلاق		أوافق إلى حد ما		أوافق		أوافق جداً		العبارات التي تقيس مصداقية الوسيلة الإعلامية		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
4.49	100.0	102	-	-	2.0	2	8.8	9	27.5	28	61.8	63	تقدم المواقع الصحفية الإلكترونية الإحصائيات والرسوم التوضيحية التي تزيد من مصداقيتها
4.48	100.0	102	-	-	2.0	2	9.8	10	26.5	27	61.8	63	تقدم المواقع الصحفية الإلكترونية صور حية من مواقع الأحداث من خلال مقاطع الفيديو
4.47	100.0	102	2.0	2	3.9	4	9.8	10	13.7	14	70.6	72	الشكل العام والإخراج النهائي للمواقع الصحفية أكثر جاذبية ويزيد من مصداقيتها
4.41	100.0	102	-	-	1.0	1	8.8	9	38.2	39	52.0	53	توظف المواقع الصحفية الإلكترونية الوسائط المتعددة لتحقيق التفاعلية وزيادة مصداقيتها
4.32	100.0	102	-	-	1.0	1	11.8	12	41.2	42	46.1	47	سهولة استخدام واجهات التفاعل للمواقع الصحفية الإلكترونية بما يزيد مصداقيتها.
4.25	100.0	102	1.0	1	1.0	1	12.7	13	43.1	44	42.2	43	تقدم المواقع الإلكترونية الحقائق بشكل مباشر

تعكس بيانات الجدول رقم (13) المتوسطات الحسابية لقياس مدى مصداقية الوسيلة الإعلامية (المواقع الصحفية الإلكترونية) من وجهة نظر النخبة السعودية عينة الدراسة كالآتي:

- جاءت الثلاث عبارات الأولى بمتوسطات حسابية متقاربة والتي تمثلت في تقديم الإحصائيات والرسوم التوضيحية، وتقديم صور حية من مواقع الأحداث من خلال مقاطع الفيديو، وأن الشكل العام والإخراج النهائي لهذه المواقع يزيد من جاذبيتها حيث بلغ المتوسط الحسابي لكل منها 4.49، 4.48، 4.47 على التوالي.
- ثم جاء توظيف الوسائط المتعددة لتحقيق التفاعلية وزيادة المصداقية بمتوسط حسابي 4.41، وبمتوسط حسابي 4.32 جاء سهولة استخدام واجهات التفاعل، وأخيراً جاء تقديم الحقائق بشكل مباشر بمتوسط حسابي 4.25.

ويمكن للباحثة تفسير النتائج السابقة على النحو التالي:

- تكتسب الصور والرسوم التوضيحية أهميتها من الوظائف التي تؤديها داخل البناء الشكلي للمواقع الإلكترونية عامة والمواقع الصحفية الإلكترونية على وجه الخصوص، وذلك وفقاً لاستخداماتها داخل هذا البناء، وتتحكم دقة الصورة والرسوم والألوان الموجودة بهما في تحديد أهمية الموضوع المعروض، ومن أكثر أنواع الصور استخداماً عبر شبكة الانترنت صور GIF، وصور JPEG، وصور PNG.

12- توزيع المبحوثين من النخبة السعودية وفقاً لمدى مصداقية القائم بالاتصال في المواقع الصحفية الإلكترونية

جدول رقم (14) يوضح مدى مصداقية القائم بالاتصال (المصدر) في المواقع الصحفية الإلكترونية

العبارة التي تقيس مصداقية القائم بالاتصال (المصدر) في المواقع الصحفية الإلكترونية	أوافق جداً		أوافق		أوافق إلى حد ما		لا أوافق		لا أوافق على الإطلاق		المجموع	المتوسط الحسابي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
خبرة القائم بالاتصال وممارسته الصحفية تؤثر على مصداقيته	68	66.7	24	23.5	9	8.8	1	1.0	-	-	102	4.56
جاذبية أسلوب القائم بالاتصال في الكتابة تؤثر بشكل كبير على إدراك مصداقيته	72	70.6	17	16.7	10	9.8	3	2.9	-	-	102	4.55
إلمامه بالموضوع من كافة جوانبه تزيد من مصداقيته	66	64.7	26	25.5	9	8.8	1	1.0	-	-	102	4.54
نوع ملكية المواقع الصحفية الإلكترونية يؤثر على القائم بالاتصال وينعكس على مصداقية المضمون المقدم	64	62.7	26	25.5	11	10.8	1	1.0	-	-	102	4.50
اعتماده على وسائل إقناعيه في تقديم الرسالة الإعلامية تزيد من مصداقيته لدى الجمهور	55	53.9	38	37.3	8	7.8	1	1.0	-	-	102	4.44
مراعاته للموضوعية والحيادية في عرض الأحداث تزيد من مصداقيته	56	54.9	36	35.3	9	8.8	1	1.0	-	-	102	4.44
تفاعل القائم بالاتصال مع القراء يزيد من مصداقيته	43	42.2	47	46.1	11	10.8	1	1.0	-	-	102	4.29

