

**مدى مصداقية الاخبار المعروضة بالمواقع الالكترونية وانعكاساتها على المشاركة****السياسية لدى الشباب المصري ٢٠٢١/٢٠٢٢م**

أ.د/ اعتماد معبد خلف

د/بسنت عبدالمحسن العقباوي

أستاذ الاعلام بقسم الاعلام وثقافة الاطفال بكلية

بقسم العلوم الاساسية - كلية التربية للطفولة

الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

المبكرة جامعة المنوفية

الهام محمد كمال عبدالفتاح

**الملخص**

تهدف الدراسة إلي التعرف علي مصداقية المضمون الخبري للموقع الالكتروني وانعكاساتها علي مستوي المشارك السياسية لدى الشباب المصري ,وتنتمي هذه الدراسة إلي الدراسات الوصفية وفي إطارها استخدم منهج المسح تم ملئ استمارة الاستبيان بالمقابلة لعينه من الشباب المصري ممن تتراوح أعمارهم بين ١٨-٣٥ عاما, وفيما يلي تعرض الباحثة أهم نتائج الدراسة :-

١- حيث توصلت إلي أن أهم المواقع الالكترونية التي يفضل المبحوثين استخدامها عبر الانترنت جاء في الترتيب الأول مواقع التواصل الاجتماعي بنسبه ٧٨,٠٠, وجاء في الترتيب الثاني المواقع الإخبارية , التلفزيونية بنسبه ٥٢,٠٠ , وجاء في الترتيب الثالث مواقع الصحف الالكترونية بنسبه ٤١,٠٠ من إجمالي مفردات عينه الدراسة.

٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يعتلون مستويات الثقة المختلفة بصدق وموضوعيه ( الصحف الالكترونية \_ المواقع الإخبارية التلفزيونية \_ مواقع التواصل الاجتماعي ) كمصدر للمعلومات.

٣- توجد علاقة ارتباطيه موجبه وداله إحصائيا بين مستوي تعرض المبحوثين للمواقع الإلكترونية ومستوي المشاركة أساسيه لديهم.

**الكلمات المفتاحية :** ( المواقع الإلكترونية، المشاركة السياسية، الشباب )

## Summary

The study aims to identify the credibility of the news content of the website and its repercussions on the level of political participation among the Egyptian youth, and this study belongs to the descriptive studies and in its framework the survey method was used. The researcher presents the most important results of the study:

- 1-Where I found that the most important websites that respondents prefer to use via the Internet came in the first place, social networking sites with a percentage of .. ..,41 of the total vocabulary of the study sample.
- 2- There are statistically significant differences between groups of respondents who are honestly and objectively at different levels of trust (electronic newspapers - TV news sites - social networking sites) as a source of information.
- 3- There is a positive and statistically significant correlation between the respondents' level of exposure to websites and their basic level of participation.

Keywords: (websites, political participation, youth)

**المقدمة :**

إن قضية المصداقية تعد أمراً حيوياً في ظل حالة الإستقطاب السياسي والجدل الدائر حول التزام تلك الوسائل بالمعايير المهنية المتعلقة بالأمانة والدقة والتوازن والموضوعية والعمق وغيرها في تناول القضايا السياسية المصرية، بل تمتد الى الانتهاكات الإعلامية المتكررة على ثقة الجمهور المصرى بوسائل الإعلام .

وفى أثناء هذا الزخم الإعلامى وتعدد المنابر الإعلامية سواء أكانت مواقع الكترونية إخبارية أو صفحات على مواقع التواصل الاجتماعى .

لذلك نجد أن السنوات الماضية شهدت تراجعاً فى مصداقية وسائل الإعلام بمختلف دول العالم، فلم يكن الواقع العربى فقط هو الذى يحمل اتهاماً صريحاً للإعلام العربى فى مصداقيته، بل أن المجتمعات الغربية تعانى القضية نفسها، لذلك حذر خبراء الإعلام من خطورة تراجع هذه المصداقية على اعتبار أن ذلك يمثل تهديداً لدور هذه الوسائل فى حماية مصالح المجتمع. (خالد صلاح الدين حسن ، ٢٠٠٦م) لذلك نجد إن دراسة قضية المصداقية أمراً هاماً وضروري فى ظل المشهد السياسي والإعلامى الراهن.

