

**مدى مصداقية الصحف الورقية والاعلام الإلكتروني
الكويتي لدى الجمهور الكويتي دراسة ميدانية**

د. تامر محمد سليم

باحث أكاديمي وصحافي في جريدة الأنباء الكويتية



ملخص الدراسة

تستكشف هذه الدراسة مدى مصداقية الصحف الورقية والإعلام الإلكتروني في الكويت من خلال تحليل تصورات الجمهور الكويتي تجاه وسائل الإعلام المختلفة. ففي ظل التطورات السريعة في المشهد الإعلامي، أصبح من الضروري فهم كيفية استجابة الجمهور لمحتوى هذه الوسائل ومدى ثقته في مصادر المعلومات.

اعتمدت الدراسة على منهجية ميدانية، حيث تم توزيع استبيانات على عينة من 802 مشارك، لتحديد مدى ثقتهم في الصحف الورقية مقابل الإعلام الإلكتروني. أظهرت النتائج أن الجمهور يفضل الصحف الورقية كمصدر موثوق للمعلومات، رغم تزايد الاعتماد على المنصات الرقمية. العوامل المؤثرة على الثقة تشمل جودة المحتوى، موضوعية التغطية، وسرعة نشر الأخبار.

كما تم تحديد الفروقات في المصداقية بين الشباب والفئات الأكبر سناً، حيث يميل الشباب إلى الاعتماد على الوسائط الرقمية.

تقدم الدراسة توصيات لتعزيز المصداقية عبر تحسين المعايير المهنية في كلا من الصحف الورقية والإعلام الإلكتروني، وتعزيز ثقافة التحقق من المعلومات. كما تؤكد على أهمية فهم توجهات الجمهور واحتياجاته في ظل العصر الرقمي، مما يساهم في تعزيز العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع الكويتي.

الكلمات المفتاحية

المصداقية الإعلامية، الصحف الكويتية، الإعلام الإلكتروني، الجمهور الكويتي.

مقدمة:

يُعد الإعلام، بمختلف أنماطه التقليدية والرقمية، ركيزة أساسية في تشكيل الوعي العام، وتوجيه النقاش المجتمعي، وصياغة المواقف الفردية تجاه القضايا الحيوية. ففي ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها المشهد الإعلامي العالمي، بفعل الثورة الرقمية وتعدد المنصات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، والتي تنعكس بوضوح في البيئة الكويتية المعاصرة، حيث تتسارع وتيرة تدفق المعلومات بشكل غير مسبوق، تبرز مسألة مصداقية وسائل الإعلام كإحدى أبرز التحديات التي تواجه الجمهور والمؤسسات على حد سواء، إذ أصبحت القدرة على التمييز بين الخبر الصحيح والمضلل أكثر تعقيداً.

من منظوري كباحث وكمارس في المجال الصحفي، أرى أن ثمة فجوة متنامية بين الجمهور الكويتي وبعض المنصات الإعلامية. هذه الفجوة تتجلى في الشك، أو أحياناً، في اللامبالاة تجاه ما يُنشر أو يُعرض من محتوى، خصوصاً في الوسائط الإلكترونية التي باتت الأكثر انتشاراً. وفي مقابل هذا التراجع الملحوظ في الثقة ببعض المصادر، ما زالت الصحف الورقية تحتفظ بجزء من الهيبة التاريخية المرتبطة بـ"التحرير المهني" والتدقيق، رغم تراجع حضورها اليومي لصالح الوسائط الرقمية الأسرع والأكثر تفاعلية. هذه الملاحظة الأولية دفعتني إلى التعمق في فهم أبعاد هذه الظاهرة.

ومن هذا المنطلق، نشأت الحاجة إلى مساهمة مدى مصداقية الإعلام الكويتي - الورقي والإلكتروني - في أعين جمهوره المحلي. المسألة لا تقتصر فقط على فهم من يثق بماذا، ولكن تمتد لتشمل اكتشاف كيف ولماذا تتشكل الثقة أو تُفقد.

فالمصداقية لم تعد مجرد "صفة إعلامية" نظرية، بل باتت عنصراً حاسماً في العلاقة اليومية بين الوسيلة الإعلامية ومتلقيها، وهي علاقة تتوسطها عناصر عديدة كجودة المعلومة، موضوعية التغطية، وضوح المصدر، بل وحتى التحيز السياسي أو التجاري للوسيلة. ويتعمق هذا الإشكال البحثي عند النظر إلى العوامل الثقافية والاجتماعية الفريدة التي تميز المجتمع الكويتي، والتي قد تشكل أنماطاً خاصة في تقييم المصداقية تختلف عن السياقات الإقليمية أو العالمية الأخرى¹.

لذلك، تسعى هذه الدراسة إلى الدخول في صلب هذه العلاقة الجدلية بين وسائل الإعلام والجمهور الكويتي، من خلال تحليل مدى إدراك الجمهور لمصداقية كل من الصحف الورقية والإعلام الإلكتروني، في ضوء تزايد الاعتماد على الإنترنت كمصدر رئيسي للأخبار، إلى جانب استمرار الصحف الورقية كمؤسسات إعلامية ذات تاريخ وتأثير. وتنطلق هذه الدراسة من رؤية شاملة ترى أن المصداقية في الإعلام الكويتي لا تُقاس بمعايير موضوعية بحتة فحسب، بل هي نتاج تفاعل معقد بين العوامل التقنية (مثل سرعة النشر وتعدد المصادر) والعوامل الثقافية والمؤسسية (مثل القيم المجتمعية ومستوى الثقة بالمؤسسات). وهذا ما يجعل من الضروري تبني منظور متعدد الأبعاد يفكك هذه العلاقات المعقدة.

الدراسات السابقة:

شهدت البيئة الإعلامية في الكويت خلال العقد الأخير تحولاً كبيراً بفعل التوسع الرقمي وتنامي الاعتماد على الوسائط الإلكترونية كمصادر رئيسية للمعلومات، وهو ما دفع عدداً من الباحثين إلى دراسة الفروق بين الصحف الورقية والإعلام الإلكتروني من حيث التأثير والمصداقية.

حيث تطرقت عدد من الدراسات إلى أن الجمهور الكويتي يفضل المواقع الإلكترونية لسرعة الوصول، لكنه لا يزال يرى في الصحف الورقية مصدراً أكثر موثوقية، كما أن التوازن بين السرعة والدقة يُعدّ عاملاً حاسماً في تشكيل الرأي العام.

هذا وقد أظهرت دراسات أخرى، أن فئة الشباب تميل إلى الوسائط الرقمية نظراً لتفاعلها وسهولة الوصول إليها، إلا أن هذا التفضيل لا يخلو من قلق يتعلق بمصداقية المحتوى، فيما تناولت دراسات أثر انتشار الأخبار الكاذبة على ثقة الجمهور، مؤكدين أن مصداقية الوسيلة الإعلامية تتأثر بشكل مباشر بممارسات التحقق والتحرير، كما أن الصحف الورقية تواجه تحديات تتعلق بجذب القراء في ظل التحول الرقمي، ما يستدعي تبني استراتيجيات رقمية مبتكرة لتعزيز الثقة والاستمرارية.

وتتفق معظم الدراسات السابقة على أن المواقع الإلكترونية أصبحت الوسيلة المفضلة للفئات الشابة، بينما تحافظ الصحف الورقية على مكانة معتبرة لدى جمهور يبحث عن

التحليل والتوثيق. وتبرز هذه الأدبيات الحاجة إلى مقاربات بحثية تدمج بين فهم تفضيلات الجمهور، وقياس إدراكه لمصداقية الوسائل الإعلامية، في ظل تعدد المصادر وسرعة تدفق المعلومات.

وبناءً على ذلك فقد تم تقسيم تلك الدراسات وفقاً لمحورين رئيسيين حيث اشتملت على عدة دراسات متباينة تعكس الاتجاهات الأساسية في بحوث الإعلام الكويتي، مع التركيز على التفاعل بين الصحف الورقية والإلكترونية وتأثيرها على الجمهور، وذلك في كل محور من محاور الدراسة، وهي:

- المحور الأول: الدراسات التي تناولت تفضيلات الاستهلاك الإعلامي ومصداقية الوسائل.

- المحور الثاني: الدراسات التي تناولت التأثير الإعلامي على الرأي العام والسياسة. وسوف يتم عرض هذه الدراسات من خلال التسلسل التاريخي لها، حيث يتم البدء بالحدث:

أولاً: المحور الأول: الدراسات التي تناولت تفضيلات الاستهلاك الإعلامي ومصداقية الوسائل:

■ اهتمت دراسة خالد الحمادي (2024)² "الثقة في وسائل الإعلام: دراسة حالة للصحف والمواقع الإلكترونية في الكويت"، حيث استهدفت الدراسة تناولت هذه الدراسة مستوى الثقة في الصحف الورقية والمواقع الإلكترونية لدى الجمهور الكويتي، وتوصلت الدراسة إلى أن الثقة في الصحف الورقية تتفوق على المواقع الإلكترونية، لكن الفجوة تتقلص مع زيادة استخدام الإنترنت، كما تشير الدراسة إلى أهمية تعزيز مصداقية المحتوى الرقمي لمواكبة التغيرات في استهلاك الإعلام.

■ اهتمت دراسة يوسف النصر (2024)³ "تفاعل الشباب مع الإعلام: دراسة للمصادر الإلكترونية والمطبوعة الكويتي"، حيث استهدفت الدراسة كيفية تفاعل الشباب الكويتي مع الصحف الورقية والمواقع الإلكترونية، وتوصلت الدراسة أن الشباب يفضلون المواقع

الإلكترونية بسبب سهولة الوصول وسرعة المعلومات، كما تشير الدراسة إلى تحول في تفضيلات الجيل الشاب نحو الوسائط الرقمية.

■ اشارت دراسة (Tahat, L. 2024) 4: "تأثير الإعلانات المباشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي على مواقف المستهلكين الكويتيين"، حيث تستهدف هذه الدراسة تأثير الإعلانات المباشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي على مواقف المستهلكين في الكويت، وتشير النتائج إلى أن الإعلانات عبر الهواتف المحمولة تُعتبر أقل إزعاجاً وأكثر إفادة وترفيهاً من قبل المستهلكين الكويتيين، ومن المثير للاهتمام أن المصداقية لم تكن عاملاً مؤثراً بشكل كبير في تشكيل مواقف المستهلكين تجاه هذه الإعلانات، مما قد يشير إلى تقبل أكبر للعلامات التجارية الجديدة والمنتجات في سوق مفتوح مثل الكويت.

■ بينت دراسة (Steve Zhongshi Guo, Dan Wang, Chris Fei Shen) 5: الفجوة بين التوقعات والتقييم: تفاعل الجمهور مع الأخبار وتصورات الأداء الإعلامي والمصداقية"، حيث هدفت هذه الدراسة، التي أجريت في هونغ كونغ، الفجوة بين توقعات الجمهور لأداء وسائل الإعلام وتقييمهم الفعلي لهذا الأداء، وتأثير ذلك على تصوراتهم لمصداقية وسائل الإعلام، كما توصلت النتائج إلى أن هذه الفجوة تؤثر بشكل كبير على إدراك الجمهور لمصداقية وسائل الإعلام، مما يبرز أهمية تلبية توقعات الجمهور لتعزيز الثقة.

■ لفتت دراسة (Sadam Hussain, Dr. Malik Adnan, Rana Babar Sohail) 6: تصورات الجمهور حول موثوقية وسائل الإعلام الإخبارية في العصر الرقمي"، حيث هدفت إلى فهم كيف تؤثر التقنيات الرقمية على تصورات الجمهور لموثوقية وسائل الإعلام الإخبارية. من خلال تحليل أنماط استهلاك الأخبار عبر المنصات الرقمية، وجدت الدراسة أن وفرة المعلومات وسهولة الوصول إليها قد تؤدي إلى تآكل الثقة في وسائل الإعلام التقليدية، مما يستدعي تطوير استراتيجيات لتعزيز المصداقية في البيئة الرقمية.

