

# استخدام صفحات المواقع الإخبارية لتقنية البث المباشر في التغطية الإعلامية وعلاقته بمصداقيتها لدى الجمهور المصري

د. أميمة أحمد رمضان محمد\*

## ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على حجم تعرّض الجمهور المصري لتقنية البث المباشر على صفحات المواقع الإخبارية ودوافع هذا التعرض، والتعرف على درجة ثقة عينة الدراسة في المحتوى المقدم عبر البث المباشر وعلاقة ذلك بمستوى مصداقيتهم للرسالة الإعلامية والوسيلة والقائم بالاتصال، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي للتحقق من أهداف وفرضيات الدراسة. وطبقت الباحثة أدوات الدراسة على عينة عمدية من الجمهور المصري قوامها (579)، وتمثلت أدوات الدراسة في صحيفة استقصاء متضمنة مقياس للمصداقية من (إعداد الباحثة). وتكوّن المقياس من ثلاثة محاور؛ (الرسالة - الوسيلة - القائم بالاتصال)؛ ليصبح إجمالي عدد العبارات بالمقياس (52) عبارة، وتوصلت الدراسة إلى أنّ أكثر من نصف عينة الدراسة، والتي بلغت نسبتهم حوالي ( 67.7 %) يتفون بدرجة كبيرة في المحتوى المقدم عبر البث المباشر، بينما تراوحت النسبة المئوية لتقييم عينة البحث - لمصداقية الرسالة الإعلامية المقدمة عبر تقنية البث المباشر على صفحات المواقع الإخبارية - ما بين ( 86 : 53.1)، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة الجمهور لتقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية وبين درجة مصداقيتها؛ مما يعني أنّه كلما زاد معدل متابعة الجمهور لمحتوى تقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية زادت نسبة مصداقيتها لديهم.

الكلمات المفتاحية: تقنية - بث مباشر - التغطية الإعلامية - المصداقية.

\* المدرس بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية - جامعة المنيا.

## **The use of news website pages for live broadcasting technology in media coverage and its relationship to its credibility with the Egyptian public**

### **Abstract**

This study aims to identify the extent of exposure of the Egyptian public to the technology of direct broadcasting on the pages of news websites and to identify the degree of confidence of the study sample in the presented content and its relationship to the level of their credibility to the media message, the medium and the communicator. Deliberate Egyptian public (579), and the study tools were represented in a survey sheet that included a credibility scale prepared by (the researcher) consisting of three axes (the message - the means - the communicator), so that the total number of phrases on the scale was (52) phrases, and the study concluded: that more Of the half of the study sample, they highly trust the content provided through direct broadcasting at a rate of (67.7%), and that the percentage of the research sample's evaluation of the credibility of the media message presented through direct broadcasting technology on the pages of news websites ranged between (86: 53.1), and it was proven that there is A direct, statistically significant correlation between the audience's follow-up rate of live broadcasting technology through the pages of news websites and their credibility; This means that the more the audience follows the content of the live broadcast technology through the pages of news sites, the more this contributes to increasing their credibility.

**Keywords:** technology - live broadcast - media coverage – credibility

## مقدمة.

ظهرت في الآونة الأخيرة تقنية البث المباشر، والتي لم يقتصر استخدامها على مجال واحد بل تعددت استخداماتها، ومجالاتها ما بين المجال الإعلامي، والتعليمي، والصحي وغيرها من المجالات، ومن ثم اكتسبت هذه التقنية شهرتها وأهميتها؛ لارتباطها بمجالات مهمة في المجتمع، وإن انتشر مثل هذه الفيديوهات بشكل موسع على المواقع المختلفة - إخبارية أو إجتماعية - سيعزز من أهمية استخدام البث المباشر للمصداقية، كما أصبح الجمهور اليوم في تحدٍ كبير مع هذا الكم الهائل من المعلومات والأخبار، التي يحصل عليها من العديد من المصادر. ومع ذلك هناك العديد من الاتجاهات والعوامل التي تعزز من مصداقية الوسيلة بالنسبة له. يُفضل بعض القراء مواقع على أخرى؛ ولعل ذلك يعود إلى اختلاف مستوي ودرجة الثقة في المحتوى المُقدم، كما تُعد المواقع الإخبارية مصدرًا مهمًا في استيفاء الأخبار والمعلومات الخاصة بقضايا المجتمع الحالية والأنية؛ لذا يتطلّب من القائمين عليها الاهتمام بتطويرها وتحديثها، وذلك بالاعتماد على التقنيات الحديثة والمتطورة. لقد أكدت التنافسية الإعلامية الموجودة على الساحة الآن على اعتماد التأثير، والبقاء، والقوة على كل ما هو جديد ومتطور وحديث.

وفي إطار الاهتمام بتقنية البث المباشر من قبل القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية أكدت العديد من المصادر والشخصيات المجتمعية، على أهمية الاعتماد على تقنية البث المباشر في الحفلات العامة، والمناسبات الرسمية، والموضوعات الحيوية، ويلقى البث المباشر الدعم من منصات التواصل الاجتماعي أكثر من المنشورات التقليدية كما هو متعارف عليه بين المتخصصين في مجال التواصل الاجتماعي. مما يؤدي إلى زيادة عدد المشاهدات لهذا النوع من الفيديوهات عن الفيديوهات العادية على المنصة نفسها. كما أصبحت ميزة البث المباشر متاحة للجميع الآن؛ من أفراد، وشركات، وبشكل احترافي في جودة الفيديو، وتقوم منصات الوسائل الإعلامية بالاستفادة منها بشكل واضح، وأوسع بسبب توجه أغلب الجمهور إلى التواصل الاجتماعي كبديل لوسائل الإعلام التقليدية كالتلفزيون والراديو.

وقد شهدت السنوات الماضية تراجعًا في مصداقية وسائل الإعلام بمختلف دول العالم، فلم يكن الواقع العربي فقط هو الذي يحمل إتهامًا صريحًا للإعلام العربي في مصداقيته، وهنّاز ثقته لدى الجمهور بمختلف فئاته، بل عانت المجتمعات المتقدمة أفضية نفسها، ومن ثم فقد حذر خبراء الإعلام من خطورة تراجع هذه المصداقية على اعتبار أن ذلك يمثل تهديدًا لدور هذه الوسائل في حماية مصالح المجتمع<sup>(1)</sup>. ويمتلك الجمهور في الوقت الحاضر العديد

من المهارات التي تجعله يبحث عن الحقيقة، وبالتالي فإنه يضع لنفسه معايير للتأكد من مصداقية الوسيلة، ومصداقية الأداة التي تستخدمها الوسيلة والمواقع الإخبارية المختلفة. ومن هنا تكمن الحقيقة: ألا وهي ضرورة الاهتمام بدرجة كبيرة بالدقة والموضوعية عند تحرير المحتوى خاصة بعد التّحدي التي تواجهها المواقع الإخبارية في؛ سرعة إنتشار الخبر كمحاولة لتحقيق السبق، وذلك بالتنافس بين مختلف وسائل الإعلام بصفة عامة والمواقع الإخبارية وبعضها البعض على نحو خاص. حيث تتسابق المواقع الإخبارية في جذب الجماهير من خلال التغطية الفورية للأحداث، ومعايشة القراء لها أول بأول، كما تواجه وسائل الإعلام تحديًا متمثلًا في أزمة ثقة القراء؛ كريد فعل طبيعي على عدم تحري الدقة في نشر الأخبار، لما تفرضه ضغوط المنافسة والسبق في النشر، وما ينتج عن هذا التنافس من تعديل في الخبر بعد نشره، أو نفيه إذا ثبت عدم صحته.