**مشكلة الدراسة :**

نتيجة تزايد أعداد مستخدمى الإعلام الجديد، وأيضاً تزايد استخدامهم اليومي للحصول على الأخبار؛ لنعكس ذلك على زيادة كمية الأخبار المنشورة بالمواقع الإخبارية وأيضاً تزايد مستوى التطوير مضموناً وتقديمياً، حيث أصبح لكل صحيفة مطبوعة نسخة الكترونية، وأيضاً دخلت شبكات التواصل الاجتماعى مضمار المنافسة فى نشر الأخبار .

**بالإضافة إلى ذلك .**

تلعب وسائل الإعلام دوراً فاعلاً ورئيسياً فى تدعيم الديمقراطية، وتعزيز قيم المشاركة السياسية وخاصة لفئة الشباب حيث تعتبر المشاركة السياسية للشباب من أهم مبادئ تنمية المجتمعات .

- كما يعد تحديد مشكلة الدراسة وصياغة فى أسلوب علمى سليم من أهم الخطوات التى تؤثر فى سير البحث بطريقة مباشرة ، ويمكن تحديد المشكلة البحثية بناءً على الملاحظة أولاً حيث لاحظت الباحثة أن وسائل الإعلام تلعب دوراً فاعلاً ورئيسياً فى تدعيم الديمقراطية وتعزيز قيم المشاركة السياسية لفئة الشباب حيث تعتبر المشاركة السياسية للشباب من أهم مبادئ تنمية المجتمعات .

ومن هنا يمكن بلورة مشكلة الدراسة فى الإجابة على التساؤل التالى :-

ما مدى مصداقية المضمون الخبرى للمواقع الإلكترونية وانعكاسها على المشاركة السياسية للشباب المصرى؟

• وينبثق من هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية وهى :-

- ١- ما حجم تعرض الشباب المصري للإنترنت ؟
- ٢- ما حجم تعرض الشباب المصري للمواقع الإلكترونية ؟
- ٣- ما هى دوافع استخدام المواقع الإلكترونية لدى الشباب؟
- ٤- أى المواقع الإلكترونية تستخدم ؟
- ٥- التعرف على أهم الوسائل الإعلامية التى يعتمد عليها المضمون الخبرى حسب درجة تفضيلهم لها ؟

#### أهمية الدراسة :

- تتبع أهمية الدراسة الحالية من السعى باتجاه إبراز الجوانب ذات الصلة بموضوع الدراسة:
- ١- تعتبر الدراسة إضافة فى مجال دراسات مصداقية وسائل المواقع الإلكترونية حيث أنها وسيلة رئيسية لمختلف فئات الجماهير واحتلالها لمكانة كبيرة فى المجتمع المصرى.
  - ٢- أصبحت مصادر النشر على المواقع الإلكترونية مجهولة مما جعلها فى موقع تساؤل وشك دائم حول مصداقيتها .
  - ٣- ندرة دراسات المصداقية التى تناولت مصداقية المضمون الخبرى للمواقع الإلكترونية.
  - ٤- كثرة معدلات وطبيعة الانتماءات الموجهة لدور المواقع الإلكترونية فى تقديم المضمون الخبرى الذى لا يتحرى المصداقية فى المعلومات المتوفرة حول الكثير من الأخبار .

#### أهداف الدراسة :

- تسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على مدى مصداقية المضمون الخبرى للمواقع الإلكترونية وانعكاسها على المشاركة السياسية لدى الشباب المصرى ، ولتحقيق هذا الهدف لابد من تحقيق مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل فيما يلى :-
- ١- تحديد مدى موثوقية الأخبار المقدمة من المواقع الإلكترونية .
  - ٢- رصد معايير المصداقية المتوفرة بالمضمون الخبرى.

- ٣- معرفة درجة أهمية توافر عناصر المصادقية فى مصادقية المضمون الخبرى للمواقع الإلكترونية .
- ٤- القاء الضوء على أنواع وأنماط المصادقية للمضمون الخبرى التى تعرضها المواقع الإلكترونية .
- ٥- رصد الاتجاه العام للمحتوى المقدم فى المواقع الإلكترونية بالنسبة لقضية مصادقية المضمون الخبرى وانعكاسها على المشاركة السياسية .
- ٦- التعرف على حجم تعرض الشباب المصرى للمواقع الإلكترونية .