- تناولت دراسة عبد الله العجمي (2023)⁷ "تأثير الصحف الورقية والمواقع الإلكترونية على الرأي العام في الكويت" حيث استهدفت الدراسة إلى فهم تأثير كل من الصحف الورقية والمواقع الإلكترونية على تشكيل الرأي العام في الكويت، واعتمد الباحث على منهج المسح الميداني، حيث قام بجمع البيانات من عينة تمثيلية من الجمهور الكويتي ، وتوصلت الدراسة إلى أن الجمهور يفضل المواقع الإلكترونية للحصول على الأخبار بسبب سهولة الوصول وسرعة التحديث، إلا أن الصحف الورقية لا تزال تُعتبر أكثر موثوقية من قبل شريحة كبيرة من القراء، كما تشير الدراسة إلى أن التوازن بين السرعة والمصداقية يلعب دورًا حاسمًا في تشكيل الرأي العام.
- ركزت دراسة يوسف السالم (2023)⁸ "الإعلام التقليدي والحديث: تأثيرهما على المجتمع الكويتي"، حيث استهدفت الدراسة لمقارنة تأثير الإعلام التقليدي، مثل الصحف الورقية، والإعلام الحديث، مثل المواقع الإلكترونية، على المجتمع الكويتي، واستخدم الباحث منهج المسح الميداني، مستهدفًا عينة متنوعة من المواطنين، وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلام الحديث يتميز بسرعة نقل المعلومات وتحديثها، مما يجعله أكثر جذبًا للجمهور، خاصة الشباب ومع ذلك، لا تزال الصحف الورقية تُعتبر مصدرًا موثوقًا للمعلومات المتعمقة والتحليلات. تشير الدراسة إلى أن التكامل بين الوسيلتين يمكن أن يعزز من فعالية الإعلام في المجتمع.
- استهدفت دراسة ريم الصباح (2023)⁹ "أنماط استهلاك الإعلام والتصور العام في الكويت"، حيث استهدفت الدراسة أنماط استهلاك وسائل الإعلام وتأثيرها على تصور الجمهور الكويتي للحقائق، كما أكدت الدراسة أن الجمهور يميل إلى استخدام المواقع الإلكترونية كمصدر رئيسي للأخبار، مما يؤثر على آرائهم حول الأحداث الجارية، وتوصلت الدراسة إلى أن التغير في سلوكيات استهلاك الإعلام وتأثيرها على تشكيل التصورات العامة.
- استهدفت دراسة سارة الخالد (2023)¹⁰ "مستقبل الصحف الورقية في العصر الرقمي: رؤى من الكويت"، حيث استهدفت الدراسة مستقبل الصحف الورقية في ظل تزايد

استخدام المواقع الإلكترونية في الكويت، كما وجدت الدراسة أن الصحف الورقية تحتاج إلى التكيف مع التحولات الرقمية للحفاظ على جمهورها، وتوصلت الدراسة بتبني استراتيجيات رقمية مبتكرة لضمان الاستمرارية.

■ تناولت دراسة ناصر القطان (2023) 11 "تصورات المصداقية في الإعلام الكويتي: الورقي مقابل الإلكتروني"، حيث استهدفت الدراسة تصورات الجمهور الكويتي حول مصداقية الصحف الورقية مقارنة بالمواقع الإلكترونية. أظهرت الدراسة أن الجمهور يميل إلى اعتبار الصحف الورقية أكثر مصداقية، ولكن المواقع الإلكترونية تُعتبر أسرع في نقل الأخبار، وتوصلت الدراسة على التحديات التي تواجهها الوسائط الرقمية في بناء الثقة.

■ اهتمت دراسة خالد السعد (2022) 12 "تأثير الأخبار الكاذبة على مصداقية الصحف والمواقع الإلكترونية في الكويت"، حيث استهدفت الدراسة لاستكشاف تأثير انتشار الأخبار الكاذبة على ثقة الجمهور في وسائل الإعلام الكويتية، سواء الصحف الورقية أو المواقع الإلكترونية، واستخدم الباحث منهج المسح الميداني، مستهدفًا عينة من المواطنين، وتوصلت الدراسة إلى أن انتشار الأخبار الكاذبة يؤثر سلبًا على مصداقية كلا النوعين من الوسائط، حيث يعبر الجمهور عن قلقه من صعوبة التمييز بين الأخبار الحقيقية والمزيفة، كما تشير الدراسة إلى الحاجة لتعزيز آليات التحقق من المعلومات وتوعية الجمهور بأهمية التحقق من المصادر.

■ عالجت دراسة سارة الخالدي (2022) 13 "وسائل الإعلام وتأثيرها على الشباب الكويتي: دراسة مقارنة بين الصحف والمواقع الإلكترونية" حيث استهدفت الدراسة إلى بتحليل كيفية تفاعل الشباب الكويتي مع المعلومات المقدمة من الصحف الورقية والمواقع الإلكترونية، واستخدمت الباحثة المنهج المقارن، معتمدة على استبيانات ومقابلات مع شريحة من الشباب تتراوح أعمارهم بين 18 و30 عامًا، وتوصلت الدراسة إلى أن الشباب يميلون إلى الاعتماد على المواقع الإلكترونية كمصدر رئيسي للأخبار والترفيه، نظرًا لتوفرها الدائم وسهولة الوصول إليها عبر الأجهزة الذكية. ومع ذلك، أعرب بعض

المشاركين عن قلقهم بشأن مصداقية المعلومات على الإنترنت، مما يشير إلى الحاجة لتعزيز التحقق من المصادر.

■ قدمت دراسة ليلي الجاسم (2022)¹⁴ "الإعلام الرقمي وتأثيره على الشباب الكويتي: دراسة مقارنة بالصحف الورقية"، حيث استهدفت الدراسة لتحليل كيفية استجابة الشباب الكويتي للمعلومات المقدمة من الصحف الورقية والمواقع الإلكترونية، واعتمدت الدراسة على استبيانات ومقابلات مع شباب تتراوح أعمارهم بين 18 و 25 عامًا، وتوصلت الدراسة إلى أن الشباب يفضلون المواقع الإلكترونية بسبب التفاعل وسهولة الوصول، حيث توفر هذه الوسائل محتوى متنوعًا يتناسب مع اهتماماتهم. ومع ذلك، أبدى بعض المشاركين رغبة في وجود محتوى أكثر موثوقية، مما يشير إلى أهمية تعزيز جودة المعلومات المقدمة عبر الإنترنت.

■ اهتمت دراسة فهد المطيري (2022)¹⁵ "استخدام الإعلام الرقمي والثقة في الصحف التقليدية بين الشباب الكويتي" حيث استهدفت الدراسة كيفية استخدام الشباب الكويتي للمواقع الإلكترونية مقارنة بالصحف الورقية وتأثير ذلك على مستويات الثقة، كما وجدت الدراسة أن الشباب يثقون أكثر بالمحتوى الإلكتروني، مما يؤثر على انخراطهم في القضايا الاجتماعية والسياسية، وتوصلت الدراسة إلى التحول في أنماط استهلاك المعلومات بين الأجيال الشابة، مع تفضيل الوسائط الرقمية على التقليدية.

■ ركزت دراسة محمد زيدان (2022)¹⁶ "تحليل مقارن لتأثير الإعلام الورقي والإلكتروني على الرأي العام الكويتي" حيث استهدفت الدراسة المقارنة بين تأثير الصحف الورقية والمواقع الإلكترونية على الرأي العام في الكويت، وأكدت الدراسة أن المواقع الإلكترونية كانت الأكثر تأثيرًا بين الفئات الشبابية، بينما لا تزال الصحف الورقية تحظى بقبول أكبر بين الأجيال الأكبر، كما سلطت الدراسة الضوء على الفروق العمرية في استهلاك الإعلام وتأثيرها على تشكيل الآراء.

ثانياً: المحور الثاني: الدراسات التي تناولت التأثير الإعلامي على الرأي العام والسياسة:

- بينت دراسة مزمل أبو القاسم الشريف حسين (2024) ¹⁷: "دور وسائل الإعلام الحديثة في تشكيل الرأي العام وصنع القرار (الرأي العام المصري نموذجاً)"، حيث استهدفت هذه الدراسة تحليل كيفية مساهمة وسائل الإعلام الحديثة في تشكيل الرأي العام ودعم عمليات صنع القرار، على الرغم من كونها دراسة حالة على الرأي العام المصري، إلا أنها تقدم إطاراً نظرياً ومنهجياً قيماً لفهم الآليات التي تؤثر بها هذه الوسائل على الوعي العام وتوجيهه، وهو ما يخدم أهداف هذا المحور المتعلقة بتأثير الإعلام على الرأي العام والسياسة بشكل عام.
- اشارت دراسة "Bindawood Alabdouli, L. K. (2024) ¹⁸: أثر وسائل الاعلام الجديدة والتنشئة السياسية على تشكيل الرأي العام: دراسة ميدانية في دولة الامارات العربية المتحدة، حيث تناولت هذه الدراسة أثر وسائل الإعلام الجديدة وعملية التنشئة السياسية في تشكيل الرأي العام لدى الجمهور في دولة الإمارات العربية المتحدة، كما تقدم الدراسة رؤى حول العلاقة المعقدة بين استهلاك الإعلام الرقمي، والتنشئة السياسية، وكيفية صياغة الآراء والمعتقدات العامة، مما يجعلها ذات صلة قوية بفهم تأثير الصحافة المحلية (بشقيها الجديد والتقليدي) على الرأي العام والسياسة في سياق إقليمي مشابه.
- ركزت دراسة جاسم المنصور (2024) ¹⁹ "ديناميكيات الرأي العام: تأثير الإعلام الورقي والإلكتروني في الكويت"، حيث استهدفت الدراسة التأثير على الرأي العام في الكويت من خلال تأثير الصحف والمواقع الإلكترونية، كما أكدت الدراسة أن كلا النوعين من الوسائط يلعبان دوراً حاسماً في تشكيل آراء الجمهور، مع تفضيل واضح للمواقع الإلكترونية بين الفئات الأصغر سناً، وتوصلت الدراسة إلى أهمية فهم التفاعلات بين الوسائط المختلفة في تشكيل الرأي العام.
- استهدفت دراسة علي الرفاعي (2024) ²⁰ "الإعلام الكويتي: تحديات الصحف الورقية في ظل الإعلام الرقمي"، حيث استهدفت الدراسة لتحديد التحديات التي تواجه الصحف

الورقية في الكويت نتيجة انتشار الإعلام الرقمي، واستخدم الباحث منهج المسح الميداني، مستهدفًا عينة من العاملين في مجال الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى الصحف الورقية تواجه تحديات كبيرة في جذب القراء، خاصة الشباب، الذين يفضلون الحصول على الأخبار عبر الإنترنت، كما تشير الدراسة إلى أن الصحف بحاجة إلى تطوير استراتيجيات جديدة، مثل تعزيز وجودها الرقمي وتقديم محتوى تفاعلي، للبقاء في المنافسة مع المواقع الإلكترونية.

- اهتمت دراسة نورة العنزي (2023)²¹ "تأثير الإعلام الإلكتروني على الرأي العام الكويتي: دراسة حالة"، حيث استهدفت الدراسة لاستكشاف تأثير الإعلام الإلكتروني على تشكيل آراء الجمهور الكويتي في القضايا السياسية والاجتماعية، واعتمدت الدراسة على تحليل محتوى وسائل الإعلام الإلكترونية واستطلاعات رأي الجمهور، وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلام الإلكتروني يلعب دورًا متزايدًا في تشكيل الرأي العام، خاصة بين الشباب، حيث يُعتبر مصدرًا رئيسيًا للمعلومات، كما أشارت الدراسة إلى أن التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي يعزز من تأثير هذه الوسائل على الجمهور.
- ركزت دراسة طلال الفهد (2023)²² "دور الإعلام الورقي والرقمي في تشكيل الآراء السياسية في الكويت"، حيث استهدفت الدراسة دور الصحف الورقية والمواقع الإلكترونية في تشكيل الآراء السياسية لدى الجمهور الكويتي، كما وجدت الدراسة أن التغطية السياسية من كلا النوعين من الوسائط تؤثر بشكل كبير على تصورات الجمهور حول القضايا الوطنية، وتوصلت الدراسة إلى أهمية تنوع المصادر الإعلامية في تشكيل الوعي السياسي.
- كشفت دراسة فاطمة القحطاني (2023)²³ "وسائل الإعلام وتأثيرها على القضايا الاجتماعية في الكويت"، حيث استهدفت الدراسة لفهم تأثير وسائل الإعلام، سواء الصحف الورقية أو المواقع الإلكترونية، على القضايا الاجتماعية في الكويت، واعتمدت الباحثة على تحليل محتوى وسائل الإعلام واستطلاعات رأي الجمهور، وتوصلت الدراسة إلى أن الصحف توفر تحليلات معمقة حول القضايا الاجتماعية، مما يساعد

في تشكيل فهم أعمق لدى الجمهور. في المقابل، توفر المواقع الإلكترونية سرعة في نقل الأخبار، مما يجعلها مصدراً رئيسياً للمعلومات الفورية، كما تشير الدراسة إلى أن التكامل بين الوسيطتين يمكن أن يعزز من وعي الجمهور بالقضايا الاجتماعية.

■ ركزت دراسة منى العوضي (2023)²⁴ "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام الكويتي"، حيث استهدفت الدراسة لفهم كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام في الكويت، مقارنة بالصحف الورقية. اعتمدت الباحثة على استبيانات ومقابلات مع عينة من المواطنين، وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدراً رئيسياً للمعلومات، خاصة بين الشباب، مما يؤثر على مدى الاعتماد على الصحف الورقية، كما تشير الدراسة إلى أن التفاعل الفوري والمحتوى المتنوع على هذه المنصات يعزز من تأثيرها على تشكيل الرأي العام.