وبناء على ما سبق، فإن تقنية البث المباشر تمتاز بالواقعية والأنية، لذا تكون أكثر مصداقية وواقعية. حيث تمتاز هذه التقنية بالموضوعية، دون تحرير للفيديو أو تعديل. يؤكد استخدام التقنية في حد ذاته على مصداقية الشخص، ومصداقية الحدث، فهو يعتمد على نقل الحدث بطريقة مباشرة، وبالتالي فالموقع الذي يعتمد على هذه التقنية هو الموقع الأكثر مصداقية بالنسبة للجمهور. إنه يعتمد على آليات المباشرة، وبالتالي يُظهر الحدث أو الموضوع كما هو أمام الجمهور، دون تدخل في المونتاج - قص ولصق وقطع وغيرها - الذي يُشكك في الحدث أو الموضوع، كما اكتسبت هذه التقنية شهرة وأصبحت أكثر استخداماً؛ من أجل تلبية احتياجات الجمهور المعرفية، والتأكيد على أهمية تقنية البث المباشر في نقل الأحداث والموضوعات والقضايا التي تُشغل الرأي العام واهتمامات الجمهور، وقد تستطيع المواقع الإخبارية تحقيق السبق الصحفي، من خلال اعتمادها على هذه التقنية. لذا فهي تنال اهتمام الجميع من الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية المختلفة على المستوي المهني والمستوي التقني، وعليه تتشكل أهمية الدراسة الحالية حيث تجمع بين تقنية البث المباشر، ومصداقية المحتوى، ومستوي المصداقية لدى الجمهور المصري.

## الدراسات السابقة:

بعد الرجوع إلى العديد من الرسائل والدوريات العربية والأجنبية، تمكنت الباحثة من رصد عدّة دراسات متنوعة ما بين العربية والأجنبية، وتميّزت هذه الدراسات بتنوّع اتجاهاتها، وموضوعاتها وطرق معالجتها، ويمكن تقسيم هذه الدراسات إلى محورين على النحو التالي:

### المحور الأول: الدراسات التي تناولت البث المباشر:

تناولت دراسة ( سحر أحمد إمام، 2022)<sup>(2)</sup> ظاهرة البث المباشر للقنوات الإخبارية على الفيسبوك؛ باعتبارها منصّة جديدة للبث التليفزيوني، ولكونها تُمثّل نمطاً جديداً لمشاهدة البرامج التليفزيونية، واستهدفت هذه الدراسة رصد طبيعة استخدام القنوات الإخبارية للبث المباشر على موقع الفيسبوك، بالإضافة إلى الكشف عن مدى إدراك مستخدمي الموقع للتفاعلية المتوفرة من خلال البث المباشر للقنوات الإخبارية، وأجريت الدراسة الميدانية على عيّنه قسديّة مكوّنة من (400 مفردة)، وتم تطبيق تحليل المضمون على مُجمل منشورات البث المباشر لقناة " الجزيرة"، و"سكاي نيوز" خلال شهر أغسطس 2021م، وتوصلت الدراسة إلى تمثّع البث المباشر للقنوات الإخبارية على الفيسبوك بمستوى عالٍ من التفاعلية الحقيقية، والحضور الاجتماعي، إلى جانب وجود علاقة ترابطية بين الأخير والتفاعلية المُدرّكة، كذلك وجدت علاقة ارتباطية بين التفاعلية الحقيقية، ومستوى التّعرض للبث المباشر، حيث انتهت الدراسة إلى: كلما ازداد التّعرض للبث المباشر على الفيسبوك كلما ازدادت التّفاعلية.

استهدفت دراسة ( هشام رشدي خيرالله، 2022)<sup>(3)</sup>، التعرف على العلاقة بين استخدام البث المباشر في تغطية قضايا المجتمع المصري عبر المنصات الإلكترونية للصحف والحالة المزاجية لدى الجمهور، وينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية، واستخدم في ذلك الاستبيان وتحليل المضمون كأدوات لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على فيديوهات البث المباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي فيسبوك التابعة لصحيفة اليوم السابع والوطن والمصري اليوم، وطبقت الدراسة الميدانية إلكترونياً على عينة قوماها 576 من الجمهور المصري، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع نسبة مشاهدة الجمهور لفيدويوهات البث المباشر عبر الفيسبوك بنسبة تزيد عن 92%، وجاءت القضايا الاجتماعية في مقدمة القضايا التي تم تناولها عبر فيديوهات البث المباشر وتليها قضايا الجريمة والاعتداءات، ارتفاع مستوى تفاعلية الجمهور مع فيديوهات البث المباشر من خلال الإعجاب والتعليق والمشاركة، بالإضافة إلى أن تعرض الجمهور للقضايا السلبية عبر فيديوهات البث المباشر يؤدي إلى تشكيل الحالة المزاجية السلبية والعكس.

ورصدت دراسة (مروة عبدالله السيد، 2021<sup>(4)</sup>) تقنيات استخدام الهواتف الذكية في الإنتاج البرامجي المرئي، والتحويلات التي أحدثتها على الشكل، والمضمون البرامجي، وذلك عبر دراسة استطلاعية، من خلال إجراء دراسة حالة على استديو MOJO 10 الذي يُعد أول استديو يعتمد بأكمله على استخدام تقنيات الهواتف الذكية في مصر، والعالم العربي، وتوصّلت الدراسة إلى عدّة نتائج منها: انعكاس قبول التكنولوجيا الجديدة، وتبني المُستحدّث الجديد - الخاص باستخدام الهواتف الذكية، في صناعة المحتوى الإعلامي- على شكل ومضمون الإنتاج البرامجي، وأن أحد أهم الانعكاسات الخاصة بتبني الهواتف الذكية - كمستحدث جديد في الإنتاج البرامجي المرئي المُتعلّق بالأداء الإعلامي- تمثّل في سعي القائمين على استديو MOJO10 إلى الاعتماد على رؤية، وفلسفة جديدة، جاذبة للجمهور، من خلال الاعتماد على (صانع المحتوى) كبديل عن مُعدّ ومُقدّم البرامج.

واستهدفت دراسة (أحمد حمد علي، 2020<sup>(5)</sup>) إلى التّعرّف على اعتماد الجمهور الإماراتي على برامج البث المباشر (الإذاعية، والتلفزيونية)، واتجاهاته نحوها، وتنتمي هذه الدراسة إلى المنهج الوصفي، والبحوث المسحية، وطُبِّقت هذه الدراسة على مُشاهدي ومُستمعي برامج البث المباشر، من الجمهور في دولة الإمارات، وعلى عيّنه قوامها 400 مبحوث مورّعين على 7 إمارات، من متابعي البرامج في القنوات التلفزيونية، والإذاعية، وقام الباحث فيها بإعداد استبيان للحصول على البيانات الخاصة بانطباعات الجمهور عن برامج البث المباشر، وتوصّلت الدراسة إلى أنّ من أهم أسباب متابعة برامج البث المباشر؛ إيصال صوت المواطن إلى الجهات المسؤولة، والتّعرّف على كيفية حل المشاكل التي قد تواجههم، أو لتقديم بعض المُقترحات والتي من الممكن أن تُساعد على إيجاد حلول، أو توصيل مقترح لتطوير خدمة ما.

وركزت دراسة (أماني عبد الرؤوف محمد، 2020<sup>(6)</sup>) على معرفة أشكال التفاعل لمستخدمي تطبيق البث المباشر الحى LINE ONE، مع البرامج المختلفة للقنوات الإخبارية الناطقة باللّغة العربيّة على اليوتيوب لقناة (فرانس 24)، المُسمّاه على اليوتيوب ب: قناة فرانس 24- البث المباشر- الأخبار الدّوليّة على مدار السّاعة. وتدرج هذه الدّراسة تحت البحوث الوصفية التي تصف تفاعلية المشاهدين مع أنواع البرامج المختلفة التي تُمثّل في مجموعها الخريطة البرامجية للقناة - فرانس 24- في عيّنه الدّراسة، وتوصّلت الدّراسة إلى أن الخريطة البرامجية لقناة فرانس 24، الناطقة باللّغة العربيّة ذات تفاعلية فورية للنشرات الإخبارية في المقام الأول، ثم تأتي البرامج المختلفة المُتنوّعة في المقام الثاني، كما اتّضح وجود تفاعلية فورية مرتفعة متوسّطة ومنخفضة بالخريطة البرامجية مرتبطة بتوقيت إذاعة البرامج.