### مصطلحات الدراسة :

**المصادقية:** تعتمد على عملية إرضاء الجمهور عما تقدمه وسائل الإعلام المختلفة، حيث تشمل جميع مؤثرات المصادقية بل ومكوناتها وهى الدقة، الشمولية، التعددية، التوازن، الشفافية، التنوير، الاستهلاكية، الوضوح ، الموضوعية وأيضاً الأمانة .

**المواقع الإلكترونية:** هى مجموعة من الصفحات متاحة على شبكة الإنترنت من خلال عنوان خاص لكل موقع لدخوله، وهو ما يطلق عليه (url)، يحتوى على مادة مكتوبة، صور، فيديو هات حسب نوع الموقع ومجاله (نهلة مجد ، ٢٠١٦).

وتقسم الباحثة المواقع الإلكترونية فى هذا البحث إلى [ صحافة الكترونية، مواقع أخبارية، ومواقع التواصل الاجتماعي ] .

**المشاركة السياسية:** هى أن يقوم أكبر عدد من الأفراد والجماعات فى المشاركة فى الحياة السياسية سواء أكان هذا بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بهدف التأثير فى عملية صنع القرار .

**الشباب:** يقصد بالشباب المصرى فى هذه الدراسة هى المرحلة العمرية التى تمتد من ١٥-٣٥ سنة حيث يرى علماء الاجتماع أن الشباب مرحلة عمرية تبدأ حينما يحاول المجتمع إعداد الشخص وتأهيله لكى يحتل مكانة اجتماعية ويؤدى دوراً أو أدواراً فى بنائه وتنتهى حينما يتمكن الشخص من أن يتبوأ مكانته ويؤدى دوره فى السياق الاجتماعى.

### حدود الدراسة : تتمثل حدود الدراسة فيما يلى :

- ١- **حدود موضوعية :** حددت الباحثة موضوع دراستها فى مصادقية المضمون الخبرى للمواقع الإلكترونية وانعكاسها على المشاركة السياسية لدى الشباب المصرى .
- ٢- **حدود مكانية :** تتمثل حدود الدراسة المكانية فى [محافظة المنوفية] .

٣- حدود بشرية : سوف تقتصر الدراسة الميدانية على الشباب المصرى فى سن ١٨ إلى ٣٥ عام وتمثل فى عينة قوامها (٤٠٠) مفردة.

### الاطار المعرفي : مصداقية المواقع الالكترونية

#### تمهيد :

مما لا شك فيه تثير أزمة مصداقية الأخبار للمواقع الإلكترونية كثيراً من التناقضات، وذلك لأن مصداقية وسائل الإعلام بصفة عامة تتأثر بعدد من العوامل من أبرزها: الأطر الأيديولوجية - المتغيرات السياسية - الاقتصادية - الثقافية، بل وأنماط وأساليب ممارسة وسائل الإعلام، وأيضاً مكانة النظام الاتصالي بوصفه نظاماً فرعياً فى منظومة الأنظمة المختلفة المكونة للنظام المجتمعي، والالتزام الموضوعي والمعنوي بأخلاقيات المجتمع واحترام ديناميات تطوره فكرياً وثقافياً. (خالد صلاح الدين ، ٢٠٠٦)

كما أنه يوجد العديد من المتغيرات الأخرى التى تؤثر على مفهوم المصداقية، منها خصائص الجمهور، والعوامل الديموجرافية، والسلطة ومدى تدخلها على حرية الإعلام. (فاطمة محمد صالح ، ٢٠١٢)

#### تعريف المصداقية :

تعتبر المصداقية مكوناً أساسياً لنجاح عملية الاتصال، لذا فهى أحد المعايير المهمة المميزة بين وسيلة وأخرى، وهى أيضاً مهمة كذلك سواء بالنسبة للقائم بالاتصال أو الجمهور المستقبل للرسالة . وبالتالي تبرز أهمية المصداقية فى أنها تجعل الرسالة أكثر اقناعاً .

لذلك يسعى الناس للحصول على معلومات من أجل المعرفة ، فنحن نواجه قدراً كبيراً من المعلومات فى حياتنا اليومية ، ومعظمها يتم ترشيحه ونحتفظ فقط بما هو مفيد لنا ، ومن أهم المعايير التى تستخدم لتصفية المعلومات هى المصداقية . ( , Nadine , w & Gacquelyn )

وهناك الكثير من البحوث الذين توصلوا إلى وضع مفاهيم وأبعاد متعددة للمصداقية فى وسائل الإعلام وهى، السمعة ، الخبرة ، الحالية ، التكامل ، العدالة ، الوثوق بالمصدر، العملية التحريرية ، العمق ، الموضوعية، الأمانة ، التفاعل، الأهمية الإخبارية، عدم التحيز .