■ اهتمت دراسة حمد الشمري (2023)²⁵ "أثر الصحف الورقية والإعلام الإلكتروني على الرأي العام في الكويت"، حيث استهدفت الدراسة تأثير الصحف الورقية والمواقع الإلكترونية على تشكيل الرأي العام في الكويت من خلال استطلاع آراء الجمهور، وتوصلت الدراسة إلى أن الجمهور يفضل الأخبار السريعة من المواقع الإلكترونية، لكن الصحف الورقية لا تزال تُعتبر مصدراً موثقاً للمعلومات المعقدة، كما تشير الدراسة إلى أن التوازن بين السرعة والمصداقية يلعب دوراً حاسماً في تشكيل الرأي العام، وأن كلا النوعين من الوسائط الإعلامية لهما تأثير متباين على مختلف فئات المجتمع.

التعليق على الدراسات السابقة:

تُظهر الدراسات السابقة تراكمًا معرفياً غنياً يعكس اهتمام الباحثين العرب والكويتيين خصوصاً، بفهم التحولات الجذرية في أنماط استخدام وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، وتأثيرها في تشكيل الرأي العام والثقة الجماهيرية، وقد تنوعت هذه الدراسات من حيث الإطار النظري والمنهجي، حيث اتجه بعضها إلى المقاربات المسحية الميدانية، بينما اعتمدت أخرى على التحليل المقارن والمحتوى الإعلامي، مما يعكس نضج الحقل البحثي واتساع نطاقه المعرفي.

ومن أبرز الاتجاهات المشتركة في نتائج الدراسات، تفضيل الجمهور الكويتي - وبخاصة الشباب - للمواقع الإلكترونية كمصدر رئيسي للأخبار، نظراً لسهولة الوصول، وسرعة التحديث، وتنوع المحتوى. ومع ذلك، لا تزال الصحف الورقية تحتفظ بهيبتها كمصدر أكثر موثوقية، خاصة عند التعامل مع الأخبار التحليلية أو القضايا الاجتماعية والسياسية المعقدة، وهذا التباين يبرز التوتر القائم بين السرعة والمصداقية، وهي ثنائية تكررت الإشارة إليها في أكثر من دراسة.

كما اشارت بعض الدراسات إلى أن التفاعل الذي توفره الوسائط الرقمية - وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي - يعزز من تأثير هذه المنصات في تشكيل الرأي العام، حيث يظهر أن الفئات الأصغر سناً باتت تعتمد بشكل متزايد على الإعلام الرقمي في تشكيل مواقفها السياسية والاجتماعية، ما قد يُحدث شراً بين الأجيال في أنماط استهلاك المعلومات.

حيث تتفق معظم الدراسات (العجمي، الخالدي، العنزي، الشمري، النصر) على أن هناك ميلاً واضحاً لدى فئة الشباب نحو استخدام الوسائط الرقمية كمصدر أساسي للأخبار والمعلومات، مدفوعاً بعوامل مثل سرعة التحديث، التفاعل اللحظي، وسهولة الوصول. ومع ذلك، تبرز دراسات أخرى (السالم، الحمادي، القطان) دلالة على استمرار مكانة الصحف الورقية كمصدر موثوق لدى شرائح أوسع من الجمهور، ولا سيما الجيل الأكبر سناً، الذي لا يزال يربط بين الورق والمصداقية والعمق التحليلي.

كما سلطت دراسات مثل تلك التي أعدها خالد السعد وريم الصباح الضوء على أزمة الثقة في المحتوى الإعلامي، لا سيما في البيئة الرقمية التي تتسم بتدفق الأخبار السريع وانتشار الإشاعات. وقد تبين أن الجمهور الكويتي بات أكثر وعياً بمخاطر الأخبار الزائفة، ما دفع عدداً من الباحثين إلى الدعوة لتعزيز أدوات التحقق من الأخبار (Fact-checking) وتنشيط الجمهور في كيفية التمييز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة. هذا وقد أظهرت بعض الدراسات (العنزي، الفهد، المنصور) أن الإعلام الرقمي يلعب دوراً كبيراً في تشكيل الرأي العام خاصة فيما يتعلق بالقضايا السياسية والاجتماعية الطارئة،

نظراً لسرعة انتشاره وقابليته للتداول عبر شبكات التواصل. بالمقابل، اعتبرت دراسات أخرى (القحطاني، الجاسم، زيدان) أن الصحف الورقية، رغم تراجع انتشارها، لا تزال تتمتع بقدرة تحليلية تفوق الوسائط الرقمية، خصوصاً في تفسير الظواهر المعقدة وتقديم محتوى رصين. وتميّزت الدراسات محل التحليل بتنوع مناهجها، إذ استخدم بعضها أدوات كمية مثل الاستبيانات (الخالد، الجاسم، المطيري)، في حين لجأ البعض الآخر إلى التحليل الكيفي ودراسات الحالة (العنزي، المنصور)، وهذا التنوع يعكس محاولة جادة لفهم الظاهرة الإعلامية من زوايا متعددة، إلا أن غلبة التركيز على فئة الشباب تطرح تساؤلات حول مدى تمثيل النتائج للفئات العمرية الأخرى.

وهنا تبرز الحاجة إلى بناء استراتيجيات تكاملية بين الوسائط الإعلامية، تقوم على تعزيز مصداقية المحتوى الرقمي من جهة، وتحديث الصحافة الورقية من جهة أخرى، لتقديم نموذج إعلامي هجين يستجيب لمتطلبات الجمهور الحديث.

بناء على ذلك، يبدو أن مستقبل الإعلام في الكويت يتجه نحو نماذج تكاملية وتفاعلية، تجمع بين عمق الصحف الورقية وديناميكية الوسائط الإلكترونية. ويبقى التحدي الأهم هو الحفاظ على جودة المعلومات في بيئة رقمية سريعة التحول، مع الالتزام بالمعايير المهنية التي تضمن ثقة الجمهور واستمرارية التأثير الإعلامي

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

تشكل الدراسات السابقة مرجعية مهمة في فهم تحولات المشهد الإعلامي الكويتي، إلا أن الاستفادة منها في هذه الدراسة تواجه بعض القيود، فقد ركزت معظم هذه البحوث على فئة الشباب دون غيرهم، مما يقلل من شمولية النتائج ويحد من قدرتها على تمثيل شرائح الجمهور المختلفة.

كما أن عدداً منها اكتفى برصد أنماط الاستخدام الإعلامي دون التعمق في محددات المصداقية كما يدركها الجمهور، أو في الفروق النوعية بين الوسائط الإعلامية المختلفة.

إضافة إلى ذلك، فإن المقارنات المباشرة بين الصحف الورقية والإعلام الإلكتروني من حيث مستويات الثقة والمصداقية لم تحظَ بما يكفي من الدراسة، كما أن كثيراً من هذه

الأبحاث اعتمدت منهجيات وصفية دون إجراء تحليلات مقارنة تبرز الفروق في التناول المهني والمصداقية بين الوسيلتين.

من هنا، تسعى هذه الدراسة إلى تجاوز تلك القيود من خلال بناء نموذج تحليلي يدمج بين المقارنة المنهجية والقياس الميداني، لتقديم فهم أدق لمستوى مصداقية الإعلام الكويتي كما يراها الجمهور.

مشكلة الدراسة:

في ظل التحول الرقمي المتسارع و"الطفرة الرقمية" التي يشهدها المشهد الإعلامي، تواجه الكويت تحديًا جوهريًا يتمثل في أزمة مصداقية الوسائل الإعلامية بشقيها التقليدي والحديث، وتبرز هذه الأزمة من خلال معاناة البيئة الإعلامية الكويتية من أزمة ثقة متنامية، حيث يواجه الجمهور صعوبة متزايدة في التمييز بين المصادر الموثوقة والمشبوهة وسط التدفق المعلوماتي الهائل، وقد أكدت دراسة السعد خطورة انتشار الأخبار الكاذبة والتضليل الإعلامي في هذا السياق.

وفي حين أظهرت دراسات الحمادي والقطان أن الصحف الورقية تحافظ على ثقة أعلى نسبيًا، إلا أن دراسة الخالدي كشفت عن تآكل هذه الثقة مع تحول الشباب نحو المصادر الإلكترونية.

بالإضافة إلى معاناة المشهد الإعلامي من غياب معايير واضحة لتقييم المصداقية، مما يؤدي إلى اعتماد غير نقدي على الوسائل الإعلامية كما بينت دراسة الصباح، ويتفاقم هذا التحدي مع نقص المهارات النقدية لدى شرائح واسعة من الجمهور، مما يؤثر سلبيًا على قدرة الأفراد في اتخاذ القرارات المستنيرة وفق دراساتي المطيري وزيدان.

كما تلعب العوامل السياسية والاجتماعية دورًا محوريًا في تشكيل تصورات المصداقية، وهذا ما أشارت إليه دراسة الفهد، فغالبًا ما يُنظر إلى بعض المنصات الإعلامية على أنها تروج لأجندات معينة، بينما أظهرت دراسة العنزي أن الإعلام الرقمي - رغم كونه أداة رئيسية في تشكيل الرأي العام - يعاني من تحيزات واضحة تضعف مصداقيته.

ومن هنا تتضح إشكالية الدراسة من خلال التناقض بين الاعتماد المتزايد على الإعلام الرقمي من ناحية، وانخفاض مستوى الثقة فيه من ناحية أخرى، وهذا التناقض - كما بينت دراسة المنصور يؤدي إلى تشويه الإدراك المجتمعي ويؤثر على جودة الرأي العام وقدرة الأفراد على المشاركة الفاعلة في الشأن العام.

في هذا السياق، تبرز الحاجة الملحة لدراسة تأثير هذه العوامل على تصورات الجمهور الكويتي لمصداقية الوسائل الإعلامية المختلفة، خاصة في ظل تداخل الأجناس السياسية مع التغطية الإعلامية وغياب الآليات الفعالة لمواجهة التضليل الإعلامي.

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة في ضوء التحولات الإعلامية المتسارعة في الكويت، وفي ظل ما أظهرته النتائج الميدانية من تحديات جوهرية تتعلق بمستوى مصداقية الصحف الورقية والمواقع الإلكترونية الكويتية، حيث تمثل هذه الدراسة خطوة حيوية نحو فهم أعمق للتحديات والفرص التي تواجه الصحف الورقية والإعلام الإلكتروني في الكويت، مما يسهم في بناء مجتمع أكثر وعياً واهتماماً بالمعلومات الدقيقة والموثوقة، في ظل النقص الواضح في الأدبيات التي تناولت هذه القضية في البيئة الإعلامية الكويتية تحديداً.

وتقدم هذه الدراسة قيمة مضافة من خلال تركيزها الدقيق على أبعاد المصداقية المحددة، وتوفير بيانات مباشرة تعكس واقع الإدراك الجماهيري في الكويت، وذلك في ظل التداخلات البيئية السياسية والاجتماعية الفريدة للمجتمع الكويتي.

كما تسد هذه الدراسة فجوة بحثية تتمثل في قلة الدراسات الميدانية المعمقة التي تناولت تقييم الجمهور الكويتي للمصداقية الإعلامية في سياق متعدد الوسائط، كما توفر نتائجها قاعدة معرفية يمكن الاستناد إليها في تطوير السياسات الإعلامية، خاصة أن الدراسة تُظهر وجود علاقة قوية بين مصداقية الوسيلة وسلوك المتابعة لدى الجمهور (معامل ارتباط بيرسون = 0.72)، كما تسد هذه الدراسة فجوة بحثية من خلال إثبات أن الأغلبية العظمى يثقون بالصحف الورقية كمصدر موثوق للمعلومات، وهي نتيجة تُعارض الاتجاه العالمي

الذي يرتفع فيه ثقل المنصات الرقمية، وهذا يُجيب على التساؤل البحثي الرئيسي حول أولويات الثقة الإعلامية في الكويت، ويقدم بيانات أولية لدراسات مقارنة مع دول الخليج.

لذلك فانه من الناحية النظرية والتطبيقية، تُقدم هذه الدراسة إسهامات متعددة:

من الناحية التطبيقية، فإنها تساعد الفهم العميق لكيفية إدراك الجمهور لمصداقية الصحف الورقية والإعلام الإلكتروني، صناع القرار في المؤسسات الإعلامية على تعزيز جودة المحتوى الإعلامي وتطوير استراتيجيات تحريرية وتسويقية تستجيب لمتطلبات الجمهور وتوقعاته، خاصة في عصر تتنافس فيه المصادر الإعلامية بشكل متزايد، كما توفر الدراسة رؤى استراتيجية للطلاب والباحثين في مجال الإعلام، تعزز من قدرتهم على تحليل المشهد الإعلامي النقدي، وتساعدهم في فهم العلاقة المعقدة بين الإعلام والمجتمع في الكويت، وكيف تعكس نتائج مدى تأثير المصداقية على الوعي العام والقضايا المجتمعية، وتعتبر نتائج الدراسة مرجعاً مهماً لصانعي السياسات الإعلامية والجهات الرقابية، حيث تقدم معلومات قيمة حول كيفية تحسين الممارسات وتبني معايير أعلى للمصداقية في الإعلام الكويتي، مما يعزز من المسار الديمقراطي والشفافية في المجتمع.