كما أفادت دراسة (زياد بن محمد بن صالح، 2019)<sup>(7)</sup> بأنّ البث المباشر للبرامج يكون أكثر تأثيراً على الجمهور، خاصة تلك البرامج المتنوعة في الآراء، والأفكار، والمواقف، لذلك مثلت قناة (العربية) لدى الباحث - لما لها من أهمية في الوطن العربي- أكثر القنوات الإخبارية شهرة. وهدفت الدراسة إلى ربط التوجّهات التي تقف وراء قلة البث المباشر للبرامج الخاصة بقناة العربية، والتعرّف على أسباب قلة البرامج التي تبث على الهواء، والتعرّف على رؤية القائمين بالاتصال لتأثير بث البرامج الإخبارية على معدلات مشاهدة هذه البرامج، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية، وقد استخدمت هذه الدراسة أسلوب المقابلة المقتنة كأحد أساليب البحث الكيفي، وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود أية مؤسسة إعلامية تتمتع بدرجة حرية كاملة فيما تقدّمه من برامج، سواء أكانت مسجلة أم بُثت بشكل مباشر، فكلما ارتفع هامش الحرية في التعبير والطرح في المؤسسة الإعلامية، كلما كانت أقرب للمصداقية والحيادية. وأشارت الدراسة إلى أنه من الضروري أن تراعي القناة تمثيل كافة التيارات الفكرية والسياسية؛ ليساعد ذلك على ترسيخ مصداقية القناة.

وأشارت دراسة (منه الله محسن إبراهيم، 2019)<sup>(8)</sup> إلى أهمية قياس أثر استخدام تقنية البث المباشر عبر الشبكات الاجتماعية، في إكساب طلاب الإعلام التربوي مهارات التصوير الإعلامي، وقد تم اختيار عيّنه عمدية من طلاب الفرقة الثالثة بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة أسوان مكونة من (72) طالب وطالبة، وقسمت العيّنه إلى مجموعتين: مجموعة تجريبية: وتتكون من (36) طالب وطالبة تم اختيارهم بطريقة عشوائية، بشرط استخدام موقع الفيسبوك بصفة مستمرة، واستخدمت المعالجة التجريبية معهم، والمجموعة الثانية مجموعة ضابطة: تكوّنت من (36) طالب وطالبة، تم اختيارهم بطريقة عشوائية، واستخدمت الطريقة التقليدية في التدريب والتدريس على مهارات التصوير الإعلامي معهم، واتبع البحث المنهج شبه التجريبي، وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين: متوسطي درجات طلاب المجموعة التجريبية في التطبيق القبلي، والبعدي للاختبار التحصيلي في التصوير الإعلامي لصالح التطبيق البعدي.

كما ناقشت دراسة (فرح راضى عيد، 2018)<sup>(9)</sup> درجة وكثافة تعرض الجمهور الأردني لخدمة البث المباشر بالفيس بوك، ودوافع تعرضهم لها، والآثار الناتجة من هذا التعرض، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، حيث تمت الدراسة على عيّنه قوامها (251) مفردة من مجتمع الدراسة، واعتمدت الباحثة على أداة المقابلة على عيّنه قوامها (6) مفردات من ناشطي خدمة البث المباشر في الأردن لإثراء البحث. وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر من نصف العيّنه يتابعون فيديو واحد من البث المباشر، كما بينت الدراسة أن التفاعل مع خدمة البث المباشر جاء عن طريق "المشاهدة فقط"، كما بينت الدراسة أن التأثيرات المعرفية

احتلت المرتبة الأولى من حيث التأثيرات المترتبة، جراء متابعة الجمهور الأردني لخدمة البث المباشر بالفيس بوك"، ووضّحت وجود علاقة إيجابية دالة إحصائياً بين؛ درجة تعرّض الجمهور الأردني لخدمة البث المباشر بالفيس بوك، وبين التأثيرات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية.

#### المحور الثاني: الدراسات التي تناولت المصداقية:

سعت دراسة (حاتم سليم علاونة، عرين عمر، 2020)<sup>(10)</sup> إلى التعرف إلى مدى مصداقية الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، ومعرفة أهم عاداتهم ودرجة اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية. من خلال الاعتماد على المنهج المسحي، على عيّنه قوامها 130 من الصحفيين الأردنيين العاملين في الصحف الأردنية اليومية، وتم استخدام الاستبانة كأداة للدراسة، وتوصّلت الدراسة إلى اعتماد (42.3%) من الصحفيين الأردنيين بشكل كبير في استقاء المعلومات، والأخبار على المواقع الإلكترونية الإخبارية، وأن نسبة (44.2%) من أفراد عيّنه الدراسة يتعرضون - بشكل دائم- للمواقع الإلكترونية الإخبارية، وجاءت الأخبار المحلية في مُقَمّة نوعية الأخبار التي يُفضّل الصحفيون متابعتها عبر المواقع الإلكترونية بنسبة (36.7%)، يليها الأخبار العامة، وشكّلت الأخبار السياسية أعلى نسبة من بين مضامين الأخبار التي يتابعها الصحفيون الأردنيون بنسبة (61.7%).

وعكست دراسة (جيهان سيد أحمد يحيى، 2021)<sup>(11)</sup>: التأثيرات النفسية، والسلوكية لجائحة كورونا، من خلال تعرّض طلاب الجامعات لمحتوى الإعلام المرئي، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية. اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وكانت العيّنة قوامها (500) مفردة من الشباب الجامعي المصري من جامعات؛ (القاهرة- الأزهر- طنطا- 6 أكتوبر- الجامعة الأمريكية). واستخدمت الدراسة استمارة الاستقصاء، كأداة أساسية لجمع البيانات حول موضوع الدراسة، وتوصّلت الدراسة إلى: اعتبار "المواقع الرسمية الحكومية" من أهم مصادر متابعة طلاب الجامعات لجائحة كورونا، عبر محتوى الإعلام المرئي، يليها "موقع منظمة الصحة العالمية"، واحتلت "مواقع التواصل الاجتماعي" المرتبة الأخيرة كمصدر من مصادر المعرفة. ووجود علاقة ارتباطية إيجابية، بين مصداقية الإعلام المرئي المرتبطة بجائحة كورونا، وبين تأثيراته النفسية والسلوكية.

وحرصت دراسة ( فلورا إكرام، 2021)<sup>(12)</sup> على التعرف على معايير مصداقية صفحات الصحف المصرية على موقع الفيسبوك لدى الجمهور المصري وقت أزمة كورونا، وذلك من خلال التعرف على حجم ودوافع التعرض ودرجة الاهتمام والفهم والتفاعل مع أخبار



الوباء. واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح، وتمثلت العينة في 433 مبحوثاً، وذلك باستخدام الاستبيان الإلكتروني، وتوصلت الدراسة إلى: حصول صفحة اليوم السابع على تفضيل العينة، يليها صفحة المصري اليوم. كما توصلت إلى أن الفورية - في نقل الأخبار - هي أكثر المعايير لدى العينة، والتي تزيد من مصداقية الصفحة، يليها بعد ذلك معيار الدقة، وصولاً إلى احترافية الشخص القائم بالاتصال، وتوصلت الدراسة إلى: وجود علاقة دالة إحصائية وارتباطية، بين حجم تعرض العينة ودرجة فهم العينة للأزمة، كما توجد علاقة دالة إحصائية بين حجم تعرض العينة للصفحات محل الدراسة وبين درجة مصداقيتها لدى العينة.

اهتمت دراسة (سحر أحمد غريب، 2021) (13) بالتعرف على مدى مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي، بوصفها مصدرًا يستقي منه القائم بالاتصال معلوماته وأخباره التي يقوم بنشرها، وحجم اعتماده على هذه الوسائل، وتوظيفه للأساليب والمعايير للتحقق من دقة الأخبار والمعلومات المستقاة من هذه الوسائل قبل نشرها في الصحف الورقية والإلكترونية. وتوصلت الدراسة إلى أن موقع الفيس بوك يُعد من أكثر وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها القائم بالاتصال، يليه تويتر، ويعتمد القائمون بالاتصال بدرجة متوسطة على وسائل التواصل الاجتماعي كمادة لنقل الخبر، نظرًا لقلّة أو لتوسط مصداقيته، لدى غالبية القائمين بالاتصال، وأكدت الدراسة على وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائية بين إدراك القائم بالاتصال لمصداقية وسائل التواصل الاجتماعي، وبين واعتماده عليها كمصدر للأخبار.