#### المصداقية :

هى اقتناء كامل من المتلقين بأن ما يشاهدونه أو يسمعونه يتميز بالأمانة وعدم التحيز ، ويعكس الحقيقة بشكل واقعى.

وعلى الرغم من وصف "جازبانو" بأن أزمة المصداقية نفسها تنقصها المصداقية .

الإلا أنه عرف المصداقية على أنها . The credibility crises Itself lacks credibility . Trust القابلية للتصديق وتشتمل عناصرها على مدى الثقة بوسائل الإعلام . كالجدارة بالثقة ، والعدالة Fairness ، والدقة Accuracy ، .

وتتجه رؤية هويدا مصطفى (٢٠٠٣) للمصداقية فى المجال الإعلامى نحو الأدلة التى تثبت صدق الخبر أو الموضوع أو الرأى ، وهذه الأدلة هى تلك المعايير والمؤشرات التى تسهم فى تقييم مدى مصداقية المادة الإعلامية.

كما يرى Martin Eisend , 2006 أن مصطلح المصداقية يشير إلى إدراك الفرد لصحة عدداً من المعلومات والأخبار ، فهى صفة متعددة الأبعاد تعمل كأداة تساعد متلقى المعلومات فى تقدير أمانة المصدر فى علاقته بالمعلومات ، وهو يرتبط بتقدير المتلقى لمصداقية المعلومات ذاتها. (Martin Eisend, 2006)

كما عرف كل من Mihee kim & anlad yaros فى تصوير المصداقية على أنها الإدراك الذاتى للجمهور والذى يمنحه للمصدر والمؤلف والمحتوى. ( Kim,mihee and yares, ) (Ronald, 2012)

بينما تعرف هبه عبدالوهاب المصداقية بأنها مجموعة من العوامل والمعايير التى تتضافر مع بعضها البعض، التى تتشكل من الممارسة المهنية داخل الوسيلة الإعلامية من التزام بالحياد والموضوعية .

والتوازن فى عرض وجهات النظر ونقل الحقيقة دون تعميم، والتى سيستشعرها المتلقى عند تعامله مع هذه الوسيلة أو تلك، مما يجعله يثق بها وبما تقدمه من مضامين. (هبه عبدالوهاب، ٢٠١٠)

وبناءً على ما سبق ترى الباحثة .. أن مفهوم المصداقية، يعتمد على عملية إرضاء للجمهور عما تقدمه وسائل الإعلام المختلفة، حيث تشمل جميع مؤثرات المصداقية بل ومكوناتها وهى الدقة، الشمولية، التعددية، التوازن، الشفافية، التنوير، الاستقلالية، الوضوح، والموضوعية وأيضاً الأمانة .

وبالتالى لا بد من توافر المصداقية فى المصدر، والقائم بالاتصال، والوسيلة والرسالة ، حتى يكون إعلاماً هادفاً ناجحاً. يقوم على مراعاة أخلاقيات المجتمع ويساعد بدوره فى عمليات التنمية وذلك على اختلاف مجالاتها الثقافية والاجتماعية، والاقتصادية وأيضاً السياسية .

## الدراسات السابقة :

١- دراسة ولاء النابغى (٢٠١٩) ، هدفت الدراسة إلى الكشف عن معايير مصداقية المواقع الإلكترونية الإخبارية كما يراها الشباب الجامعي وعلاقتها باعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات واعتمدت الدراسة على منهج المسح لعينة من الشباب الجامعي بمحافظة بورسعيد بلغ قوامها ٤٠٠ مفردة وتم استخدام أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات .

\* وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها :-

- تمثلت استجابات الشباب الجامعي لمقياس مصداقية الرسالة في [الاختصار والإيجاز دون الإضرار بالمعنى] بمتوسط مرجع 2.58 ثم [ ينشر تكذيب الأخبار التي يثبت عدم صحتها] في المرتبة الثانية بمتوسط مرجع 2.55 وفي الترتيب الثالث [الإلتزام بالدقة والموضوعية في صياغة العنوان والموضوع]

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الصحفية الإلكترونية وبين تقييم لمصداقيتها.