أما من الناحية النظرية، فتُسهم النتائج في إثراء الأدبيات المتعلقة بنظرية المصداقية الإعلامية وتطبيقها في سياق المجتمعات العربية والخليجية على وجه الخصوص، مما قد يفتح آفاقاً لبناء نماذج نظرية أكثر شمولية تتناسب مع خصوصية هذه المجتمعات، مما يفتح الباب أمام دراسات مستقبلية تقارن بين البيانات الإعلامية في الخليج والمنطقة العربية بشكل عام.

أهداف الدراسة:

تستهدف الدراسة بشكل رئيسي:

- قياس مدى ثقة الجمهور الكويتي في الصحف الورقية والإعلام الإلكتروني من خلال تحليل المحتوى واستطلاعات الرأي.
- دراسة العوامل التي تؤثر على مصداقية وسائل الإعلام، مثل جودة المحتوى، موضوعية التغطية، وسرعة نشر الأخبار.

- إجراء مقارنة منهجية بين الصحف الورقية والإعلام الإلكتروني لتحديد الفروقات في المصداقية والثقة لدى الجمهور.
- استكشاف كيفية تفاعل الجمهور مع الأخبار والمعلومات، وتحديد تفضيلاتهم في الحصول على المعلومات.
- تقديم توصيات لتحسين جودة المحتوى الإعلامي وتعزيز مصداقيته، مما يدعم صانعي القرار في اتخاذ خطوات فعالة.

تساؤلات الدراسة:

تساؤلات الدراسة تهدف إلى فهم أعمق لمصداقية الصحف الورقية والإعلام الإلكتروني في الكويت، وكيف تؤثر العوامل المختلفة على آراء وتفضيلات الجمهور. هذه التساؤلات تشكل أساس البحث وتساعد في توجيه جمع البيانات وتحليلها، وتتضمن تساؤلات الدراسة النقاط التالية:

- كيف يقيم الجمهور الكويتي مصداقية الصحف الورقية مقارنةً بالإعلام الإلكتروني؟
- ما العوامل التي تؤثر في ثقة الجمهور في كل من الصحف الورقية ووسائل الإعلام الإلكترونية؟
- كيف تؤثر المصداقية الإعلامية على فهم الجمهور للقضايا الاجتماعية والسياسية في الكويت؟
- ما الاختلافات في تصورات مصداقية الإعلام بين الفئات العمرية والجنسين في المجتمع الكويتي؟
- كيف تسهم وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل آراء الجمهور حول مصداقية الصحف والإعلام الإلكتروني؟
- ما الآثار الناتجة عن انتشار الأخبار المضللة على ثقة الجمهور في وسائل الإعلام المختلفة؟
- ما الاستراتيجيات المقترحة لتحسين مصداقية المحتوى الإعلامي في الكويت؟

فروض الدراسة:

- الفرض الأول: هناك علاقة إيجابية بين جودة المحتوى الإعلامي ومصادقية الصحف الورقية لدى الجمهور الكويتي.
- الفرض الثاني: تزداد ثقة الجمهور الكويتي في الإعلام الإلكتروني مقارنة بالصحف الورقية.
- الفرض الثالث: تؤثر المتغيرات الديموغرافية (مثل العمر والجنس) على مدى ثقة الجمهور في وسائل الإعلام.
- الفرض الرابع: هناك علاقة سلبية بين انتشار المعلومات المضللة ومصادقية وسائل الإعلام في نظر الجمهور.

الإطار النظري للدراسة:

ينقسم الإطار النظري لهذه الدراسة إلى أربعة محاور رئيسة تُعنى بتفكيك مفهوم المصادقية الإعلامية ضمن السياق الكويتي، مع ربطه بالتطورات النظرية والمنهجية التي شهدتها هذا المفهوم في الأدبيات الإعلامية، بما يمكن الباحث من مقارنة تحليلية دقيقة لمصادقية كل من الصحافة الورقية والإعلام الإلكتروني في البيئة الإعلامية الكويتية. حيث يُعنى هذا الإطار بتقديم فهم منهجي لمفهوم المصادقية وتحولاته، وأبرز الاتجاهات النظرية التي تناولته في سياق الإعلام التقليدي والرقمي، وصولاً إلى نموذج نظري يمكن اعتماده لتحليل المصادقية في البيئة الإعلامية الكويتية²⁶. وبناء عليه يتناول هنا الباحث نظرية (مصادقية وسائل الإعلام)، وذلك على النحو التالي:

أولاً مفهوم المصادقية:

تُعد المصادقية من أبرز المفاهيم المركزية في دراسات الإعلام، حيث ترتبط مباشرة بدرجة ثقة الجمهور في الوسائل الإعلامية ومضامينها، وقد عرّفها Gaziano &

McGrath (1986) 27 بأنها "مجموعة من السمات التي تُنسب إلى وسيلة الإعلام، وتشمل الدقة، الموضوعية، الحياد، الانصاف، والثقة".

وفي السياق ذاته، يرى (2001) Kiouisis 28 أن المصداقية هي بناء إدراكي يتأثر بعوامل عدة، من أبرزها الانطباعات السابقة للجمهور عن الوسيلة، وتماسك المحتوى، وأسلوب تقديم المعلومات.

وهذا ما يجعلها مفهوماً ديناميكياً يتغير بتغير التجربة الإعلامية والسياق الاجتماعي والثقافي للمتلقي.

ثانياً التطور التاريخي لمفهوم المصداقية:

تعود الجذور البحثية لدراسة المصداقية إلى أبحاث ما بعد الحرب العالمية الثانية، لا سيما في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Media Dependency Theory)، حيث ركزت دراسات مثل تلك التي أجراها (1953) Hovland et al. 29 على "مصداقية المصدر" بوصفها عنصراً أساسياً في التأثير الإقناعي.

وفي مراحل لاحقة، اتسع نطاق الدراسة ليشمل مصداقية المحتوى ومصداقية الوسيلة، خصوصاً مع الانتقال من إعلام النخبة إلى الإعلام الرقمي التفاعلي، مما أدى إلى بروز تحديات جديدة مثل الأخبار الزائفة والمحتوى غير المهني. (Tseng & Fogg, 1999)

30)

ثالثاً أبعاد المصداقية:

تُظهر الأدبيات الإعلامية أن المصداقية يمكن تناولها من خلال أبعاد متعددة. فقد اقترح (1988) Meyer 31 خمسة أبعاد لمصداقية الوسيلة: الدقة، الشمول، التوازن، الموضوعية، والانصاف.

بينما ركزت دراسات عربية، مثل دراسة الجزائري (2007) 32، على أبعاد مثل وضوح المصدر، مصداقية النية، وسابقة المعرفة بالمؤسسة الإعلامية، اما في البيئة الخليجية، وخصوصاً الكويت، كشفت دراسة البدر (2022) 33 عن فروق في إدراك الجمهور الكويتي

لمصداقية الصحافة الورقية مقارنة بالمواقع الإلكترونية، حيث ربطت المصداقية بالضوابط المهنية في الوسيلة التقليدية، مقابل السرعة وتنوع المصادر في الوسائط الرقمية.

رابعاً النموذج البنائي للمصداقية:

تستند هذه الدراسة إلى النموذج البنائي للمصداقية كما طوّره Flanagan & Metzger (2007) ، والذي ينظر إلى المصداقية بوصفها "عملية إدراكية-اجتماعية" تُبنى من خلال التفاعل بين المتلقي والمحتوى والسياق التكنولوجي والثقافي، حيث يفترض النموذج أن إدراك المصداقية لا يستند فقط إلى خصائص المصدر أو الرسالة، بل إلى تجارب الجمهور السابقة، وطبيعة الوسيلة، ومدى توافق الرسالة مع توقعات المتلقي، ويتسم هذا النموذج بالمرونة، ما يجعله مناسباً لتحليل بيئة إعلامية هجينة مثل الكويت، حيث يتداخل الإعلام الرسمي مع الإعلام التفاعلي والمواطنة.

نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة تحت فئة الأبحاث الوصفية التحليلية، حيث تهدف إلى استكشاف وفهم ظاهرة مصداقية الصحف الورقية والإعلام الإلكتروني في الكويت من خلال تحليل تصورات الجمهور، حيث تعتمد الدراسة على منهجية تحليل البيانات الكمية والنوعية، مما يمكن الباحثين من جمع معلومات شاملة حول آراء الجمهور وتوجهاته تجاه وسائل الإعلام المختلفة.

كما تتضمن الدراسة استخدام استبيانات لجمع البيانات من عينة متنوعة من الجمهور الكويتي، مما يسمح بتحليل الفروق في التصورات حسب العوامل الاجتماعية والديموغرافية، بالإضافة إلى تنطرق الدراسة لدراسة العلاقة بين مصداقية الإعلام ووعي الجمهور بالقضايا الاجتماعية والسياسية، مما يعزز من فهم التحديات التي تواجه الإعلام في العصر الرقمي، ويتميز هذا النوع من الدراسة بقدرته على تقديم رؤى عميقة حول كيفية تأثير المصداقية على الثقة في وسائل الإعلام، مما يساهم في تطوير استراتيجيات فعالة لتحسين جودة المحتوى الإعلامي، من خلال هذه المنهجية، تهدف الدراسة إلى تقديم إسهامات أكاديمية قيمة لمجال الإعلام في الكويت.

مجتمع وعينة الدراسة:

استهدفت هذه الدراسة فحص مستوى المصداقية المدركة لكل من الصحف الورقية ووسائل الإعلام الإلكتروني في دولة الكويت، كما يراها جمهور المتلقين، وتمثل مجتمع الدراسة في القراء الفعليين والمحتملين للصحف اليومية الكويتية، بالإضافة إلى مستخدمي المنصات والمواقع الإخبارية الإلكترونية المحلية، نظراً لكونهم المعنيين مباشرة بالتعرض للرسائل الإعلامية وتقييمها من حيث الثقة والمصداقية.

وقد تم استخدام "العينة المتاحة" كأحدى أساليب العينات غير الاحتمالية، نظراً لطبيعة الدراسة واعتمادها على التفاعل الذاتي للمشاركين في ملء الاستبيان، حيث بلغ عدد أفراد العينة الذين استوفوا استمارة الدراسة وأعادوا إرسالها بعد تعبئتها (802) مفردة، وقد شملت الصحف اليومية التي دارت حولها استبانة الدراسة كلاً من الصحف اليومية الكويتية وهي كل من الانباء والرأي والقبس، أما الصحف أو المواقع الإخبارية الإلكترونية الكويتية فهي كل من صحيفة الآن الإلكترونية وصحيفة كويت نيوز الإلكترونية وصحيفة سبر الإلكترونية.

فيما بلغ عدد الأفراد الذين أرسلت إليهم الاستمارة فاق (1110) شخصاً، إلا أن من استجاب فعلياً وقام بملء الاستبيان بلغ (802) فقط، وهو ما يمثل نسبة استجابة تُعد مقبولة في الدراسات التي تعتمد على النماذج الإلكترونية والتوزيع غير الاحتمالي. واستغرقت عملية جمع البيانات فترة زمنية امتدت على مدار ستة أشهر تقريباً، بدءاً من يناير 2024 وحتى نهاية يونيو من العام نفسه، لضمان الحصول على عينة متوازنة قدر الإمكان من حيث النوع الاجتماعي، الفئات العمرية، ومستوى التعرض للإعلام الورقي والإلكتروني.

وقد حرص الباحث على تنويع مصادر الوصول إلى المشاركين لضمان تمثيل عينة الدراسة لأكبر قدر ممكن من الفئات الاجتماعية والجغرافية ضمن المجتمع الكويتي، حيث تمت مراعاة معايير أخلاقيات البحث العلمي، إذ تم إعلام المشاركين بطبيعة الدراسة وضمان سرية البيانات وعدم استخدامها لأي غرض خارج نطاق البحث.

- كما تمثلت عينة الدراسة الميدانية بـ (802) مفردة من المتعرضين للصحف (محل الدراسة) من الجمهور الكويتي، بناءً على المتغيرات الديموغرافية (النوع - العمر - المستوى التعليمي - المحافظات). وتم اختيار هذه الفئة العمرية للعينة وذلك لعدة أسباب من أهمها:
- سهولة الوصول إليهم وتوزيع استمارة الاستبيان عليهم.
 - إن هذه الفئة العمرية يعدون الأكثر تأثيراً وتأثراً بوسائل الاعلام وقراءة للصحف مما ينعكس على قيمهم وتوجهاتهم داخل المجتمع.
 - توافر التجانس العلمي والعمرى بينهم مما يسهل التحكم في تأثير هذه العوامل على النتائج.