وهدف دراسة (جلال، ههزار محمد، 2021) (14) إلى التعرف على مصداقية المواقع الإلكترونية كمصدر للأخبار والمواضيع وعلاقتها بظاهرة العداء لوسائل الإعلام لدى الجمهور، اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (100) من النخبة (إعلاميين، المثقفين، الفنانين) باستخدام أداة استبيان. وتوصلت الدراسة إلى: تراجع مصداقية للمواقع الإلكترونية الكردية لدى النخبة حيث جاء مقياس مصداقية "متوسطة و"متدنية" في المرتبة الأولى، وأخيراً جاء "مصداقية مرتفعة". -جاء "فقدان النخبة لثقتهم فيما تبثه وسائل الإعلام العراقية حول الأوضاع السياسية في العراق" في مقدمة آثار شعور جمهور بالعداء نحو المواقع الإلكترونية الكردية، تلتها كلاً "تحيز المواقع الإخبارية العراقية يجعلني أشعر بالكراهية تجاه من يعارض آرائي السياسية"، و"ليس لدي الرغبة في الحديث مع الآخرين حول تحيز المواقع الإخبارية في العراق". ووجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين من حيث (النوع) فقط في مدى الاتجاه نحو مصداقية المواقع الكردية.

واعتمدت دراسة (على عبد الحسين علوان، 2020) (15) على المنهج المسحي؛ باعتباره من أنسب المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية، في التعرف على مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي. لقد اختار الباحث عينه من هذا المجتمع قوامها "82 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى: أن الصفحات الرسمية هي أكثر الصفحات التي تتمتع بالمصداقية؛ كونها تابعة لجهات ومؤسسات حكومية وموثوق بها. وكانت هناك بعض العوامل المؤثرة والفعالة لحصول مثل هذه الصفحات الفيسبوكية على المصداقية والشفافية، ولعل من أبرزها؛ مصداقية جهة الحساب والسياسة الاتصالية للصفحة، ثانياً: الفصل بين الخبر والرأى بحسب تسلسلها من خلال ما يتم نشره على هذه الصفحات، وذلك ما أقرته إجابات المبحوثين. وكانت طبيعة السياسة الاتصالية؛ من أبرز وأكثر التحديات التي تشكل عائقاً أمام تحقيق المصداقية في موقع الفيس بوك بحسب إجابات المبحوثين.

وكشفت دراسة (ولاء محمد محروس عبده الناغي، 2019) (16) عن معايير مصداقية المواقع الالكترونية الإخبارية، كما يراها الشباب الجامعي، وعلاقتها باعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات. واعتمدت الدراسة على منهج المسح لعينه من الشباب الجامعي بمحافظة بورسعيد، بلغ قوامها 400 مفردة، وتم استخدام أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى: أن من أهمّ آليات الحكم على مصداقية المواقع الإخبارية (شهرة الموقع)، وذلك بنسبة 19.4%، ثم جاءت (شهادة المقربين الموثوق فيهم) في المرتبة الثانية بنسبة 17.7%، ومن ثمّ (قدرته على التحديث المستمر) في المرتبة الثالثة، وتمثلت استجابة الشباب الجامعي لمقياس مصداقية الرسالة في؛ (الاختصار والابجاز دون الاضرار بالمعني) في المرتبة الأولى بمتوسط مرجح 2.58، ثم (نشر تكذيب للأخبار التي يثبت عدم صحتها) في المرتبة الثانية، كما بيّنت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين؛ درجة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الصحفية الالكترونية، وبين تقييمهم لمصداقيتها.

وتوصلت دراسة (2018, Wölker, Anja, and Thomas E. Powell) (17)، إلى أن أحكام المصداقية تؤثر في تقييم الجمهور للمحتوى المنتج عبر الصحافة الآلية، وذلك من خلال المقارنة بين محتوى صحفى عن النظام الغذائي والأخبار الرياضية من خلال روبوت آلى وصحفي بشري، باختبار مصداقية الرسالة، والمصدر على عينه من 300 من المقيمين بالاتحاد الأوروبي، وتوصلت الدراسة إلى أن تصورات المصداقية للمحتوى والمصدر- سواء للمحتوى البشرى والآلى أو الأثنين معاً - كانت متساوية بالنسبة للمقالات الرياضية فقط، كما تم اعتبار المحتوى المنتج آلياً، أكثر مصداقية من الرسائل المنتجة لدى الصحفى البشرى، علاوة على ذلك، فإن عنصر المصداقية لا يعد عاملاً وسيطاً في احتمالية اختيار القراء الأخبار والمقالات أو تجنبها.

وسعت دراسة (كريم طلعت حسن المعداوي، 2017) <sup>(18)</sup> إلى التعرف على علاقة استخدام الطلاب لصفحات الجامعة، عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمصداقية الجامعة لديهم، بالإضافة إلى معرفة تصوّرات الطلاب لمصداقية صفحات الجامعة، عبر مواقع التواصل الاجتماعي. واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، وذلك بالتطبيق على عيّنه عمدية قوامها (500) مفردة من طلاب الجامعات، مقسّمة على الجامعات؛ (الحكومية - الخاصة - الأجنبية)، واستخدم الباحث استمارة استبيان، وتوصلت الدراسة إلى: وجود علاقة بين استخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي للجامعة، وبين درجة مصداقيتهم للجامعة. ولقد تبين أن الطلاب الأكبر سنّاً في المرحلة الدراسية؛ (الثالثة، والرابعة) يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الطلاب الأصغر سنّاً، في المرحلة الدراسية (الأولى، والثانية). وأكد الطلاب على أن الأسلوب الذي تتعامل به الجامعة يوضح اهتمامهم بالطلاب في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.16).

ذكرت دراسة (Jadick, Christopher, 2017) <sup>(19)</sup> أن مصداقية وسائل الإعلام الأمريكية تتعرض لانتقادات متزايدة بسبب الكم الهائل من التغطية الإخبارية لا سيما في عصر الإعلام الرقمي مما أدت إلى مخاوف بشأن مصداقية هذه الأخبار خاصة وسائل الإعلام التي تعمل على مدار 24 ساعة، وهدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير التغطية الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات على مصداقية الأخبار السياسية لوسائل الإعلام وذلك باستخدام المنهج التجريبي على مجموعتين من السكان المختلفين سياسياً عن طريق تقييم (6) قصص 3 منهم سياسية و3 غير سياسية وظل محتوى هذه القصص ثابتاً لجميع المشاركين في الدراسة لتحديد مدى تأثير المصدر الإعلامي على المصداقية وتوصلت الدراسة إلى أن المبحوثين اعطوا مصداقية أكبر لكل من القصص الإخبارية السياسية وغير السياسية عندما قدمت عبر الشبكة التي يفضلونها، كما أظهر الديموقراطيون ثقة أكبر عندما تم تصنيف نفس القصص من قبل شبكتهم المفضلة CNN .

وأجرت دراسة (Waters, Anna Marie, 2016) <sup>(20)</sup> مقارنة بين مصداقية الأخبار والقائم بالاتصال في كلاً من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في ضوء ارتفاع نسبة متلقي الأخبار من وسائل التواصل الاجتماعي خاصة "تويتر" مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية كالتلفزيون أو الإذاعة أو الصحف المطبوعة، لا سيما أن مواقع التواصل الاجتماعي تمد الجمهور بمعلومات أكثر لذلك فاستهدفت الدراسة التعرف على مدى مصداقية الأخبار والمعلومات المقدمة عبر الإنترنت من خلال دراسة استطلاعية على عينة من الشباب للمقارنة بين معايير مصداقية وسائل الإعلام التقليدية والجديدة من خلال دراسة بعض التغريدات في وسائل الإعلام الجديدة وبعض الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية، وتوصلت

**الدراسة إلى:** أن مصدر الرسالة له تأثير كبير على مصداقيتها بالنسبة للمبحوثين وكذلك مدى ثقتهم في القائم بالاتصال، وأن وسائل الإعلام الرئيسية كالتلفزيون والصحافة والإذاعة أكثر مصداقية من وسائل الإعلام الجديدة.