المتوسط الحسابي	المجموع	لا أوافق		أوافق إلى حد ما		أوافق		أوافق جداً		العبارات التي تقيس مصداقية القائم بالاتصال (المصدر) في المواقع الصحفية الإلكترونية			
		على الإطلاق	ك	ك	ك	ك	ك	ك					
4.19	100.0	102	-	-	4.9	5	9.8	10	47.1	48	38.2	39	كلما زادت شهرة القائم بالاتصال زادت مصداقية الرسالة الإعلامية

تشير بيانات الجدول رقم (14) المتوسطات الحسابية لقياس مدى مصداقية القائم بالاتصال من وجهة نظر النخبة السعودية عينة الدراسة كآتي:

- جاءت الثلاث عبارات الأولى بمتوسطات حسابية متقاربة والتي تمثلت في أن خبرة القائم بالاتصال وممارسته الصحفية تؤثر على مصداقيته وجاذبية أسلوب القائم بالاتصال في الكتابة تؤثر بشكل كبير على إدراك مصداقيته، كما أن إلمامه بالموضوع من كافة جوانبه يزيد من مصداقيته، حيث بلغ المتوسط الحسابي لكل منهما 4.56 و4.55 و4.54 على التوالي.
- كما جاءت عبارة أن نوع ملكية المواقع الصحفية الإلكترونية يؤثر على القائم بالاتصال وينعكس على مصداقية المضمون المقدم بمتوسط حسابي 4.50.
- ويلهما عبارة اعتماده القائم بالاتصال على وسائل إقناعيه في تقديم الرسالة الإعلامية تزيد من مصداقيته لدى الجمهور، ومراعاته للموضوعية والحيادية في عرض الأحداث تزيد من مصداقيته بمتوسط حسابي بلغ 4.44 لكل منهما.
- ثم جاءت عبارة تفاعل القائم بالاتصال مع القراء يزيد من مصداقيته بمتوسط حسابي بلغ 4.29.
- وأخيراً عبارة كلما زادت شهرة القائم بالاتصال زادت مصداقية الرسالة الإعلامية جاءت بمتوسط حسابي 4.19.

## الجزء الثاني- نتائج اختبار الفروض

- الفرض الأول: توجد علاقة بين كثافة تعرض النخبة السعودية للمواقع الصحفية الإلكترونية ودرجة اعتمادهم عليها.

جدول (15) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين كثافة تعرض النخبة السعودية للمواقع الصحفية الإلكترونية عينة الدراسة ودرجة اعتمادهم عليها.

كثافة التعرض للمواقع الصحفية الإلكترونية		درجة الاعتماد
معامل ارتباط بيرسون R	مستوى الدلالة P	
0.805، **	000، دال إحصائياً	موقع صحيفة الرياض
0.546، **	000، دال إحصائياً	موقع صحيفة الشرق الأوسط
0.542، **	000، دال إحصائياً	موقع صحيفة عكاظ
0.542، **	000، دال إحصائياً	موقع صحيفة سبق
102		ن = العينة

تشير البيانات السابقة إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين كثافة تعرض النخبة السعودية للمواقع الصحفية الإلكترونية عينة الدراسة ودرجة اعتمادهم عليها، حيث بلغ معامل ارتباط موقع صحيفة الرياض 0.805 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.000، كما بلغ معامل ارتباط موقع صحيفة الشرق الأوسط 0.546، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.000، وجاء موقعي صحيفة عكاظ وسبق بمعامل ارتباط واحد والذي بلغ 0.542، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.000، بمعنى أنه كلما زاد تعرض النخبة السعودية للمواقع الصحفية الإلكترونية كلما زاد درجة اعتمادهم عليها، وبذلك ثبت صحة الفرض الأول.