٢- كما استهدفت دراسة هشام رشدي (٢٠١٩) ، إلى رصد وتحليل الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت مصداقية وسائل الاتصال خلال العام ٢٠١٢ حتى العام ٢٠١٨ من مختلف المدارس الحثية بأنحاء العام تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية .

توصلت الدراسة إلى ضرورة دراسة مفاهيم جديدة في مجال وسائل الاتصال، تفعيل بحوث المشاهدين بصفة دورية ، وبرنامج الفريق البحثي من أقسام الإعلام بجامعة مصر الحكومية والخاصة عبر أجندة بحثية ترسل لكل قسم على مستوى جمهورية مصر العربية يضعها أساتذة الإعلام بجامعة القاهرة ، والهيئة الوطنية للإعلام، والتطرق لأطر ومداخل نظرية حديثة عند دراسة مصداقية وسائل الاتصال، مثل نظرية التماس المعلومات ، والتحديات المجتمعية ، والخطر المجتمعي.

٣- واستهدفت دراسة Diel,Stan R. (٢٠١٧)، التعرف على مدى مصداقية المحتوى الإخباري الذي تم جمعه ونشره من مواقع لا تعد هي المصدر الرئيسي للخبر، حيث أصبحت ممارسة التجميع الإخباري، أو استخدام الموقع الإخباري للمحتوى، جزءا منه أو بالكامل منسوخاً عن مصدر منفصل، مصدراً شائعاً في أعقاب عمليات التسريح وتخفيضات في الميزانية في المؤسسات الإخبارية التقليدية، وفي إطار منهج المسح استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (١٠٢٤) مفردة من الجمهور المتابع للأخبار عبر المواقع الإخبارية، وتشير نتائج هذه الدراسة إلى أن المؤسسات الإخبارية يمكن أن تجعل نتائج أعمالها أكثر مصداقية في نظر



المستهلكين للأخبار من خلال تحديد المصدر الرئيسي للأخبار بشكل أكثر وضوحاً عن طريق زيادة أو تقليل استخدام التجميع، كما تشير النتائج إلى أن الروابط بين درجة التجميع والمصادقية المدركة تفتقر إلى الأهمية أو تكون قليلة القوة، في حين أن الروابط بين ثقة المستقلين في قدرتهم على تحديد مصادر الأخبار الرئيسية والمصادقية المتصورة للرسالة كانت دائماً ذات دلالة وقوة عالية.

٤- كما تناولت دراسة مريهان محمد (٢٠١٧)، المواقع الإخبارية الإلكترونية ودورها في المشاركة السياسية للشباب المصري، وذلك بالتطبيق على عينة عمدية من الشباب الجامعي الذي يستخدم الانترنت ممن تتراوح أعمارهم بين ( ١٨ - ٢٩ سنة) من (جماعة القاهرة، جامعة ٦ أكتوبر للأداب والعلوم الحديثة من كليات الطب، الهندسة، الإعلام، التربية، وأيضاً عينة المواقع الإلكترونية: والتي تشمل على موقعى اليوم السابع، المصرى اليوم، وصفحة الفيس بوك للموقعين، وقد تم استخدام منهج المسح الوصفي، وبالنسبة لأدوات جمع البيانات فكانت صحيفة الاستقصاء بأسلوب المقابلة المباشرة المقننة للإجابة على تساؤلات البحث وتحقيق فروضه .

٥- كما تهدف دراسة ولاء عبدالله محمد (٢٠١٩)، إلى التعرف على العلاقة بين المعالجة الإخبارية لقضايا حقوق الإنسان في المواقع الإلكترونية ومستوى المشاركة السياسية لدى الشباب الجامعي المصري وتتنمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدمت الباحثة منهج المسح، واستخدمت في ذلك صحيفة تحليل المضمون، وصحيفة الاستبيان ومقياس المشاركة السياسية كأدوات لجمع البيانات المطلوبة.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :-

- توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى تعرض المبحوثين للمواقع الإلكترونية ومستوى المشاركة السياسية لديهم .
- توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى تعرض المبحوثين لقضايا حقوق الإنسان عبر المواقع الإلكترونية ومستوى المشاركة السياسية لديهم .