وطرحت دراسة (Matt Carlson Bob Franklin 2016)<sup>(21)</sup>: رؤية جديدة عن الصحفيين، والمصادر، والمصداقية، ولقد هدفت الدراسة إلى التَّحَقُّق من أربعة أهداف رئيسية منها؛ تحقيق مستوى من التَّفَاعُل مع (15) مصدر من مصادر المعلومات السياسية، وتحديد درجة الاعتماد على كل من هذه المصادر، وتقييم إدراك مصداقية هذه المصادر. شملت هذه المصادر شبكة المواقع الاجتماعية، وتويتر، وتطبيقات الهاتف المحمول. واختبار العلاقة بين درجة التَّفَاعُل ودرجة الاعتماد على المصادر. وتوصَّلت الدراسة إلى أن مصداقية المصادر تراوحت ما بين معتدلة إلى عالية. وبالنسبة لدرجة الاعتماد أشار لمصداقية 14 من 15 مصدرا، بالمقارنة مع التَّفَاعُل الذي أشار لمصداقية التفاعل مع المصادر 9 من 15 مصدرا؛ مثل تويتر ووسائل الإعلام الاجتماعية، البرامج الحوارية الإذاعية وتتمتع بقوة مصداقية أكبر، مثل سي إن إن، والمواقع السياسية.

وقارنت دراسة (Evn Go, et All 2016)<sup>(22)</sup> بين دوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، والمواقع الإخبارية، وبوابات الإنترنت، وعلاقتها بكل من مصداقية المعلومات عبر الإنترنت، والثقة في الصحافة، واستهدفت الدراسة التَّعَرُّف على طبيعة استخدام الجمهور لشبكة الإنترنت، ودوافع استخدامها لمواقع التَّوَاصل الاجتماعي، كما استهدفت تحديد علاقة ذلك بمصداقية المعلومات على الإنترنت، والثقة في الصحافة، والتي طُبِّقَت على عدد (996) مشارك من سكان كوريا الجنوبية في يوليو 201، وتوصَّلت الدراسة إلى: أن نسبة مستخدمي المواقع الإخبارية الذين يقيّمون المعلومات عبر الإنترنت على أنها ذات مصداقية، أعلى من نسبة الذين لا يستخدمون هذه المواقع.

وتعد دراسة (عبدالله الوزان، 2015)<sup>(23)</sup> من الدراسات الوصفية، التي تسعى لرصد وتوصيف طبيعة تعرض الشباب الجامعي السعودي لوسائل التَّوَاصل الاجتماعي، ومدى وعيهم بمفهوم المصداقية والعناصر المكونة له، وتقييمهم لمدى مصداقية ما ينشر من مضمون في وسائل التَّوَاصل الاجتماعي، وتمثل مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي لجامعة الحدود الشمالية بمدينة "عرعر" التابعة لدولة المملكة العربية السعودية، وقد تم سحب عيّنه عشوائية بسيطة من (200) مبحوث (ذكور - إناث)، وتوصَّلت الدراسة إلى: نسبة مُعدَّل الثِّقَّة للشباب في مصداقية وسائل التَّوَاصل الاجتماعي كان مرتفعا بالنسبة لتويتر والذي يثق

به معظم أفراد عيّنه، أما الفيس بوك واليوتيوب فمعدل الثقة فيهما منخفضة، وضعيفة خاصة اليوتيوب، كما توصلت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار.

وركزت دراسة (Ruohan Lia, Ayoung Suhb, 2015)<sup>(24)</sup> على العوامل المؤثرة في مصداقية المعلومات على منصات مواقع التواصل الاجتماعية، واستهدفت الدراسة رصد كيفية تقييم مصداقية المعلومات على منصات مواقع التواصل الاجتماعي، والعوامل المؤثرة بها، وذلك من خلال التطبيق على عيّنه مكونة من (135) مبحوث من مستخدمي موقع "الفيس بوك"، وتوصلت الدراسة إلى: وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية ومستوى اعتمادها على مواقع التواصل الاجتماعي، وبين تقييمهم لمصداقية المعلومات عليها. كما توصلت الدراسة إلى أن عوامل قوة الحجج الإقناعية، وجودة المعلومات التي تتضمنها الرسالة يؤثران في تقييم المبحوثين لمصداقية مواقع التواصل الاجتماعي.

وبحثت دراسة (Pupino, Alyssa M, 2015)<sup>(25)</sup> في مستوى إدراك طلاب الجامعات لمصداقية مواقع الشبكات الاجتماعية، وهدفت إلى التعرف على كيفية استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية والتعرف على مستوى مصداقية عيّنه الدراسة لهذه المواقع كمصدر للأخبار، من خلال تطبيق استمارة استبيان على عيّنه عشوائية قدرها 10000 مفردة من الشباب الجامعي، واعتمدت الدراسة على الإحصاء الوصفي لتحليل التركيبة السكانية وإجمالي استخدام SMS واستخدام الاختبارات لدراسة الفروق بين الجنسين والعمر في استخدام والتعرف أيضاً على أنماط وعادات التصفح، وتوصلت الدراسة إلى: أن نسبة من المشتركين يستخدمون SNS للوصول إلى المعلومات، وكان طالبات الجامعات يرحبون استخدام Instagram، بينما كان الذكور طلاب الجامعات يفضلون استخدام تويتر في الوصول للمعلومات. كما ذكر 46% من عيّنه الدراسة أن المعلومات على SNS كانت جديرة بالثقة.

وحددت دراسة (Shan, Chenyan, 2013)<sup>(26)</sup> نوعية المصادر التي يثق بها الشباب، وهدفت إلى رصد تحديد تصورات الشباب في الصين لمصداقية وسائل الإعلام التقليدية، والحديثة كالإنترنت، ومراكز الإعلام التي تنقل المعلومات والأخبار السياسية الوطنية، والتعرف أيضاً على تقديرات كلاً من سكان الحضر والريف وكذلك الأعضاء وغير الأعضاء في الحزب الشيوعي لمصداقية مصادر المعلومات، وتم جمع البيانات عن طريق استطلاع الرأي باستخدام أداة الاستبيان على عينات عشوائية من طلاب الجامعات في

الصين، و توصلت الدراسة إلى أن الطلاب يعتمدون في جمع الأخبار على المدونات المصغرة بشكل أكثر، تليها مواقع غير الشبكات الاجتماعية، ومواقع الشبكات الاجتماعية، والتلفزيون كما جاء تقييم عينة الدراسة لوسائل الإعلام عبر الإنترنت بأنها أكثر مصداقية من نظيرتها (وسائل الإعلام التقليدية)، كما اختلفت عينة الدراسة في تقييمهم لمصداقية وسائل الإعلام على الإنترنت، حسب عضوية الحزب وحسب مكان الإقامة.

وسعت دراسة (Chung Joo Chung,2012)<sup>(27)</sup> إلى التعرف على تأثير العوامل التقليدية للمصداقية، والعوامل التكنولوجية الحديثة على إدراك الجمهور لمصداقية الأخبار المنشورة على الإنترنت عبر أنواع مختلفة من المواقع، وطُبقت الدراسة على عينة بلغ قوامها (288) مفردة من طلبة الإعلام بعدد من الجامعات الأمريكية للتعرف على أى العوامل أكثر تأثيراً على إدراكهم لمصداقية الأخبار التي يتعرضون لها عبر الإنترنت، وتوصلت الدراسة إلى أن العوامل التقليدية الخاصة بموضوعية الخبر ودقته وأمانته، مازالت تقوم بدور رئيسي في إدراك الجمهور لمصداقية الخبر على الإنترنت، وأثبتت الدراسة أن الروبوت الفائقة تقوم بدور أكبر من الوسائط المتعددة وأدوات التفاعل في التأثير على إدراك المستخدم لمصداقية الخبر، كما توصلت إلى: أن مصداقية الخبر على الإنترنت تتأثر بأبعاد وعوامل متعددة تختلف في بعضها عن العوامل المؤثرة على مصداقية الخبر المنشور عبر الوسائل التقليدية.