جدول (1) الخصائص الديموجرافية لعينة الدراسة

الإجمالي		المتغيرات الديموجرافية	
%	ك		
73.8%	592	ذكور	النوع
26.2%	210	إناث	
100%	802	الإجمالي	
2%	16	يقرأ ويكتب	المؤهل
95%	762	شهادة جامعية	
3%	24	ماجستير / دكتوراه	
100%	802	الإجمالي	
16%	128	من 19 إلى أقل من 35 سنة	السن
71%	570	من 35 إلى أقل من 50 سنة	
13%	104	أكثر من 50 سنة	
100%	802	الإجمالي	
16%	128	الجهراء	المحافظة التي يعيش فيها
16%	128	العاصمة	
16%	128	الفروانية	
16%	128	حولي	
16%	128	مبارك الكبير	
20%	162	الأحمدي	
100%	802	الإجمالي	

المتغيرات الديموجرافية		الإجمالي	
		ك	%
الوظيفة التي يشغلها	قطاع حكومي	570	71%
	قطاع خاص	210	26.2%
	أعمال حرة	22	2.8%
	الإجمالي	802	100%

أظهرت النتائج أن 73.8% من العينة من الذكور، بينما مثلت الإناث 26.2%، مما يعكس هيمنة الذكور في عينة الدراسة، وهو ما يتوافق مع بعض الدراسات الإعلامية التي تشير إلى ارتفاع نسب قراءة الصحف بين الذكور في المجتمعات الخليجية.

من الناحية التعليمية، كما اتسمت العينة بارتفاع مستوى التحصيل العلمي، حيث شكل الحاصلون على شهادة جامعية 95%، بينما مثل الحاصلون على درجات علمية أعلى (ماجستير/دكتوراه) 3% فقط. كما أن الغالبية العظمى (71%) تتركز في الفئة العمرية 35-50 سنة، وهي الفئة الأكثر نشاطاً وتأثراً بالصحف، مما يعزز مصداقية النتائج في قياس تأثير الإعلام المطبوع .

وتم توزيع العينة على محافظات الكويت الست بنسب متقاربة (16% لكل محافظة)، مع زيادة طفيفة في محافظة الأحمدى (20%)، مما قد يعكس كثافتها السكانية أو سهولة الوصول إلى المبحوثين فيها. من الناحية الوظيفية، سيطر العاملون في القطاع الحكومي (71%) على العينة، مقابل 26.2% في القطاع الخاص، وهو ما يتسق مع طبيعة سوق العمل الكويتي الذي تهيمن عليه الوظائف الحكومية.

هذا التوزيع يُظهر تجانساً نسبياً في العينة، مع تركيز على فئات عمرية وتعليمية ووظيفية محددة، مما يقلل من تأثير المتغيرات الدخيلة على النتائج. ومع ذلك، فإن ارتفاع نسبة الذكور والحاصلين على تعليم جامعي قد يحد من إمكانية تعميم النتائج على شرائح أخرى، مما يستدعي تفسير النتائج في ضوء هذه الخصائص.

كما تتبدى أهمية التحليل الديموغرافي للعينة (ن=802) في كونه يُشكّل الإطار المرجعي لتفسير النتائج اللاحقة. فقد أظهرت البيانات هيمنة واضحة للذكور (73.8%) مقارنة بالإناث (26.2%)، وهو ما يتسق مع نتائج دراسة العمر (2022) التي وجدت أن

معدلات قراءة الصحف الورقية بين الذكور في الخليج تفوق نظيرتها لدى الإناث بنسبة 2:1. هذا التفاوت قد يعكس عوامل ثقافية أو أنماط استهلاك إعلامي جندي تستحق مزيداً من التقصي.

من الجدير بالذكر أن العينة تركزت بشكل ملحوظ في الشريحة العمرية 35-50 سنة (71%)، وهي الفئة التي تصنفها دراسة الكندري (2021) كـ "المستهلك النشط" للمحتوى الصحفي، حيث تمتلك القدرة على التفاعل النقدي مع الخطاب الإعلامي. كما أن ارتفاع نسبة الحاصلين على تعليم جامعي (95%) يعزز مصداقية البيانات، إذ تشير مراجعة منهجية أجراها السبيعي وزملاؤه (2023) إلى وجود ارتباط إيجابي بين المستوى التعليمي وموثوقية الاستجابات في استبانات الدراسات الإعلامية.

ويكشف التوزيع الجغرافي عن توازن مقصود في اختيار العينة (16% لكل محافظة)، مع زيادة طفيفة في محافظة الأحمدى (20%)، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء دراسة الخرافي (2020) التي أشارت إلى أن هذه المحافظة تضم أعلى كثافة سكانية من فئة المتعلمين جامعياً.

أما من الناحية الوظيفية، فإن هيمنة العاملين في القطاع الحكومي (71%) تتطلب تفسيراً حذراً للنتائج، خاصة في ظل ما أظهرته دراسة الوهيب (2019) من اختلاف في أنماط استهلاك الإعلام بين العاملين في القطاعين الحكومي والخاص.

البعد الزمني والميداني للدراسة:

بدأ البعد الزمني والتطبيقي للدراسة الميدانية لعام 2024 بداية من شهر يناير إلى شهر يونيو 2024، تم استخدام جوجل فورم (google forms) لتصميم استبيانات لجمع البيانات من المشاركين في الدراسة، وتم توزيع الاستبيان عبر الإنترنت عن طريق روابط مشتركة أو رموز الاستجابة السريعة (QR).

مفاهيم الدراسة:

- مدى مصداقية:

تعرف مدى المصداقية بأنها: "درجة إدراك الجمهور لمصداقية مصدر المعلومات أو

الوسيلة الإعلامية أو المحتوى، بناءً على معايير مثل الدقة، الموضوعية، الثقة، الخبرة، والحياد³⁵.

- الصحف الورقية:

هي "منشورات دورية مطبوعة، تُقدم المعلومات والأخبار والتحليلات في شكل مادي (ورقي)، وتخضع لمعايير الصحافة التقليدية مثل الدقة، الموضوعية، والمسؤولية الاجتماعية، والمقصود بها هنا الصحف اليومية الكويتية وهي كل من الأنباء والرأي والقبس.

- الاعلام الإلكتروني الكويتي:

يشير مصطلح "الإعلام الإلكتروني الكويتي" إلى جميع المنصات الإعلامية الرقمية التي تنشر المحتوى الإخباري والترفيهي والتثقيفي عبر الإنترنت، وتستهدف الجمهور الكويتي أو تتناول الشؤون الكويتية. يشمل ذلك المواقع الإخبارية، القنوات التلفزيونية والإذاعية عبر الإنترنت، منصات التواصل الاجتماعي، المدونات، البودكاست، والتطبيقات الإخبارية، أما الصحف أو المواقع الإخبارية الإلكترونية الكويتية فهي كل من صحيفة الآن الإلكترونية وصحيفة كويت نيوز الإلكترونية وصحيفة سبر الإلكترونية.

- الجمهور الكويتي:

هم الأشخاص المقيمون داخل دولة الكويت ويحملون الجنسية الكويتية ويتابعون الصحف ووسائل الإعلام الكويتية، وتتراوح أعمارهم من سن 18 عاماً إلى أكثر من 75 عاماً، ويعملون في وظائف متنوعة داخل الكويت، ويقطنون في ست محافظات كويتية، ويمثلون جميع طوائف فئات المجتمع.

إجراءات الصدق والثبات للدراسة التحليلية والميدانية:

- اختبار الصدق

يعكس مفهوم الصدق (Validity) مدى صلاحية الأداة المستخدمة في قياس الظواهر المختلفة موضع التحليل وقدرتها على توفير المعلومات اللازمة، تم قياس صدق التحليل من خلال إعداد استمارة الاستقصاء بدقة، حيث تم إعادة صياغتها وترتيب محاورها عدة

مرات، مع حذف بعض الفئات وإضافة أخرى، كما تم مراجعة التعريفات الإجرائية لضمان وضوحها وعدم تداخل الفئات.

عُرِضَت الاستمارة والتعريفات على مجموعة من المحكمين ذوي الخبرة في موضوع الدراسة، الذين أقرّوا بصلاحياتها للتطبيق وقدرتها على قياس تساؤلات البحث والرد على فروضه، بعد إجراء بعض التعديلات وإضافة بدائل.

- اختبار الثبات

يعني الثبات (Reliability) الحصول على نفس النتائج عند إعادة الاختبار لنفس الظواهر موضوع التحليل. تم قياس الثبات على مرحلتين: الأولى لقياس مدى الاتساق بين مجموعة المحللين، والثانية لقياس الاتساق الزمني.

قامت الدراسة بحساب الاتساق بين الباحثين القائمين بالتحليل، حيث تم تحليل عينة فرعية تمثل 10% من الإصدار، باستخدام معادلة هولستي (Holsti). أظهرت النتائج أن معامل الثبات بلغ 91%، مما يعني اتفاق الباحثين بنسبة 90% في نتائجهم.

المعالجة الإحصائية للدراسة:

تم استخدام أسلوب التحليل الإحصائي الوصفي عبر حزم البرامج الإحصائية SPSS WIN. استخدم الباحث في معالجة البيانات والمعاملات الإحصائية التالية:

- الجداول التكرارية البسيطة والمركبة.
- اختبار كاي² (Chi-square test) لاستقلال المتغيرات.
- معامل التوافق (Coefficient of contingency).
- مقياس الاختبار الإحصائي "Z" للنسب بين المتغيرات.

نتائج الدراسة:

ترتبط نتائج الدراسة الميدانية بشكل وثيق بطبيعة وأهداف البحث، وكذلك بالتساؤلات والفروض التي سعت إلى التحقيق فيها، ولقد تم اختبار كافة المتغيرات التي تضمنتها صحيفة الاستقصاء الموجهة للجمهور الكويتي، وفقاً للتصميم المنهجي والإجرائي للدراسة.

ويهدف هذا الجزء إلى تقديم رؤى معمقة حول مصداقية الصحف الورقية والإعلام الإلكتروني في الكويت، مما يعزز من فهم العلاقة المعقدة بين وسائل الإعلام والجمهور في السياق الكويتي، ويجيب على التساؤلات البحثية المطروحة.

جدول (2)

مدى متابعة المبحوثين للصحف الورقية والإلكترونية الكويتية

م	الصحيفة	أقرأها بشكل دائم		أقرأها إلى حد ما		لا أقرأها على الإطلاق		المتوسط	الانحراف المعياري
		%	العدد	%	العدد	%	العدد		
1	القبس	66.7	535	30.9	248	2.4	19	2.643	0.526
2	الرأي	76.2	611	19.1	153	4.7	38	2.714	0.547
3	الأنباء	57.5	461	36.2	290	6.4	51	2.511	0.614
4	كويت اليوم	55.5	445	36.4	292	8.1	65	2.474	0.642
5	الان	52.6	422	37.7	302	9.7	78	2.429	0.663
6	سبر	47.9	384	28.1	225	24.1	193	2.238	0.815
ن=802									

تشير نتائج الجدول رقم (2) إلى مدى متابعة المبحوثين للصحف الورقية والصحف الإلكترونية الكويتية، والتي تعكس بشكل مباشر أنماط استهلاك الجمهور الإعلامي.

فلقد تصدرت صحيفة "القبس" القائمة من حيث نسبة من أفادوا بأنهم "يقرأونها بشكل دائم"، إذ بلغت نسبتهم 66.7% من إجمالي العينة، تلتها صحيفة "الرأي" بنسبة 76.2%، ثم "الأنباء" بنسبة 57.5%. هذه الأرقام المرتفعة تشير إلى قاعدة جماهيرية وفية لهذه الصحف، والتي قد تكون ناتجة عن تاريخها العريق، أو جودة محتواها، أو قدرتها على التكيف مع التحولات الرقمية.

في المقابل، سجلت صحيفة "سبر" أدنى نسبة للقراءة الدائمة عند 47.9%، وبلغت فيها نسبة من "لا يقرأونها على الإطلاق" 24.1%، وهي الأعلى بين جميع الصحف

المشمولة، وهذا التباين قد يعكس طبيعة جمهور "سبر" الأكثر تخصصاً أو ربما يعود إلى حداثة نشأتها مقارنة بالصحف التقليدية ذات الجذور الراسخة، أما من حيث القراءة "إلى حد ما"، فقد جاءت صحيفة "الآن" بنسبة 37.7%، تليها "كويت اليوم" بنسبة 36.4%.

يتبين من المتوسطات الحسابية أن الصحف التي تحظى بمستوى متابعة مرتفع هي ذاتها التي سجلت أعلى معدلات في تقييم المصداقية لدى الجمهور، حيث يرجح الباحث أن هذا الارتباط الوثيق يعكس مفهوم "الولاء الإعلامي" الذي يتشكل بناءً على جودة المحتوى، وموثوقية المصادر، والالتزام بالمعايير المهنية، واهتمام هذه الصحف بالقضايا السياسية والشأن العام، وهذا التوافق بين المتابعة والمصداقية يؤكد العلاقة السببية المحتملة: فالجمهور يميل إلى متابعة المصادر التي يثق بها ويجد فيها قيمة إخبارية وتحليلية عالية بشكل منظم.

كما تبرز هذه النتائج الدور المحوري الذي تلعبه الصحف ذات الحضور المزدوج (ورقي وإلكتروني)، مثل "القبس"، في المشهد الإعلامي الكويتي، وهذا يشير إلى أن القدرة على التكيف مع التغيرات في أنماط استهلاك الجمهور، من خلال توفير المحتوى عبر منصات متعددة، وهو أمر بالغ الأهمية للحفاظ على الحضور والتأثير. هذا التكيف يُمكن هذه الصحف من الاستفادة من ثقل الإعلام التقليدي ومصداقيته المتراكمة، بينما تستفيد من سرعة ووصول الإعلام الرقمي، مما يعزز قدرتها على تشكيل وعي الجمهور في بيئة إعلامية هجينة.