• الفرض الثاني: توجد علاقة بين كثافة تعرض النخبة السعودية للمواقع الصحفية الإلكترونية وارتفاع درجة المصدقية بها.

جدول (16) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين كثافة تعرض النخبة السعودية للمواقع الصحفية الإلكترونية عينة الدراسة وارتفاع درجة مصداقيتها

كثافة التعرض للمواقع الصحفية الإلكترونية		كثافة التعرض	درجة المصدقية
مستوى الدلالة P	معامل ارتباط بيرسون R		
0.000، دال إحصائياً	،701	موقع صحيفة الرياض	
0.000، دال إحصائياً	،484	موقع صحيفة الشرق الأوسط	
0.002، دال إحصائياً	،303	موقع صحيفة عكاظ	
0.000، دال إحصائياً	،474	موقع صحيفة سبق	
102		ن = العينة	

تشير البيانات السابقة إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين كثافة تعرض النخبة السعودية للمواقع الصحفية الإلكترونية عينة الدراسة ودرجة مصداقيتها، حيث بلغ معامل ارتباط موقع صحيفة الرياض 0.701 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.000، كما بلغ معامل ارتباط موقع صحيفة الشرق الأوسط 0.484، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.000، وجاء موقع صحيفة عكاظ بمعامل ارتباط 0.303، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.002، أما موقع صحيفة سبق فقد جاء بمعامل ارتباط 0.474، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.000، بمعنى أنه كلما زادت مصداقية المواقع الصحفية الإلكترونية عينة الدراسة كلما أدى ذلك إلى زيادة تعرض النخبة السعودية لها، وبذلك ثبت صحة الفرض الثاني.

• الفرض الثالث: توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في معدل ثقة المبحوثين في مضامين المواقع الصحفية الإلكترونية باختلاف خصائصهم الديموجرافية (النوع - السن)

أولاً- النوع

جدول (17) اختبار (T-Test) لدلالة الفروق في معدل ثقة المبحوثين في مضامين المواقع الصحفية الإلكترونية باختلاف النوع

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات الديموجرافية	
مستوى المعنوية	د.ح	قيمة ت				ذكور	إناث
0.01 دال إحصائياً	100	1.169	0.378	2.80	64	ذكور	النوع
			0.424	1.76	38	إناث	

بإجراء اختبارات (ت) لدراسة الفروق في معدل ثقة المبحوثين في مضامين المواقع الصحفية الإلكترونية وفقاً للنوع، تبين وجود فروق طفيفة بين الذكور والإناث عينة الدراسة، وكان الفرق لصالح العينة من الذكور حيث بلغ قيمة المتوسط الحسابي 2.80 للذكور مقابل 1.76 للإناث، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، وذلك عند درجة حرية 100.

ثانياً- السن:

جدول (18) تحليل التباين أحادي الاتجاه ANOVA بين الفئات العمرية من حيث معدل ثقتهم في مضامين المواقع الصحفية الإلكترونية

مستوى المعنوية	درجة الحرية			الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات الديموغرافية	
	قيمة ف	داخل المجموعات	بين المجموعات					من 46 سنة فأكثر	من 36 إلى 45 سنة
0.022				0.301	.360	1.56	20	من 46 سنة فأكثر	السن
دال	1.113	99	2	0.324	.588	1.98	50	من 36 إلى 45 سنة	
إحصائياً				0.305	.447	1.87	32	من 25 إلى 35 سنة	

يتبين من الجدول السابق بإجراء اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد لاختبار مدى معنوية الفروق بين الفئات العمرية للمبحوثين، من حيث معدل ثقتهم في مضامين المواقع الصحفية الإلكترونية، وجود فروق بين مجموعات الفئات العمرية، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي للفئة العمرية (من 36 إلى 45 سنة) 1.98، وبلغت قيمة المتوسط الحسابي للفئة العمرية (من 25 إلى 35 سنة) 1.87، في حين كان المتوسط الحسابي للفئة العمرية (من 46 سنة فأكثر) 1.56، وهي فروق دالة إحصائياً حيث بلغت قيمة (ف) 1.113 وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.022.