#### التعقيب على الدراسات السابقة:

- اهتمت بعض الدراسات السابقة بمصداقية المحتوى المعلوماتي على الإنترنت، وبعضها اقتصر على الصحافة الإلكترونية، والبعض الآخر اهتم بمصداقية المواقع الإخبارية، من خلال عقد مقارنة بين مصداقية وسائل الإعلام التقليدي، ووسائل الإعلام الجديد، بينما اهتمت الدراسة الحالية بقياس مصداقية "البث المباشر" حيث أنها الظاهرة الأكثر تداولاً بين نشطاء الإنترنت على مواقع التواصل.

- اتجهت الدراسات في السنوات الأخيرة إلى قياس مصداقية الإنترنت بالمقارنة بالوسائل الإعلامية التقليدية الأخرى، ولم تهتم بالكشف عن مدى اختلاف مصداقية هذه المواقع فيما بينها، ولا بقياسها مقارنة بالصحافة الإلكترونية.

- تجاهلت الدراسات السابقة مصداقية الأخبار عبر تقنية البث المباشر لا سيما بعد اقبال عدد كبير من متصفحى السوشال ميديا لمتابعة الأحداث الجارية من خلال مقاطع البث المباشر فى الآونة الأخيرة، وهو ما تميزت به الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة.

- من خلال عرض نتائج الدراسات السابقة تبين اختلاف وتنوع معايير الحكم المستخدمة على مصداقية المحتوى الإخباري المُقدّم عبر الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية بشكل خاص، وترجع الباحثة ذلك إلى اختلاف النظريات المستخدمة والمنهج المستخدم وكذلك أدوات الدراسة وعينتها والفروض وأهداف ومتغيرات الدراسة.
- أكدت نتائج معظم الدراسات السابقة على أهمية المواقع الإلكترونية الإخبارية، ومواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين، في الحصول على الأخبار وأكدت معظم الدراسات السابقة على وجود علاقة ارتباطية بين درجة التعرض للأخبار عبر المواقع الإخبارية وثقة المتابعين بها.
- تمثّلت أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة في: تحديد الأبعاد الموضوعية للدراسة بشكل دقيق، وتحديد عناصر المشكلة ومتغيراتها، والتعرّف على أهم المناهج والأساليب البحثية المستخدمة، وكيفية توظيفها لخدمة الدراسة ودعمت النتائج أهمية موضوع هذه الدراسة، بالإضافة إلى الاستفادة من النتائج التي انتهت إليها الدراسات السابقة، ومحاولة الربط بينها وبين هذه الدراسة، والتعرّف على أوجه الاتفاق والاختلاف بينها.

#### مشكلة الدراسة:

ظهرت الحاجة إلى اختبار مفهوم المصداقية، في ظل ازدياد عدد المواقع الإخبارية على الشبكة العنكبوتية في الآونة الأخيرة، وازدياد حدة المنافسة فيما بينهما، خاصة أن كل موقع من المواقع يحاول إثبات نفسه عن طريق جذب القراء والجمهور إلى أخباره، وهو ما يفرض على هذه الوسائل أن تكون موضوعية في أدائها الإعلامي، وفي تغطيتها للأحداث والأخبار، والتمسك بالمعايير المهنية كالصدق والتوازن والدقة وغيرها من أجل الاستحواذ على ثقة القراء، خصوصاً في ظل الأزمات التي تشهدها المنطقة والذي يفرض بطبيعة الحال أن تتمسك وسائل الإعلام كافة، لا سيما الإلكترونية منها بالموضوعية في أدائها الإعلامي تجاه تغطيتها للأحداث والأخبار.

وتُعد المصداقية والثقة وجهان لعملة واحدة، فلا بد أن يكون هناك نسب، وعوامل لمستوي الثقة في المحتوى، وموضوعيته، ولا بد واعتمادها على تقنية البث المباشر، بما يتضمنه من الواقعية، والحقيقة، مما يُكسب الفيديوهات مصداقية، ومن ثمّ يزيد من تفاعلية الجمهور مع المواقع الإخبارية وما تنشره، كما توجد العديد من المصادر التي يمكن الاعتماد عليها لاستيفاء المعلومات المهمة؛ وكانت التنافسية بين المواقع الإخبارية أكثر شراسة، وجاء الاعتماد على التقنيات الحديثة هدفاً من أهم الأهداف من أجل الاستحواذ على عدد المشاهدين والمتابعين للمواقع الإخبارية، وفي إطار ذلك تختلف مستويات المصداقية لدى الجمهور بناء

على عدة عوامل، وتوجهات كما يتوقف ذلك على؛ ملكية وسياسة الموقع الإخباري. فالمواقع الإخبارية متعددة ومتنوعة ومختلفة وتؤدي العديد من المهام التي يحتاجها الجمهور؛ لذا تحاول هذه المواقع تلبية احتياجات الجمهور وتلبية أولوياته، كما يرتبط إدراك الأفراد لمصداقية الوسيلة الإعلامية ارتباطاً إيجابياً مع انتقائهم لوسيلة إعلامية دون أخرى، ويزيد ذلك من فاعلية ونجاح وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الأفراد، بل وتشكيل وصياغة الواقع الاجتماعي. لذلك اهتمت الدراسة الحالية بقياس مصداقية تقنية البث المباشر عبر المواقع الإخبارية كما يراها الجمهور المصري.

وفي إطار تحقيق عناصر المصداقية والموضوعية تلجأ المواقع إلى البحث عن تقنيات حديثة، تتمكن من خلالها من كسب ثقة المتابعين وتحقيق معايير المصداقية لدى الجمهور المصري، حيث يبحث الجمهور عن الوسيلة التي تلبى احتياجاته، ومن ثم دوافعه للبحث عن الحقائق، ومن ثم تساهم المواقع بما تستخدمه من آليات في تحقيق المصداقية التي تعتمد على الموضوعية والثقة، كما تختلف أبعاد المصداقية من موقع إخباري إلى آخر، وكلما تحققت هذه المعايير كلما كان الموقع الإخباري أكثر تحديثاً للمعايير وكلما كان الإقبال والمتابعة عليه أقوى، لذا فهناك علاقة بين استخدام التقنيات الحديثة وبين مستوى المصداقية لدى الجمهور المصري وكلما كانت التقنية أكثر فعالية كلما زادت مستويات المصداقية؛ ولذلك وجب التعرف على معايير المصداقية بالنسبة للجمهور نحو القائم بالاتصال والوسيلة والرسالة الإعلامية للتحقق من فعالية البث المباشر وعليه تلخصت مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: ما العلاقة بين استخدام صفحات المواقع الإخبارية لتقنية البث المباشر في التغطية الإعلامية ومصداقيتها لدى الجمهور المصري؟

#### أهمية الدراسة:

#### أ- الأهمية النظرية:

- تتبع أهمية الدراسة من أهمية وسائل الإعلام الجديد بوجه عام، كوسائل إعلامية حديثة تمتاز بقدرتها الكبير على التأثير في عقول الجماهير لا سيما تقنية البث المباشر التي تعد من التقنيات الحديثة لمواقع التواصل الاجتماعي والتي ذاع صيتها مؤخراً بعد نشرها ومتابعتها للأحداث لحظة بلحظة، وتفاعل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي معها.
- أهمية خاصة البث المباشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، التي تعد جزء من العمل الرقابي التخصصي القادر على صناعة رأى عام بين الجمهور في وقت قصير لا سيما بعد تناقل وسائل الإعلام المعروفة هذه الفيديوهات ومناقشتها من جانبهم وحلها للكثير من المشكلات بعد رواجها عن طريق فيديوهات البث المباشر وتفاعل الجمهور معها.