أكد التحليل الإحصائي وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين متوسط متابعة الصحف (الذي يعكس مدى انتظام القراءة) ونسبة القراءة الدائمة، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون ($r = 0.72$) هذا الرقم، الذي يُعد مرتفعاً في البحوث الاجتماعية، يشير بوضوح إلى أنه كلما زادت نسبة الأفراد الذين يقرأون الصحيفة بشكل دائم، ارتفع متوسط متابعتها في العينة. ويمكن تفسير ذلك بأن الجمهور الذي يثق بمصدر معين، أو يجد فيه قيمة إعلامية أعلى، أو يلبي احتياجاته المعلوماتية بشكل مستمر، يكون أكثر انتظاماً في متابعته. هذه العلاقة القوية تُعد دلالة على أن المصداقية المتصورة للصحيفة وموثوقية محتواها الإخباري ترتبطان مباشرة بسلوك الجمهور الإعلامي، خاصة فيما يتعلق بمدى التكرار والاستمرارية في القراءة، وهذا يتسق

مع نظريات الاستخدامات والإشباع التي تقترض أن الجمهور يختار الوسائل الإعلامية التي تلبي احتياجاته وتوقعاته، وأن الثقة هي أحد أهم هذه الإشباعات. لهذا، يرى الباحث أن النتائج أظهرت أن الصحف التي تحظى بمستوى متابعة عالٍ لدى الجمهور الكويتي، مثل "القبس" و"الأنباء" و"الرأي"، تتسم بقدرة واضحة على الحفاظ على ولاء قرائها، ما يعكس تأثيراً مباشراً لمصداقية الصحيفة على سلوك المتلقي الإعلامي. وتُعزى هذه الثقة إلى عدد من العوامل المتداخلة، أبرزها جودة التغطية، وموضوعية الطرح، والالتزام بالمهنية، إضافة إلى سرعة الوصول إلى الأخبار، خاصة في الصحف ذات النسخة الإلكترونية. من ناحية أخرى، فإن انخفاض معدلات القراءة الدائمة لبعض الصحف، مثل "سبر" و"الآن"، قد يعود إلى عوامل متعددة مثل حداثة التجربة، أو محدودية الانتشار، أو ضعف التغطية السياسية والاجتماعية المتعمقة، أو افتقارها إلى قنوات تواصل فعالة مع الجمهور. ويعكس هذا التفاوت الحاجة الملحة لتطوير محتوى إعلامي متوازن يجمع بين الدقة والمصداقية من جهة، والجاذبية والتفاعلية من جهة أخرى، لضمان استمرارية التفاعل مع الجمهور.

جدول (3)

أسباب عدم متابعة المبحوثين للصحف اليومية والمواقع الإلكترونية

المواقع الإلكترونية		الصحف الورقية		أسباب عدم المتابعة
%	ك	%	ك	
28.57	100	39.78	180	لافتقارها إلى المعايير المهنية في معالجة الأخبار والمحتوى الإعلامي
22.86	80	26.54	120	لعدم الالتزام بالمعايير المهنية
20.00	70	19.91	90	يغلب عليها تداول أخبار غير مؤكدة أو مشكوك في صحتها
5.71	20	6.64	30	لأنها تعالج الأحداث والقضايا بطريقة لا تروق لي
8.57	30	4.43	20	لأنها منفصلة عن الواقع
14.29	50	2.65	12	ليس لدي الوقت الكافي لمتابعتها
100%	350	100%	452	إجمالي المبحوثين

تشير بيانات الجدول السابق (3) إلى انه تُعد أسباب عدم المتابعة مؤشراً حيوياً على الفجوات في الأداء الإعلامي وتوقعات الجمهور، حيث تشير النتائج إلى أن الافتقار إلى المصداقية يُعد من أبرز أسباب عدم متابعة الصحف اليومية والمواقع الإلكترونية من قبل بعض الباحثين، حيث أفاد 39.78% من الباحثين بأن الصحف الورقية تفتقر إلى المصداقية، بينما أشار 28.57% إلى أن المواقع الإلكترونية تعاني من نفس المشكلة، مما أثر على تفضيلاتهم في المتابعة، وهذه النسب المرتفعة تؤكد وجود أزمة حقيقية في مصداقية هذه المصادر الإعلامية، وتتفق مع الدراسات العالمية التي تشير إلى تراجع عام في ثقة الجمهور بالإعلام في العصر الرقمي، خاصة مع انتشار الأخبار المضللة.

وتعكس هذه الإجابات أزمة حقيقية في مصداقية هذه المصادر الإعلامية بين الباحثين، وهو ما يتضح أيضاً من إجاباتهم على العبارات الأخرى التي تقيس غياب المصداقية بشكل غير مباشر، ويُستثنى من ذلك عبارة "ليس لدي الوقت الكافي لمتابعتها"، التي أجاب بها 2.65% من الباحثين الذين لا يتابعون الصحف الورقية، و14.29% من الذين لا يتابعون المواقع الإلكترونية، وهذه الفجوة الكبيرة في نسبة "عدم وجود وقت كافٍ" بين الوسيطتين تُبرز التحدي الذي تواجهه الصحف الورقية في بيئة سريعة الإيقاع، حيث يفضل الجمهور المحتوى الذي يمكن استهلاكه بسرعة وسهولة عبر الأجهزة الذكية، وهو ما يتوفر في المواقع الإلكترونية بشكل أكبر.

لا شك أن تصريح الباحثين بعدم مصداقية الصحف الكويتية بشقيها يُعتبر السبب الرئيسي وراء عدم متابعتها، وهذا الأمر يُعد بمثابة إنذار لهذه الصحف لتعيد تقييم ممارساتها المهنية، من أجل تحسين مصداقيتها واستعادة ثقة الجمهور.

فيما بلغت نسبة "عدم الالتزام بالمعايير المهنية" 26.54% من الباحثين للصحف الورقية، و22.86% للمواقع الإلكترونية، وهذه النسب تعكس أهمية المعايير المهنية كعامل رئيسي في تعزيز ثقة الجمهور، وتشير إلى أن كلا النوعين من الوسائط يعاني من تحديات في الالتزام بالمعايير المطلوبة، مما يساهم في انعدام الثقة. هذا يتطلب من المؤسسات

الإعلامية مراجعة سياساتها وتطبيق معايير مهنية صارمة لضمان جودة المحتوى، بما في ذلك الدقة، الحياد، والتوازن.

أما "تداول أخبار غير مؤكدة" فأظهرت النتائج أن 19.91% من المبحوثين يعتبرون أن الصحف الورقية تغلب عليها أخبار غير مؤكدة، بينما بلغت النسبة 20.00% في المواقع الإلكترونية، وتشير هذه الأرقام إلى أزمة المعلومات التي تواجهها وسائل الإعلام، حيث يؤدي تداول الأخبار غير الموثوقة إلى تآكل ثقة الجمهور. يجب على المؤسسات الإعلامية اتخاذ خطوات فعالة للتحقق من مصادر المعلومات وتقديم محتوى موثوق، حيث أن المصداقية تعتبر حجر الزاوية في الحفاظ على جمهورها وتلبية توقعاتهم.

وبخصوص "معالجة الأحداث بطريقة غير مناسبة"، أفاد 6.64% من المبحوثين بأن الصحف الورقية تعالج الأحداث بطريقة لا تروق لهم، بينما كانت النسبة 5.71% بالنسبة للمواقع الإلكترونية. تعكس هذه النتائج أن معالجة الأخبار بشكل يتناسب مع توقعات الجمهور واهتماماته أمر ضروري، لذلك يجب على الصحف والمواقع الإلكترونية استيعاب آراء الجمهور وتفضيلاتهم لضمان تقديم محتوى يجذبهم ويعكس اهتماماتهم، وربما يتطلب ذلك تنويع أساليب السرد والتقديم.

أما "الانفصال عن الواقع" فقد أشار 4.43% من المبحوثين إلى أن الصحف الورقية منفصلة عن الواقع، بينما كانت النسبة 8.57% بالنسبة للمواقع الإلكترونية، حيث تعكس هذه الأرقام حاجة وسائل الإعلام إلى تحسين فهمها للواقع الاجتماعي والسياسي الذي تعيشه الجماهير، كما يتعين على المؤسسات الإعلامية أن تكون أكثر قرباً من القضايا التي تهم المجتمع وأن تعكس هذه القضايا في تغطيتها بشكل ملموس ومؤثر.

أخيراً، "عدم وجود وقت كافٍ للمتابعة" جاءت بنسبة 2.65% للصحف الورقية، و14.29% للمواقع الإلكترونية. تشير هذه النسبة العالية فيما يتعلق بالمواقع الإلكترونية إلى أن الوقت يعتبر عائقاً رئيسياً أمام متابعة الأخبار، حتى في البيئة الرقمية، ويجب على المواقع الإلكترونية التفكير في طرق جديدة لتقديم المحتوى بشكل مختصر وجذاب، مثل استخدام الرسوم البيانية أو الفيديوهات القصيرة، لجذب جمهور أكبر يتسم بضيق الوقت.

ويرى الباحث أن هذه النتائج المستخلصة تشير إلى أن هناك أزمة حقيقية في مصداقية كلا النوعين من الوسائط، مما يؤثر سلباً على تفضيلات المبحوثين، وهذا التباين الواضح في مواقف الجمهور الكويتي تجاه الوسيطتين، يظهر أن دوافع العزوف عن المتابعة ترتبط في جوهرها بمستوى المصداقية، طبيعة المعالجة الصحفية، ومدى مواءمة المحتوى لتفضيلات الجمهور، كما يتعين على المؤسسات الإعلامية اتخاذ إجراءات فعالة لتحسين ممارساتها، وذلك من خلال الالتزام بالمعايير المهنية، والتحقق من الأخبار، ومعالجة القضايا بشكل يتناسب مع اهتمامات الجمهور، لضمان استعادة ثقة الجمهور وتعزيز المتابعة.

جدول رقم (4)

أبرز القضايا والاحداث التي يتابعها المبحوثون في الصحف الكويتية والمواقع الإلكترونية

الانحراف المعياري	المتوسط	نادراً		اعتمد بدرجة متوسطة		اعتمد بدرجة كبيرة		أبرز القضايا والاحداث التي يتابعها المبحوثون في الصحف الكويتية والمواقع الإلكترونية
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.69	2.50	11.47%	92	27.43%	220	61.10%	490	القرارات السياسية السيادية
0.68	2.38	11.47%	92	39.40%	316	49.13%	394	أخبار مجلس الوزراء والمنظمات السياسية داخل الكويت
0.75	2.35	16.71%	134	31.17%	250	52.12%	418	أخبار الديوان الأميري
0.81	2.38	22.94%	184	29.43%	236	52.12%	418	التعديلات الدستورية
0.71	2.31	14.46%	116	40.40%	324	45.14%	362	أحداث وجلسات مجلس الأمة
0.74	2.31	16.46%	132	36.41%	292	47.13%	378	الانتخاب والمشاركة السياسية
0.66	1.94	25.44%	204	55.61%	446	18.95%	152	قضايا ومشكلات الأحزاب السياسية
-	-	100	802	100	802	100	802	إجمالي المبحوثين

يُظهر جدول رقم (4) توزيع درجات اعتماد المبحوثين على الصحف الورقية والمواقع الإلكترونية الكويتية في متابعة أبرز القضايا السياسية، مما يعكس أولويات الجمهور واهتماماته، وقد تم توزيع إجمالي العينة (ن=802) على ثلاثة مستويات من الاعتماد: "اعتمد بدرجة كبيرة"، و"اعتمد بدرجة متوسطة"، و"نادراً".

جاءت "القرارات السياسية السيادية" في المرتبة الأولى من حيث الاعتماد، حيث أشار 61.10% من المبحوثين إلى أنهم يعتمدون عليها بدرجة كبيرة، بمتوسط بلغ (2.50) وانحراف معياري (0.69)، وهو أعلى متوسط بين القضايا المدروسة، وهذا يعكس اهتماماً واضحاً من الجمهور الكويتي بالقضايا المرتبطة بالشأن السيادي للدولة، ويؤكد على دور الإعلام في تلبية هذه الحاجة الأساسية للمعلومات الرسمية والحساسة.

وفي المرتبة الثانية، جاءت "أخبار مجلس الوزراء والمنظمات السياسية داخل الكويت" بمتوسط (2.38)، تلتها "أخبار الديوان الأميري" في المرتبة الثالثة بمتوسط (2.35)، وهذه النتائج تعكس استمرار اهتمام الجمهور بالمؤسسات السياسية الرئيسية في الدولة، وتؤكد على أهمية التغطية الإعلامية لهذه المؤسسات كمصدر رئيسي للمعلومات السياسية الرسمية. أما القضايا ذات الطابع التشريعي، مثل "أحداث وجلسات مجلس الأمة" و"الانتخاب والمشاركة السياسية"، فقد جاءت في مرتبة متقاربة بمتوسطين (2.31)، وهو ما يشير إلى اهتمام معتدل من المبحوثين بالشأن البرلماني والانتخابي، وهذا قد يعكس مستوى المشاركة السياسية التقليدية أو الإدراك العام لأهمية هذه القضايا في الحياة اليومية.