جدول رقم (19) اختبار LSD لتوضيح مصدر ودلالة الفروق بين الفئات العمرية من حيث معدل ثقتهم في مضامين المواقع الصحفية الإلكترونية

مستوى المعنوية	الفروق بين المتوسطات	الفئة المقارنة	الفئة العمرية
0.01 دال إحصائياً	0.11436 *	من 46 سنة فأكثر	من 36 إلى 45 سنة
0.010 غير دال إحصائياً	0.23320 *	من 25 إلى 35 سنة	

تشير البيانات الواردة في الجدول السابق إلى أنه باستخدام الاختبارات التبعية بطريقة LSD قد أظهرت فروق دالة إحصائياً بين المجموعات التالية:

- الفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة والفئة من 46 سنة فأكثر لصالح المجموعة الأولى حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية 0.01 وهي قيمة دالة إحصائياً.
- كما أظهر الجدول عدم وجود فروق دالة بين الفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة والفئة من 25 إلى 35 سنة حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية 0.010 وهي قيمة غير دالة إحصائياً، وبذلك ثبت صحة الفرض الثالث جزئياً.

خلاصة النتائج:

- 1- اتصفت عينة الدراسة بصفات ديموغرافية محددة، حيث كانت أغلب أفراد عينة الدراسة من الذكور، كما احتلت الفئة العمرية من سن 36 إلى 45 سنة المرتبة الأولى.
- 2- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة الاهتمام بمتابعة مواقع الصحف الإلكترونية جاءت بدرجة كبيرة.

- 3- تقارب معدلات متابعة المبحوثين من النخبة السعودية لمواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة (الرياض - عكاظ - الشرق الأوسط - سبق)، كما أن أعلى عدد ساعات المتابعة يوميًا كانت من نصيب صحيفة الشرق الأوسط، وجاءت أعلى نسبة تصفح مواقع الصحف الإلكترونية من نصيب صحيفة الرياض، وتعدد دوافع متابعة أفراد العينة للمضامين المقدمة بمواقع الصحف الإلكترونية حيث تبين أن الغالبية منهم كان سببهم الأساسي التفاعلية بين الموقع الإلكتروني والجمهور.
- 4- أظهرت نتائج الدراسة مصداقية المواقع الإلكترونية بدرجة أكبر من الوسائل التقليدية إلى إتاحة هذه المواقع خيارات متعددة لمستخدميها، وتعدد المضمون الإعلامي المقدم للجمهور المستخدم، ومن ثم تتيح للجمهور المقارنة وتحديد الوسائل الأكثر مصداقية بالنسبة لهم.
- 5- جاء اعتماد أفراد العينة من النخبة السعودية بدرجة كبيرة على صحيفة سبق في متابعة الأحداث، يلها صحيفة الرياض، ثم لصحيفة الشرق الأوسط، وأخيرا جاءت صحيفة عكاظ.
- 6- حصلت صحيفة الرياض الإلكترونية على أعلى معدل ثقة، أما صحيفة سبق الإلكترونية فكانت الأخيرة.
- 7- تعددت التأثيرات الناتجة عن متابعة النخبة لمضامين المواقع الصحفية الإلكترونية ومن أبرزها التأثيرات المعرفية والتي تمثلت في فهم الأحداث المختلفة من خلال التحليل المتعمق لها ومعرفة المعلومات الصحيحة عن الشائعات التي تروجها وسائل الاعلام الأجنبية، والتأثيرات السلوكية حيث جاء في بدايتها توجيه نشر الوعي بأهمية الحفاظ على قيم الاعتدال والوسطية وتبادل النقاش مع الآخرين حول تطورات الأحداث الجارية، والتأثيرات الوجدانية والتي جاء في مقدمتها المساعدة على اتخاذ القرارات الصائبة والرغبة في الالتزام نحو أداء واجبي نحو وطني.
- 8- ثبت صحة الفرض الأول القائل بوجود علاقة بين كثافة تعرض النخبة السعودية للمواقع الصحفية الإلكترونية ودرجة اعتمادهم عليها.
- 9- ثبت صحة الفرض الثاني القائل بوجود علاقة بين كثافة تعرض النخبة السعودية للمواقع الصحفية الإلكترونية وارتفاع درجة المصداقية بها.
- 10- ثبت صحة الفرض الثالث جزئيًا القائل بوجود اختلافات ذات دلالة إحصائية في معدل ثقة المبحوثين في مضامين المواقع الصحفية الإلكترونية باختلاف خصائصهم الديموغرافية (النوع - السن).