- ندرة الدراسات التي تتناول تقنية البث المباشر على الرغم من حداثة، فتنبع أهمية الدراسة من خلال الجمع بين التقنية الحديثة كوسيلة إعلامية وبين قياس مصداقيتها لدى الجمهور المصري.
- تنبع أهمية الدراسة من خلال الحجم الهائل للمضامين الإعلامية التي صار ينتجها الإعلام الاجتماعي إلى جانب الارتفاع المتزايد في عدد المستخدمين، مما مكن من تطوير أساليب وتقنيات حديثة الاستخدام حيث أصبح بإمكان المستخدم البث المباشر لأي شيء وفي أي وقت وأصبحت هذه التقنيات تنافس وسائل الإعلام الأخرى مما زاد من أهميتها.
- تستمد الدراسة أهميتها من أهمية عنصر المصداقية بإعتباره أحد المتغيرات الرئيسية في تأثير وسائل الإعلام على الجماهير والمساهمة في تشكيل معارفهم واتجاهاتهم تجاه القضايا والأحداث المختلفة، لا سيما بعد تزايد انتشار مقاطع البث المباشر على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي التي تسعى جاهدة إلى تحقيق السبق الإعلامي.

#### ب- الأهمية التطبيقية

- تفيد نتائج هذه الدراسة القائمين على المواقع الإخبارية في الوقوف على أهم العوامل المؤثرة على مصداقية الأخبار في المواقع كما يعكسها المتابعين والمستخدمين لها.
- تساعد هذه النتائج في دراسة واختبار مدى فهم ووعي الجمهور المصري بمعايير المصداقية الإعلامية ومدى التزام التقنيات الحديثة بها، لا سيما بعد انتشار المعلومات والأخبار المضللة والشائعات، حتى يستطيعون تقييم ما يقدم إليهم والكشف عن مصادر المعلومات والتميز بين الحقيقة والشائعات.
- تسهم نتائج هذه الدراسة في الوقوف على حجم انتشار تقنية البث المباشر من قبل المؤسسات الصحفية المهتمة بقضايا المجتمع المصري، ومن ثم استخدامها الاستخدام الأمثل.
- تسهم نتائج هذه الدراسة في معرفة ردود الأفعال تجاه ما يقدم من خلال فيديوهات البث المباشر بمواقع التواصل الاجتماعي، مما يمكن صانعي القرار والمسؤولين من تعديل الرسائل أو جعلها تتوافق مع الجمهور المتلقى، أو وضع تشريعات وقوانين تحكم أخلاقيات البث المباشر.

### أهداف الدراسة:

- التعرف على حجم تعرض الباحثين لتقنية البث المباشر في الحصول على الأخبار
- التعرف على درجة ثقة الجمهور المصري في المحتوى المُقدم عبر البث المباشر على صفحات المواقع الإخبارية.
- التعرف على أبرز الصفحات والمواقع الإخبارية التي يتابعها الباحثون على مواقع التواصل الاجتماعي.
- دراسة تأثير البث المباشر على مصداقية التغطية الصحفية في المواقع الإخبارية.
- التعرف على العلاقة بين حجم تعرض الباحثين لتقنية البث المباشر ومصداقيتها لديهم.
- رصد دوافع تعرض الباحثين لمقاطع البث المباشر عبر المواقع الإخبارية.
- المقارنة بين تقييم الباحثين لعناصر مصداقية الوسيلة الإعلامية والرسالة والقائم بالاتصال.

### تساؤلات الدراسة:

#### هدفت الدراسة إلى الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

ما العلاقة بين استخدام صفحات المواقع الإخبارية لتقنية البث المباشر في التغطية الإعلامية ومصداقيتها لدى الجمهور المصري؟

#### ويتفرع من هذا السؤال التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما العلاقة بين استخدام المواقع الإخبارية لتقنية البث المباشر وحجم مصداقيتها لدى الباحثين؟
- ما مدى ثقة الجمهور المصري في البث المباشر المُقدم عبر المواقع الصحفية؟
- ما تأثير البث المباشر على التغطية الصحفية في المواقع الإخبارية؟
- إلى أي مدى تشكل مقاطع البث المباشر مصدراً للحصول على الأخبار بالنسبة للباحثين؟
- ما أبعاد مصداقية البث المباشر المُقدم عبر الصفحات الإخبارية من وجهة الباحثين؟
- ما مستوى تقييم الباحثين لمصداقية الرسالة الإعلامية المُقدمة عبر البث المباشر؟
- كيف يتفاعل الباحثين مع مقاطع البث المباشر المُقدمة عبر صفحات المواقع الإخبارية؟
- ما رؤية الباحثين لمستقبل مصداقية الأخبار على صفحات المواقع الإلكترونية الإخبارية؟

### فروض الدراسة:

**الفرض الأول:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة الجمهور لتقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية ومصداقيتها لديهم.

**الفرض الثاني:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة الباحثين في تقنية البث المباشر المُقدمة عبر المواقع الإخبارية ومصداقيتها لديهم.

**الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في معدل متابعة تقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية وفق متغيرات (النوع، محل الإقامة، المؤهل التعليمي، السن).

**الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في حجم مصداقية مضمون تقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية لديهم وفق متغيرات (النوع، محل الإقامة - المستوى التعليمي - السن).

### الإطار النظري للدراسة:

بداية هناك فرق بين الصدق والمصداقية، فالصدق يعني نقل الكلام أو المعلومات كما قيلت دون زيادة أو نقصان أو تحريف أو تشويه وهذا من الصعب قياسه فالأمر يتطلب الرجوع إلى المصدر الرئيسي، أما المصداقية فتعني المؤشرات والمعايير التي تحدد مدى صدق المضمون من كذبه (28).

وقد حدد الباحثون مجموعة العوامل المؤثرة في النموذج البنائي لمصداقية وسائل الإعلام وفقاً للمحاور التالية:

**1-العوامل المرتبطة بالجمهور:** احتلت خصائص الجمهور الديموجرافية، والشخصية واتجاهاتهم، ومستوى اهتمامهم، واعتمادهم على الوسيلة الإعلامية، صدارة البحث في العوامل المؤثرة على مصداقية وسائل الإعلام، حيث ترتبط المصادر الإخبارية بخصائص الجمهور وقابليته لتصديق مصادرها، سواء كانت هذه الخصائص مرتبطة بنوع الجمهور المستهدف وعمره أو مستواه الاجتماعي الاقتصادي، أو مستواه التعليمي أو مكان إقامته (29).

**2- العوامل المرتبطة بنوع الوسيلة:** تباينت النتائج حول تأثير نوع الوسيلة على مصداقية الرسالة الإخبارية، سواء فيما يتعلق بحدثة الوسيلة تقليدية كانت أو حديثة، أو فيما يرتبط بنوعها سواء كانت مطبوعة أو مرئية أو مسموعة أو إلكترونية (30).

3- **العوامل المرتبطة بالمصدر:** قد أثبتت كثير من الدراسات أنه كلما حظي المصدر بثقة الجمهور واحترامه وقناعته بكفاءة القائمين عليه وبموضوعيته وعدم انحيازه واكتمال عناصره الإخبارية، زادت الثقة والمصداقية بالمصدر، وأصبح أكثر تأثيراً في المتلقي، وكشفت الدراسات أن مصداقية المصدر مفهوم متعدد الأبعاد يتكون من العديد من العوامل، أكثرها ديمومة تشمل خبرة المصدر وجدارة بالثقة كما أن تصورات المصداقية الأعلى تتنبأ بنجاح عملية الإقناع وتغيير المواقف (31).

4- **العوامل المرتبطة بشكل وتقديم الرسالة:** بما أن مصداقية المصدر ترتبط بالدرجة الأولى بقدرة الرسالة التأثيرية، فقد ربط البعض المصداقية بشكل وتقديم الرسالة من حيث وضوح لغة المعلومات المقدمة ومضامينها، إضافة إلى أن مصداقية الرسالة مرتبطة بمفاهيم التحيز والإنصاف والموضوعية، الدقة وقابليتها للتصديق (32).

تري الباحثة مما سبق عرضه أن المصداقية ترتبط ارتباط كلي بمضمون وهدف وطريقة علاج المحتوى الذي تقدمه الرسالة الإعلامية ومن ثم فطبيعة المحتوى وأهميته تفرض معايير معينه للمصداقية، وبالتالي تعرض أبعاد المحتوى وتشكل تأثير قوي على الجمهور ومن ثم تشكل لديه معايير المصداقية، وبالتالي تؤكد على ضرورة الاهتمام بالمعايير الواجب توافرها لدى عينة الدراسة، ومن هنا كان لزاماً على المواقع الإخبارية الاهتمام بمعايير المصداقية لدى الجمهور المصري.