وفي المقابل، جاءت "قضايا ومشكلات الأحزاب السياسية" في ذيل الترتيب بمتوسط (1.94) فقط، مع أعلى نسبة "نادراً" بلغت 25.44%، وهذا الانخفاض الملحوظ يمكن تفسيره بشكل كبير بغياب الإطار القانوني الرسمي للأحزاب السياسية في الكويت، مما يؤدي إلى ضعف التفاعل الجماهيري والإعلامي مع هذه القضايا مقارنة بالقضايا ذات الطابع الرسمي أو السيادي. هذه النتيجة تتسق مع طبيعة النظام السياسي الكويتي الذي يركز على المؤسسات الرسمية والتقليدية.

تشير هذه النتائج مجتمعة إلى أن اهتمامات الجمهور الكويتي تميل بدرجة أساسية إلى القضايا السيادية والرسمية، مقابل انخفاض الاهتمام بالقضايا المتعلقة بالأحزاب السياسية. هذا يعكس طبيعة النظام السياسي الكويتي، ومحددات الثقافة السياسية السائدة، التي تعطي الأولوية للمؤسسات الرسمية على حساب الأطر الحزبية غير المعترف بها قانونياً، كما ان نسبة الاعتماد على الأخبار "بدرجة كبيرة" (52.49%) تُعد مؤشراً إيجابياً على قدرة الصحف

الكويتية والمواقع الإلكترونية على جذب انتباه الجمهور وتلبية احتياجاتهم المعلوماتية في الشأن السياسي، مما يشير إلى فعالية المحتوى المقدم. ومع ذلك، فإن وجود شريحة كبيرة من المبحوثين يعتمدون بدرجة متوسطة يعبر عن اهتمامهم بالقضايا السياسية ولكن مع تحفظات، مما قد يشير إلى الحاجة لتحسين جودة المحتوى لتلبية توقعات هذه الفئة وتعزيز ثقتهم.

أما من اعتمد عليها نادراً، فتعكس وجود مجموعة أقل من المبحوثين الذين لا يرون أهمية كبيرة في المحتوى المقدم، مما يستدعي من المؤسسات الإعلامية فهم أسباب هذا الانخفاض، مثل عدم رضاهم عن نوعية الأخبار أو انشغالهم اليومية.

جدول رقم (5)

اسباب قراءة المبحوثين للصحف الورقية والاعلام الإلكتروني الكويتي في تغطية قضايا الشأن السياسي

اسباب قراءة المبحوثين للصحف الورقية والاعلام الإلكتروني الكويتي في تغطية قضايا الشأن السياسي	ك	%
لمتابعها الدقيقة للأحداث والقضايا	146	18.20%
لمعالجتها الأحداث والقضايا المحلية والدولية	120	14.96%
لنتاولها الأحداث والقضايا الدولية المهمة	112	13.97%
لبعدها عن تناول الاحداث والقضايا بطريقة تهدف الى الاثارة	88	10.97%
لجدية القضايا والاحداث التي تهتم بالتركيز عليها	104	12.97%
لإنها تمتاز بالمهنية	120	14.96%
لاعتمادها على مصادر موثوق بها	112	13.97%
(ن) إجمالي عدد المبحوثين	802	100

يوضح جدول رقم (5) تعدد الأسباب التي تدفع الجمهور الكويتي لقراءة الصحف الورقية والإعلام الإلكتروني عند تناول قضايا الشأن السياسي، ويعكس توزيع النتائج إدراكاً متقدماً لدى العينة بأهمية المعايير المهنية والمحتوى النوعي في العمل الصحفي، لا سيما في التغطيات ذات الطابع السياسي.

جاء في مقدمة الأسباب التي أشار إليها المبحوثون "متابعة الصحف والإعلام للأحداث والقضايا بدقة"، حيث حازت على أعلى نسبة (18.20%)، مما يشير إلى أن الدقة تمثل المعيار الأكثر حضوراً في تقييم الجمهور للمحتوى السياسي، وتُعد مؤشراً جوهرياً في بناء الثقة بالمادة الإعلامية، خاصة في القضايا ذات الطابع السيادي أو الإقليمي. هذا يتسق مع النماذج النظرية للمصداقية التي تضع الدقة في صدارة أولويات الجمهور.

كما احتلت كل من "معالجة الأحداث المحلية والدولية" و"التميز بالمهنية" نسبة متساوية (14.96%)، وهو ما يؤكد على إدراك الجمهور لأهمية الاتزان التحريري والعمق التحليلي في تقديم القضايا السياسية، وعدم الاقتصار على النقل السطحي للخبر. تعكس هذه النتيجة تفضيلاً للمضامين المتوازنة القائمة على تغطية متنوعة وشاملة، لا تقتصر على السياق المحلي فقط، مما يدل على نضج في التلقي الإعلامي.

من جهة أخرى، حصلت عبارة "لإعتمادها على مصادر موثوق بها" و"تناول القضايا الدولية المهمة" على نسبة متماثلة (13.97%)، مما يعكس توجهاً متزايداً لدى الجمهور نحو تقييم التغطية الإعلامية من زاوية المرجعية المعلوماتية والمصداقية المصدرية، ويظهر من هذه النسبة أن جمهور المتلقين لا يكفي بمتابعة المادة المنشورة، بل يولي أهمية واضحة لهوية المصدر، وهو مؤشر يعزز من دور الصحافة الاستقصائية والتحقق المهني في بناء الثقة، خاصة في عصر انتشار المعلومات المضللة.

أما "الابتعاد عن الإثارة" فقد سجلت نسبة (10.97%)، وهي نسبة أقل مقارنة بالعوامل الأخرى، لكنها تدل على وجود شريحة من القراء تُقدّر التناول الهادئ والرصين في معالجة القضايا السياسية. هذا يُظهر حساسية تجاه الطرح الشعبوي أو الإثاري، لا سيما في بيئة إعلامية مفتوحة نسبياً، مما يعكس تفضيل الجمهور للمحتوى الهادف على حساب المحتوى المثير.

وأخيراً، أشارت نسبة (12.97%) إلى "جدية القضايا التي يتم التركيز عليها"، وهو ما يعكس تطلع الجمهور إلى إعلام يقدم مضامين سياسية عميقة ومؤثرة، لا تقتصر على

المتابعة الخبرية السطحية. هذا يؤكد أن الجمهور يبحث عن قيمة مضافة في التغطية الإعلامية، تتجاوز مجرد نقل الخبر إلى التحليل والتفسير.

لذلك، يرى الباحث أن هذه النتائج مجتمعة تشير إلى أن الجمهور الكويتي، كما تمثله عينة هذه الدراسة، يُفضّل التغطيات السياسية التي تتسم بالدقة، والمهنية، والاعتماد على مصادر موثوقة، مع تركيز واضح على المضامين التي تتناول الشأن العام بجدية وموضوعية. وتدل المؤشرات على أن المصداقية الإعلامية، من وجهة نظر الجمهور، تُبنى على مزيج من الدقة، التوازن، والمصدر الموثوق، أكثر مما تُبنى على سرعة النشر أو الإثارة العنوانية.

جدول رقم (6)

دور السمات الإعلامية في تشكيل مصداقية الوسائل الورقية والإلكترونية من منظور المبحوثين (ن=802)

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	السمات
0.78	4.12	الاستناد إلى مصادر موثوقة ومعلنة عند نقل الأخبار
1.02	3.85	أولوية النشر السريع استنادًا إلى حداثة الحدث
0.95	3.67	تناولها المتعمق للأحداث والقضايا محل الاهتمام.
0.81	4.03	مدى موثوقية المعلومات المطروحة في تغطية الأحداث والقضايا
0.93	3.88	الالتزام بالضوابط الأخلاقية في تقديم المحتوى الإعلامي
0.98	3.74	تقديم طرح متوازن يشمل كافة وجهات النظر المتعلقة بالموضوع.
1.05	3.59	الاستناد إلى أدلة كمية ومعلومات موثقة في تقديم القضايا والأحداث
1.01	3.62	التحلي بالحياد في التغطية الإعلامية دون الانحياز لأطراف أو فئات بعينها
0.89	3.45	الاستمرار في تبني توجهات واضحة وغير متقلبة في معالجة القضايا
0.84	3.91	معالجة القضايا المحورية التي تعكس اهتمامات الرأي العام
0.96	3.78	التعبير الإعلامي الحر في إطار من الالتزام بالمسؤولية تجاه المجتمع

استخدم الباحث مقياس ليكرت الخماسي (1 = لا أوافق بشدة، 5 = أوافق بشدة) لتقييم 11 سمة إعلامية ترتبط بالمصداقية، وهو الأكثر شيوعاً في بحوث المصداقية والانطباعات، حيث اعتمد التحليل على آراء (ن=802) من المبحوثين.

وبين الجدول رقم (6) متوسطات تقييم المبحوثين لتلك السمات، والانحرافات المعيارية الدالة على درجة تباين الآراء. لقد سُجِلت أعلى المتوسطات لصالح: "الاستناد إلى مصادر موثوقة ومعلنة" (4.12) و "موثوقية المعلومات" (4.03)، وهذا يُظهر الجمهور الكويتي تقضيلاً واضحاً للممارسات المهنية القائمة على التحقق من المصادر الموثوقة ودقة المحتوى، مما يعكس إدراكهم العميق لأهمية هذه السمة كأساس لمصداقية الوسائل الإعلامية، بصرف النظر عن طبيعة الوسيلة (ورقية أو إلكترونية)، وهذه النتائج تتسق بقوة مع النماذج النظرية للمصداقية التي تؤكد على دور المصدر والدقة كركيزتين أساسيتين للثقة الإعلامية.

كما سُجِلت "السمات المرتبطة بالحياد" (3.62)، و "التوازن في الطرح" (3.74)، و "المسؤولية الإعلامية" (3.78) متوسطات متوسطة تتراوح بين (3.6 - 3.9)، وهذا يشير إلى تقييم جمهور المبحوثين لهذه الجوانب بتقدير معتدل، ربما بسبب اختلاف تجاربهم مع وسائل الإعلام أو تباين توقعاتهم، وهذا التقييم المتوسط قد يعكس أيضاً وجود تحديات مستمرة في تحقيق الحياد والتوازن الكامل في بيئة إعلامية تتأثر بالعديد من العوامل الداخلية والخارجية.

فيما أتت أدنى متوسط سُجِل لصالح سمة "الاستمرار في تبني توجهات واضحة وغير متقلبة" (3.45). هذا يشير إلى أن الجمهور يشعر بغياب الاستقرار في الخط التحريري لبعض الوسائل، وهو ما يؤثر سلباً في بناء الثقة طويلة الأمد. هذا الضعف قد يكون مرتبطاً بضغط التمويل، أو التغيرات السريعة في الخطاب السياسي والإعلامي، أو عدم وضوح السياسات التحريرية لبعض المنصات، خاصة في البيئة الإعلامية الرقمية سريعة التغير. أما بالنسبة للانحراف المعياري، فقد تراوحت القيم بين (0.78) و (1.05)، مما يشير إلى تباين ملحوظ في آراء المبحوثين، خاصة فيما يتعلق بسرعة النشر والاعتماد على

الأدلة الكمية والحياد، وهذا التباين قد يعكس فروقات بين تصورات الجمهور تجاه الإعلام الورقي التقليدي والإعلام الإلكتروني، من حيث التوازن، والعمق، والاستقلالية، أو ربما يعكس تبايناً في التوجهات الأيديولوجية أو مستويات الثقافة الإعلامية لدى أفراد العينة. كما تظهر النتائج أن أعلى السمات تأثيراً في تشكيل مصداقية الوسائل الإعلامية - وفقاً لآراء المبحوثين - تمثلت في "الاستناد إلى مصادر موثوقة ومعلنة" (المتوسط = 4.12، والانحراف المعياري = 0.78)، يليها "موثوقية المعلومات" (المتوسط = 4.03). هذا يعكس أهمية الاعتماد على مصادر موثوقة ودقة المحتوى في تعزيز المصداقية، بصرف النظر عن طبيعة الوسيلة الإعلامية، كما سُجلت قيم مرتفعة نسبياً في السمات المرتبطة بالالتزام الأخلاقي والتفاعل مع اهتمامات الرأي العام، مثل: "الالتزام بالضوابط الأخلاقية" (3.88) و"معالجة القضايا المحورية" (3.91)، مما يشير إلى إدراك المبحوثين لدور القيم المهنية والاجتماعية في بناء الثقة بالمؤسسات الإعلامية.

في المقابل، برزت سمة "الاستمرار في تبني توجهات واضحة وغير متقلبة" كأدنى تقييم (المتوسط = 3.45)، مما يشير إلى أن الجمهور يشعر بغياب الاستقرار في الخط التحريري لبعض الوسائل، وهو ما يؤثر سلباً في بناء الثقة. هذا الضعف قد يكون مرتبطاً بضغط التمويل أو تغيرات الخطاب السياسي والإعلامي، وهو أمر يستحق البحث المستقبلي بشكل أعمق.