**الاجراءات المنهجية للدراسة :**

**نوع الدراسة ومنهجها :**

هذه الدراسة تعد من البحوث الوصفية التي تستهدف تحيل وتصوير وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد او دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة موقف او ظاهرة أو مجموعة من الاحداث من أجل الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، والباحثة تستخدم منهج البحث باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأصاف الظاهرة ومعرفة كافة جوانبها المختلفة .

**فروض الدراسة :**

**الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى تعرض المبحوثين للمواقع الإلكترونية (الصحف الإلكترونية- المواقع الإخبارية - مواقع التواصل الاجتماعي) ومستوى المشاركة السياسية لديهم.

**الفرض الثاني:** تختلف درجة تعرض المبحوثين للصحف الإلكترونية تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات.

**الفرض الثالث:** تختلف درجة تعرض المبحوثين للمواقع الإخبارية التلفزيونية تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات.

**الفرض الرابع:** تختلف درجة تعرض المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات.

**الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس المشاركة السياسية تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع - الإقامة - مستوى التعليم - المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

**مجتمع وعينة الدراسة :**

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب المصري من سن ١٨ الى ٣٥ سنة بمحافظة المنوفية على عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مفردة، وقد تم تحديد اختيارهم بأسلوب العينة العشوائية غير المنتظمة لتمثيل كافة متغيرات الدراسة .

**أدوات الدراسة:** أتمدت الدراسة الحالية على :

١- صحيفة الاستبيان كاداه لجمع المعلومات عن مجتمع العينة وتم صياغة الاسئلة على ان تكون واضحة وبسيطة وتغطي كافة جوانب المشكلة، وتم جمع بيانات الدراسة الحالية من خلال أداة استبيان ورقية حيث تم استخدام اسلوب المقابلة الشخصية مع المبحوثين لتطبيق الاستبيان الورقى .

٢- مقياس المشاركة السياسية ( إعداد الباحثة ).

## نتائج الدراسة :

## ١- مدى استخدام المبحوثين للإنترنت.

جدول رقم (١) مدى استخدام المبحوثين للإنترنت وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	٨٩	٤٦.٨٤	١١٩	٥٦.٦٧	٢٠٨	٥٢.٠٠
أحياناً	٥٣	٢٧.٨٩	٧١	٣٣.٨١	١٢٤	٣١.٠٠
نادراً	٤٨	٢٥.٢٦	٢٠	٩.٥٢	٦٨	١٧.٠٠
الإجمالي	١٩٠	١٠٠	٢١٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠

قيمة كا<sup>٢</sup> = ١٧.٥١٣ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٢٠٥

مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠٠١

بحساب قيمة كا<sup>٢</sup> من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ١٧.٥١٣ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١ ، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٢٠٥ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومدى استخدام المبحوثين - إجمالي مفردات عينة الدراسة - للإنترنت.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة مني جمال (٢٠١٦) والتي أثبتت أن النسبة الأكبر لمستخدمي الإنترنت بشكل يومي بنسبه ٤٢,٨٦ وانفتحت هذه النتيجة أيضاً مع ما جاءت به دراسة هشام رشدي (٢٠١٣) حيث توصلت إلي ان النسبة الأكبر من مفردات عينة الدراسة هم من يستخدمون الإنترنت خمس مرات فأكثر أسبوعياً حيث بلغت ٣٣,٥١%

## ٢- أهم الموقع الإلكترونية الذى يفضل المبحوثين استخدامها عبر الإنترنت.

جدول رقم (٢) أهم الموقع الإلكترونية الذى يفضل المبحوثين استخدامها عبر الإنترنت وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة Z	الدلالة	ترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%			
مواقع التواصل الاجتماعى	١٣٦	٧١.٥٨	١٧٦	٨٣.٨١	٣١٢	٧٨.٠٠	٢.٩٤٥	دالة**	١
المواقع الإخبارية التلفزيونية	١٠٢	٥٣.٦٨	١٠٦	٥٠.٤٨	٢٠٨	٥٢.٠٠	٠.٦٤١	غير دالة	٢
مواقع الصحف الإلكترونية	٧٠	٣٦.٨٤	٩٤	٤٤.٧٦	١٦٤	٤١.٠٠	١.٦٠٦	غير دالة	٣
جملة من سئلوا	١٩٠		٢١٠		٤٠٠				

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم المواقع الإلكترونية الذي يفضل المبحوثين استخدامها عبر الإنترنت وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧٨.٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧١.٥٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٨٣.٨١% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٩٤٥ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٩.