### التوصيات والمقترحات

- ضرورة اتباع المواقع الإخبارية لعناصر المصداقية، والعمل وفق أخلاقيات المهنة الصحفية ومحدداتها.
- ضرورة دراسة المصداقية من جميع أطرافها بحيث لا تشمل الوسيلة الاعلامية فقط، بل تشمل جميع أجزاء العملية الاتصالية من مصدر ورسالة وقائم بالاتصال ومستقبل.
- إجراء دراسات حول القائمين بالاتصال العاملين في مجال مواقع الصحف الإلكترونية لمعرفة أهم الضغوط والعوامل المؤثرة على مصداقية نقلهم للمعلومات.

### قائمة المراجع

#### أولاً- المراجع بالعربية

- إسماعيل، م. ح. (2003). مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع. (ط1)

- البطل، ه. إ. (2018). عناصر تصميم مواقع الصحف الإلكترونية المصرية: دراسة تحليلية مقارنة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام والاتصال(2ع).
- التوام، إ. ح. (2018). مصداقية المواقع الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية وعلاقته بالتنافر المعرفي تم الدخول إلى الموقع في 2019/7/13 الساعة 10 صباحًا متاح على الرابط التالي: [https://www.academia.edu/37659635/\\_pdf](https://www.academia.edu/37659635/_pdf)
- جربوع، م. أ. (2017). مصداقية الاخبار المحلية في المواقع الاخبارية الفلسطينية لدى طلبة الاعلام في جامعات محافظات غزة: دراسة ميدانية. كلية الآداب، الصحافة والإعلام. غزة: الجامعة الإسلامية.
- الجوهري، ه. (2000، ابريل 29-30). استجابات الشباب المصري لشبكة الانترنت. أعمال الندوة السنوية السابعة، 425-433 pp.
- حماده، ب. ا. (1997). وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات. القاهرة: دار نهضة الشرق.
- رضوان، أ. ف. (2011). اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25. مؤتمر دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية في الوطن العربي (18 p). أريد: كلية الإعلام، جامعة اليرموك.
- الشريف، إ. (2017). معالجة المواقع الفلسطينية الإلكترونية الإخبارية لحصار غزة: دراسة تحليلية مقارنة. غزة: رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية.
- شفيق، ح. (2014). نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي (Vol. 1ط). القاهرة: دار فكرون للنشر والتوزيع.
- العبد، ع. (2000). المنهج العلمي في البحوث الإعلامية ص 15. القاهرة: دار الهاني.
- العبد، ن. ع. (2015). اعتماد الشباب الجامعي المصري على شبكات التواصل الاجتماعي في استقاء معلومات حول ثورة الثلاثين من يونيو. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 55-145 pp.
- عبد الحميد، م. (2000). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (Vol. 2). القاهرة: عالم الكتب.
- مكاوي، ح. ع.، & السيد، ل. ح. (2001). الاتصال ونظرياته المعاصرة (Vol. 1ط). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- المنفي، م. س. (2007). دور الصحافة الليبية المحلية في التوعية بقضايا التنمية البشرية- دراسة مسحية للمضمون والقائم بالاتصال. رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
- اليازوري، أ. (2017). فن المقال الصحفي في المواقع الإخبارية الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة. غزة: رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية.
- يسري، ج. (2001). مصادر معلومات الجمهور المصري عن أحداث انتفاضة الأقصى. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، العدد الثاني، 202 p.

#### ثانياً- المراجع بالإنجليزية:

- Domke, D. (2000). Elite Messages and Source Cues: Moving Beyond Partisanship. pp. PP.395- 402.
- GO, E., You, K. H., Jung, E., & Shim, H. (2016). Why do we use different types of websites and assign them different levels of credibility? Structural relations among users' motives, types of websites, information credibility, and trust in the press. Computers in Human Behavior. (Vol.54), pp. 231- 239.

- Franklin, B., & Carlson, M. (2016, August). Journalists, Sources ,and Credibility: New Perspectives ,Computers in Human Behavior. (Vol.61), pp. pp.136- 145.
- Miliany, K. (2017, July 27). Credibility and Privacy Issues in Social Networking Use Among Saudi Young People. Elixir International Journal , Elixir Social Studies 108.