تشير هذه النتائج إلى أن الجمهور الكويتي يمنح أهمية كبيرة للسمات المرتبطة بالتحقق، والدقة، والمصادر المعلنة في بناء مصداقية الوسيلة الإعلامية، بينما لا يزال هناك تباين في تقييم سمات أخرى مثل الحياد والتوجهات المستقرة، مما يستدعي اهتمام القائمين على الإعلام بتطوير الأداء المهني في كلا الوسيطين: الورقي والإلكتروني. وقد أظهرت النتائج أن السمات المهنية المرتبطة بالتحقق والدقة والمصادر المعلنة جاءت في طليعة المؤشرات التي تؤثر على تصورات الجمهور الكويتي تجاه مصداقية الوسيلة الإعلامية.

1. أهمية الاعتماد على المصادر والتوثيق:

يشير حصول سمة "الاستناد إلى مصادر موثوقة ومعلنة" على أعلى متوسط (4.12) إلى أن الجمهور الكويتي يربط المصداقية أولاً بمصدر المعلومة لا بسرعة نقلها أو أسلوب عرضها، كما ان هذه النتيجة تتسق بقوة مع الدراسات الإعلامية الحديثة التي تؤكد أن ثقة الجمهور في وسائل الإعلام تتعزز عند الإفصاح عن المصدر ومصداقيته، خصوصاً في ظل الانتشار الواسع للأخبار الزائفة على المنصات الرقمية، وهذا يؤكد على الحاجة الماسة لتعزيز الشفافية في الإفصاح عن المصادر.

2. موثوقية المحتوى كعامل جوهري:

النتيجة المرتفعة لسمة "مدى موثوقية المعلومات" (4.03) تدعم الرؤية ذاتها، وتدل على أن الجمهور أصبح أكثر وعياً بتقييم المحتوى نفسه لا فقط الوسيلة الناقلة، ويشير ذلك إلى تحول في آليات التلقي الإعلامي، حيث لم يعد الشكل أو النوع (ورقي/رقمي) هو العامل الحاسم، بل مدى التزام الوسيلة بمعايير الدقة والموضوعية، وهو ما يفرض على المؤسسات الإعلامية استثماراً أكبر في المحتوى عالي الجودة والتحقق.

3. تقدير الجمهور للقيم المهنية:

أظهرت القيم المرتفعة نسبياً للانحراف المعياري (حتى 1.05 في بعض البنود) وجود تباين في آراء الجمهور، خصوصاً حيال سمات مثل "التحلي بالحياد" و"الاعتماد على أدلة كمية"، ويمكن تفسير هذا التباين بوجود فروقات في إدراك الجمهور لأداء الوسائل الورقية مقارنة بالإلكترونية، وربما يعكس أيضاً التوجهات الأيديولوجية المختلفة لدى المبحوثين، أو تباين تجاربهم مع الوسائل الإعلامية المحلية، مما يشير إلى أن المصداقية تُفسر بشكل مختلف بناءً على خلفيات الجمهور.

4. الانحرافات المعيارية وتباين الرأي العام:

جاء تقييم سمة "الاستمرار في تبني توجهات واضحة وغير متقلبة" كأدنى متوسط (3.45)، مما يشير إلى أن الجمهور يشعر بغياب الاستقرار في الخط التحريري لبعض الوسائل. هذا الضعف قد يكون مرتبطاً بضغط التمويل، أو تغيرات الخطاب السياسي

والإعلامي، أو عدم وضوح السياسات التحريرية لبعض المنصات، وهو أمر يؤثر سلباً في بناء الثقة طويلة الأمد ويستحق البحث المستقبلي بشكل أعمق.

5. نقطة الضعف الأبرز: تقلب التوجهات التحريرية

جاء تقييم سمة "الاستمرار في تبني توجهات واضحة وغير متقلبة" كأدنى متوسط (3.45)، مما يشير إلى أن الجمهور يشعر بغياب الاستقرار في الخط التحريري لبعض الوسائل، وهو ما يؤثر سلباً في بناء الثقة، وهذا الضعف قد يكون مرتبطاً بضغط التمويل أو تغيرات الخطاب السياسي والإعلامي، وهو أمر يستحق البحث المستقبلي بشكل أعمق.

6. موقع الإعلام الورقي مقابل الإلكتروني:

تشير نتائج هذه الدراسة، بشكل غير مباشر، إلى أن الصحف الورقية لا تزال تحتفظ ببعض عناصر الثقة لدى الجمهور، لاسيما في السمات المتعلقة بالتوثيق، العمق، والاتساق التحريري، مما يعكس إرثها التاريخي. بينما تتفوق الوسائل الإلكترونية من حيث السرعة والانتشار، لكن على حساب تذبذب القيم المهنية أحياناً، مما يفرض تحدياً على الإعلام الرقمي في بناء الثقة المستدامة.

توصيات الدراسة:

استناداً إلى ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، يمكن تقديم عدد من التوصيات التي تسهم في تعزيز مصداقية وسائل الإعلام في الكويت، وتحسين علاقتها بالجمهور، على النحو التالي:

- تعزيز الالتزام بالمعايير المهنية في كل من الصحف الورقية ووسائل الإعلام الإلكتروني، ولا سيما في التغطيات السياسية والاجتماعية، من خلال اعتماد أساليب تحرير دقيقة، والابتعاد عن العناوين المضللة أو المحتوى غير الموثق.
- تطوير آليات التحقق من الأخبار والمصادر داخل غرف الأخبار الإلكترونية، بما يقلل من تداول المعلومات غير المؤكدة، ويعزز ثقة الجمهور في الوسائط الرقمية كقنوات موثوقة.

- الاستثمار في تدريب الكوادر الإعلامية، خاصة الصحفيين الجدد، على استخدام الأدوات الرقمية بشكل احترافي دون الإخلال بالقيم المهنية الأساسية كالدقة، والحياد، والتوازن.
- إعادة تصميم المحتوى الورقي والرقمي بشكل أكثر تفاعلية وجاذبية، خاصة أن النتائج أظهرت ميلاً لدى الجمهور نحو الوسائل المرئية، مما يحتم على وسائل الإعلام التقليدية والرقمية الاستفادة من عناصر الصوت والصورة والوسائط المتعددة لجذب المتلقين.
- زيادة التركيز على تحليل القضايا المعقدة وتقديم محتوى سياسي واجتماعي عميق، حيث أظهرت النتائج أن الجمهور يقدر المعالجة الجادة، ويتجه نحو الوسائل التي تتعامل مع الأحداث بأسلوب تحليلي لا يعتمد على الإثارة أو التبسيط المخل.
- تعزيز قنوات التواصل مع الجمهور وقياس انطباعاته بصفة دورية، من خلال استطلاعات رأي مهنية ومفتوحة، تساعد في تصحيح مسار التغطيات الإعلامية وتوجيه الخط التحريري بما يتماشى مع احتياجات الجمهور.
- تبني استراتيجية إعلامية وطنية تسعى إلى التكامل بين الوسائل التقليدية والرقمية، بدلاً من وضعها في موقع تنافس سلبي، مع دعم مبادرات الابتكار الإعلامي التي تجمع بين أصالة الصحافة الورقية وسرعة وانتشار الوسائط الإلكترونية.

- ¹ Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. **Journal of Economic Perspectives**, 31(2), 211-236.
2. Al-Hamadi, K. (2024). "Trust in Media: A Case Study of Kuwaiti Newspapers and Online Platforms." **International Journal of Media Research**, 12(1), 30-45.
3. Al-Naser, Y. (2024). "Youth Engagement with Media: A Study of Kuwaiti Online and Print Sources." **Youth Media Studies**, 6(1), 25-40.
4. Tahat, L. (2024). Assessing the influence of mobile direct social media advertising on consumer attitudes: a study of Kuwaiti consumers. **Cogent Business & Management**, 11(1), 2351107.
5. Guo, S. Z., Wang, D., & Shen, C. F. (2024). The expectation-evaluation gap: Public engagement with news and perceptions of media performance and credibility. **Digital Journalism**.
6. Hussain, S., Adnan, M., & Sohail, R. B. (2024). Public perceptions of news media reliability in the digital age. **Annals of Human and Social Sciences**.
- ⁷ عبد الله العجمي، "تأثير الصحف الورقية والمواقع الإلكترونية على الرأي العام في الكويت"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الكويت، 2023.
- ⁸ يوسف السالم، "الإعلام التقليدي والحديث: تأثيرهما على المجتمع الكويتي"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الكويت، 2023.
9. Al-Sabah, R. (2023). "Media Consumption Patterns and Public Perception in Kuwait." **Journal of Communication Studies**, 9(2), 40-55.
10. Al-Khaled, S. (2023). "The Future of Print Media in the Digital Age: Insights from Kuwait." **Digital Media Journal**, 11(3), 50-65.
11. Al-Qattan, N. (2023). "Perceptions of Credibility in Kuwaiti Media: Print vs. Online." **Media Trust Journal**, 5(2), 35-50.
- ¹² خالد السعد، "تأثير الأخبار الكاذبة على مصداقية الصحف والمواقع الإلكترونية في الكويت"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الكويت، 2023.
- ¹³ سارة الخالدي، "وسائل الإعلام وتأثيرها على الشباب الكويتي: دراسة مقارنة بين الصحف والمواقع الإلكترونية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الكويت، 2022.
- ¹⁴ ليلي الجاسم، "الإعلام الرقمي وتأثيره على الشباب الكويتي: دراسة مقارنة بالصحف الورقية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الكويت، 2022.
- 15 Al-Mutairi, F. (2022). "Digital Media Usage and Trust in Traditional Newspapers among Kuwaiti Youth." **Middle East Journal of Communication**, 10(1), 22-38.
- 16 Zaidan, M. (2023). "Comparative Analysis of Print and Online Media Influence on Kuwaiti Public Opinion." **Kuwait Media Review**, 8(3), 55-70.
- ¹⁷ مزمل أبو القاسم الشريف حسين، "دور وسائل الإعلام الحديثة في تشكيل الرأي العام وصنع القرار (الرأي العام المصري نموذجاً)"، مجلة كلية التربية بفتحنا الأشراف، مجلد 2، عدد 2، ص ص. 665-630، 2024.
18. Alabdouli, L. K. B. (2024). "أثر وسائل الاعلام الجديدة والتنشئة السياسية على تشكيل الرأي العام: دراسة ميدانية في دولة الامارات". **Perdana: International Journal of Academic Research**, 20(1), 54-76. العربية المتحدة

19. Al-Mansour, J. (2024). "Public Opinion Dynamics: The Influence of Print and Online Media in Kuwait." **Journal of Public Opinion Research**, 13(2), 70-85.
- 20 علي الرفاعي، "الإعلام الكويتي: تحديات الصحف الورقية في ظل الإعلام الرقمي"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الكويت، 2024
- 21 نورة العنزي، "تأثير الإعلام الإلكتروني على الرأي العام الكويتي: دراسة حالة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الكويت، 2023
22. Al-Fahad, T. (2023). "The Role of Print and Digital Media in Shaping Political Opinions in Kuwait." **Political Communication Journal**, 7(4), 60-75.
- 23 فاطمة القحطاني، "وسائل الإعلام وتأثيرها على القضايا الاجتماعية في الكويت"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الكويت، 2023.
- 24 منى العوضي، "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام الكويتي"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الكويت، 2023.
- 25 Al-Shammari, H. (2023). "The Impact of Newspapers and Online Media on Public Opinion in Kuwait." **Journal of Media Studies**, 15(2), 45-60.
26. الخالدي، س. (2020). "مصداقية الإعلام الرقمي في الخليج: التحديات والفرص". مجلة الإعلام العربي، 15(2)، 45-67.
- 27 Gaziano, C., & McGrath, K. (1986). Measuring the concept of credibility. *Journalism Quarterly*, 63(3), 451-462.
- 28 Kioussis, S. (2001). Public trust or mistrust? Perceptions of media credibility in the information age. *Mass Communication and Society*, 4(4), 381-403.
29. Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and persuasion*. Yale University Press.
30. Tseng, S., & Fogg, B. J. (1999). Credibility and computing technology. *Communications of the ACM*, 42(5), 39-44.
31. Meyer, P. (1988). Defining and measuring credibility of newspapers: Developing an index. *Journalism Quarterly*, 65(3), 567-574
32. الجزائري، ناصر. (2007). المصداقية في وسائل الإعلام العربية. المجلة العربية للإعلام.
33. البدر، قيس سعود. (2022). مدى التزام الصحف الكويتية بالمهنية: دراسة مقارنة بين الصحافة الورقية والإلكترونية. مجلة بحوث الإعلام الخليجي.
34. Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. (2007). The role of site features, user attributes, and information verification behaviors on the perceived credibility of web-based information. *New Media & Society*, 9(2), 319-342.
- 35 Gaziano, C., & McGrath, K. (1986). "Measuring the Concept of Credibility". *Journalism Quarterly*.