وجاء في الترتيب الثاني المواقع الإخبارية التلفزيونية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٢.٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٣.٦٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٠.٤٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٦٤١ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥.

وجاء في الترتيب الثالث مواقع الصحف الإلكترونية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤١.٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٦.٨٤% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٤.٧٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٦٠٦ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة ولاء عبد الله (٢٠١٩) والتي كشفت أيضاً أن أهم المواقع التي يفضل المبحوثين استخدامها عبر الإنترنت جاء في الترتيب الأول مواقع التواصل الاجتماعي ويرجع ذلك نتيجة تغلغل مواقع التواصل الاجتماعي في مجتمعاتنا العربية وما تلعبه من دور كبير و مؤثر لدى الشباب.

### ٣- أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل المبحوثين تصفحها عبر الإنترنت.

جدول رقم (٣) أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل المبحوثين تصفحها عبر الإنترنت وفقاً للنوع.

رقم	النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة Z	الدلالة
		ك	%	ك	%	ك	%		
٢	الواتس أب	٧٤	٥٤.٤١	٨٨	٥٠.٠٠	١٧٢	٥٥.١٣	١.٥٥٥	غير دالة
١	الفيس بوك	٦٨	٥٠.٠٠	١٢٠	٦٨.١٨	١٨٨	٦٠.٢٦	٤.٢٦٨	دالة ***
٤	التويتير	٦٦	٤٨.٥٣	٨٢	٤٦.٥٩	١٤٨	٤٧.٤٤	٠.٨٩١	غير دالة
٥	المدونات	٧٧	٥٦.٦٢	٦٧	٣٨.٠٧	١٤٤	٤٦.١٥	١.٧٩٢	غير دالة
٣	اليوتيوب	٥٠	٣٦.٧٦	١٠٦	٦٠.٢٣	١٥٦	٥٠.٠٠	٤.٩٤١	دالة ***
٦	فليكر	٤٦	٣٣.٨٢	٩٠	٥١.١٤	١٣٦	٤٣.٥٩	٣.٩٢٦	دالة ***
٧	الفايبر	٥٠	٣٦.٧٦	٥٤	٣٠.٦٨	١٠٤	٣٣.٣٣	٠.١٣٧	غير دالة
	جملة من سئلا		١٣٦		١٧٦		٣١٢		

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل المبحوثين تصفحها عبر الإنترنت وفقاً للنوع ، حيث جاء في الترتيب الأول الفيسبوك ، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٠.٢٦% من إجمالي مفردات من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٨.١٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٤.٢٦٨ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٩٩ .

وجاء في الترتيب الثاني الوتس أب ، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٥.١٣% من إجمالي مفردات من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٤.٤١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٥٥٥ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥ .

وجاء في الترتيب الثالث اليوتيوب، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٠.٠٠% من إجمالي مفردات من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٦.٧٦% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٠.٢٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٤.٩٤١ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٩٩ .

وجاء في الترتيب الرابع التويتر ، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٧.٤٤% من إجمالي مفردات من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٨.٥٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٦.٥٩% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٨٩١ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥ .

وجاء في الترتيب الخامس المدونات ، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٦.١٥% من إجمالي مفردات من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٦.٦٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٨.٠٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٧٩٢ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥ .

وجاء فى الترتيب السادس **فليكر**، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٣.٥٩% من إجمالى مفردات من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعى من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٣.٨٢% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٥١.١٤% من إجمالى مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٣.٩٢٦ وهى قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٩٩.

وجاء فى الترتيب السابع **الفايبر**، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٣.٣٣% من إجمالى مفردات من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعى من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٦.٧٦% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٣٠.٦٨% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.١٣٧ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة محمد مصطفى رفعت (٢٠١٧) حيث حصل مستخدموا موقع الفيس بوك على أعلى نسبة فى المتابعة، كما أوضحت دراسة (ماريان مراد أنيس) أن موقع الفيس بوك جاء فى المرتبة الأولى من حيث المتابعة يليه موقع اليوتيوب، يليه موقع تويتر.

### توصيات الدراسة ومقترحاتها :

- فى ضوء النتائج التى اسفرت عنها هذه الدراسة تقدم الباحثة عدد من التوصيات التى نأمل أن تعيد الباحثين والمهتمين بموضوع الدراسة، وتتمثل بعض هذه التوصيات فيما يلي :
- ١- الشباب يعد العمود الفقري للمجتمع بل الثروة الحقيقية للمجتمعات لذلك لا بد وأن تهتم وزارة الشباب بتوعية الشباب المصرى بأهمية النهوض بالمجتمع المصرى وجعله فى مصاف الدول المتقدمة .
  - ٢- يجب على الجهات المعنية والرقابية باجراء دراسات مستمرة للتقييم المضامين التى تقدمها المواقع الالكترونية ( مواقع الصحف الالكترونية - مواقع القنوات الاخبارية التلفزيونية - مواقع التواصل الاجتماعى ) من حيث الالتزام بالموضوعية والمصادقية والحيادية والدقة فى النشر .
  - ٣- لا بد من توظيف المناهج الدراسية منذ المرحلة الابتدائية لتوعيه المجتمع ككل بمفهوم المشاركة السياسية واثرها على المجتمع.
  - ٤- لا بد ان تقوم الاحزاب السياسية بتوظيف الاعلام الالكتروني فى التسويق لافكارها وبرامجها السياسية بما يتفق مع طبيعة الشباب وخدمه مصالحهم وتشجيعهم على المشاركة السياسية بانواعها المختلفة.

## المراجع :

- ١) خالد صلاح الدين حسن على. مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور: دراسة كمية/كيفية فى إطار النموذج البنائى للمصداقية المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، العدد السادس والعشرون ٢٠٠٦ .
- ٢) نهله محمد نشأت محمد، المواقع الرياضية الالكترونية المصرية والعربية ودورها فى إمداد الجمهور المصرى بالمعلومات (دراسة مسحية) رسالة دكتوراة، جامعة حلوان، كلية الآداب قسم الإعلام ، ٢٠١٦ ، ص٥٠.
- ٣) فاطمة محمد صالح ، العوامل المؤثرة على مصداقية المادة الإخبارية التلفزيونية، دراسة مقارنة لاتجاهات الجمهور المصرى نحو مصداقية قناتى النيل للأخبار، والجزيرة الإخبارية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، ٢٠١٢ ، ص ٣ .
- ٤) هبه عبدالوهاب، مستويات مصداقية القنوات الإخبارية كما تراها الصفوة ، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة ، ٢٠١٠ ، ص ٩٢ .
- ٥) ولاء النابغى محمد محروس: معايير مصداقية المواقع الالكترونية والإخبارية كما يراها الشباب الجامعى وعلاقتها باعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات. دراسة ميدانية ، مجلة البحوث العلمية ، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 51 ، ٢٠١٩ ، ص ٥٨١ - ٦٢٨ .
- ٦) هشام رشدى خير الله: معالجة الصحافة الالكترونية لقضايا الفساد فى المجتمع المصرى وتأثيرها على المشاركة السياسية للشباب ، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، ٢٠١٣ .
- ٧) مريهان محمد عبدال موجود : المواقع الإخبارية الالكترونية ودورها فى المشاركة السياسية للشباب المصرى، مجلة البحث العلمى فى الآداب ، كلية البنات الآداب والعلوم والتربية ، جامعة عين شمس، العدد ١٨ المجلد ٥، ٢٠١٧، ص ٤١١ - ٤٢٧ .
- ٨) ولاء عبدالله محمد محمد سالم: المعالجة الإخبارية لقضايا حقوق الإنسان فى المواقع الإلكترونية وعاقبتها بمستوى المشاركة السياسية للشباب الجامعى المصرى رسالة دكتوراة، جامعة المنوفية، كلية التربية النوعية، ٢٠١٩ .

9)Dial, Stan R: News Story Aggregation and perceived Credibility, Doctoral dissertation, The University of Alabama, United States, 2017. Retrieved from,

<https://search.proquest.com/docview/1964698962?accountid=178282>

- 10) Kim, mihee, and yaros, Ronald . partisans and controversial new sonline : compating perceptions of Bias and credibility in News from Blogs versus Mainstream Media, paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and mass communicationg Chicago, Il Auqog , 2012 .
- 11) Martin Eisend , 2006, Source credibility Dimension in marketing communication ; A Generalized solution Journal of Empirical Generation in marketing p.2, <http://members.byronsharp.com/empgens/sourcecredibility.pdf>.
- 12) Nadine c. wathen, Jacquelyn Burkell , Believe it or not : facters influencing credibility on the web Journal of the American society for information science and technologx, vol. 53, No 2, 2002 , p . 740.