#### ثانياً: العناصر المكونة للمصداقية:

إنّ المصداقية مصطلح، له أبعاد ملموسة يجب توافرها على أرض الواقع، وذلك من خلال أبعاد المحتوى الذي تتضمنه المواقع الإخبارية على اختلاف أنماطها وأبعادها؛ ويمكن قياس المصداقية من خلال عدّة أبعاد -وهي مجموعة من العناصر التي يمكن سردها بطريقة منطقيّة وعلميّة- تتمثل كما أوردتها "عزة عبد العزيز" في كتابها "مصداقية الإعلام العربي" في المفاهيم التالية (33):

1- الموضوعية والتجرد من الأهواء الشخصية، قد تحمل بعض المواقع وجهات نظر محددة ومعروفة وبالتالي تتخلل المصداقية هنا التحيز وعدم الالتزام بالموضوعية لذا وجب على المواقع الإخبارية أن تتحري الموضوعية أثناء استخدام تقنية البث المباشر للموضوعات المختلفة والمتنوعة.

2- معالجة القضايا التي تمس مصالح واهتمامات الجمهور، تعتمد المواقع وفيديوهات البث المباشر على اهتمامات، وأولويات القضايا التي تنال اهتمام الجمهور المصري من خلال

تحقيق التريندات وذلك بناء على توجهات الرأى العام المصري؛ لأن انتشار البث المباشر خاصة مع وجود شخصيات معروفة، وتعتمد على شهرة هذه الشخصيات وبناء عليه ثقة الجمهور فيها، وبالتالي المصداقية التي تتحقق من خلال الموضوعات المثارة عبر المواقع الإخبارية التي يمكن تداولها عبر هذه المواقع.

3- عدم الاستخفاف بعقول الجمهور، وذلك من خلال الاعتماد على الفيديوهات ذات المخزي المهم، وعدم الاعتماد على فيديوهات نافهة لا تحمل مضمون جاد، ومن هنا تكتسب المواقع الإخبارية أهمية ومن ثم تزداد الثقة بها، وتزداد فعاليتها وتحسن مستويات المصداقية لدى الجمهور المصري.

4- عرض وجهتي النظر، على المواقع الإخبارية فلا تعتمد على وجهة نظر واحدة فقط بينما تعتمد على عدة جهات نظر المؤيدة والمعارضة وهذا يتيح مساحة أكبر للمصداقية ومن هنا تتحسن درجة الاعتماد على هذه المواقع ودرجة المصداقية لدى الجمهور المصري.

5- الاستناد إلى أدلة كالوثائق و الوقائع و النصوص الدينية، يجب على المواقع الإخبارية أن تعتمد على الأدلة والمستندات خاصة وأن الموضوع موضوع رأي عام وليس موضوع شخصي لذا يجب على مستخدمي تقنية البث المباشر عدم الاعتماد على الرأى الشخصى فقط من أجل ثقة الجمهور لابد أن يكون هناك أدلة ومستندات (34).

6- التوازن في عرض الرأى والرأى الآخر أثناء التغطية الصحفية الشاملة (35)، حيث تلعب الاشكال وطريقة ونمط العرض دور في زيادة مستوى المصداقية فتقنية البث المباشر تعتمد على جميع هذه العناصر بشكل متكامل وكلما اتسقت وانسجمت هذه العناصر مع بعضها كلما كانت المصداقية أعلى.

7- الثقة في الوسيلة الإعلامية و مصادرها.

8- الالمام بكل عناصر الموضوع.

9- الاتساق في المواقف و الاراء.

10- فصل الرأى عن المعلومات و الوقائع.

ومن هنا تری الباحثة أن عناصر المصداقية تركز على طبيعة المحتوى، وفئاته من حيث؛ الشكل والمضمون، وأن العرض من جميع الجوانب والاتجاهات يزيد من ظهور ملامح وعناصر المصداقية، فالمصداقية يمكن قياسها من خلال معايير ولا بد أن يتضمن الموضوع هذه المعايير، لذا فإن أسلوب وطريقة العرض تعتمد بشكل ظاهر على عناصر وأساليب وطرق معالجة المحتوى، وأن يتضمن الموقع الإخباري لأكثر من رأى عن نفس الموضوع

يساهم بشكل كبير في رفع مستوى الثقة في المحتوى وبالتالي في المصداقية التي يتم تشكيلها تجاه الموقع الإخباري وبشكل منطقي.

كما صمم "نوزاتو (2002) Nozato Yoshiko، مكونا من 14 عامل لقياس مصداقية الصحف الإلكترونية وهي (الخبرة، الشهرة، الحالية، التكامل، العدالة، الدقة، الثقة بالمصدر، العملية التحريرية، الأطر الإخبارية، العمق، الثقة، الموضوعية، عدم التحيز، التفاعلية).<sup>(36)</sup> تمثلت عناصر مصداقية الصحافة في: التوازن في عرض الرأي والرأي الآخر، أثناء التغطية الصحفية الشاملة. والدقة في مراجعة المادة الصحفية، قبل نشرها، بحيث تصبح الدقة من السمات الواضحة للصحيفة. ووضوح الأفكار والاتجاهات، في الموضوعات، والقضايا، والأشخاص، والأحداث وإسناد الكلام لمصدره، مع الثقة في هذا المصدر، ومحاولة التجرد من العمل لصالح جهة بعينها، وعدم تبني وجهة نظر تلك الجهة، وعدم اغفال أو تجاهل وجهات النظر الأخرى. وعدم إخفاء أو حجب أي معلومة عن القارئ. والأمانة والعدل، في نقل الأخبار للناس. وتعدد المصادر. ومراعاة الصحفي لضميره. وتقديم الحقيقة وتأكيدا من خلال إظهار الباطل. وثقة القارئ في صدق ما تقوله الصحافة<sup>(37)</sup>.

وجاءت مراجعة Whitney لكي تضيف إلى هذه المجالات الثلاثة مجالا رابعا هو سمات أداء الوسيلة، والتي تتصل بالتحيز أو القابلية للتصديق مثل اختراق الخصوصية، وحجب وجهة النظر الأخرى، وعلاقة الوسيلة الاتصالية بالحكومة، والموازنة.

والبعض يرى إن مفهوم المصداقية أكثر اتساعا في القضايا التي يعالجها من مفهوم القابلية للتصديق بحيث يشمل الثقة في وسائل الاتصال، والتصورات حول التحيزات السياسية وغيرها، والمواقف تجاه كيفية تغطية وسائل الاتصال للمجموعات المتنوعة في المجتمع، والمواقف تجاه قضايا التقييم الإخباري، وتقييم الوظيفة التي تؤديها الصحف ووسائل الاتصال الأخرى، والمواقف تجاه حرية الصحافة<sup>(38)</sup>.

معايير قياس المصداقية: يحدد البعض معايير مصداقية الصحافة كما يلي<sup>(39)</sup>:

- 1- مصداقية القائم بالاتصال: وتتضمن عدم التسرع في نشر الحقيقة، ونشر الحقائق بطريقة مباشرة وليس بالإشارة أو التلميح، ومراعاة العرف والتقاليد في نشر الحقائق وعدم المساس بالحياة الشخصية للآخرين أو نشر الفضائح والبعد عن الأخبار الكاذبة.
- 2- مصداقية المضمون: وتشمل وضوح الرسالة واليسر والسهولة في تناول الحقائق، ونشر الحقائق بكل أبعادها السياسية، والدقة في تناول الخبر.
- 3- مصداقية الوسيلة: وتشمل اعتماد الصحيفة على كتاب موثوق فيهم، وتعبير الصحيفة عن هموم واحتياجات القراء.

## الملاح الجديدة للتغطيات الإخبارية بعد تقنية البث المباشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

اتضح الملاح الجديدة للتغطيات الإخبارية للأحداث اليومية التي نذكر أهمها في الآتي: بالإضافة إلى المميزات العامة للعمل الصحفي في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي مكنت من إلغاء حدود الزمان والجغرافيا وحطمت القيود المادية والإيدلوجية وفتحت المجال واسعا أمام الحرية في الطرح والتعبير عن الحاجات كما وسعت من تشارك المضامين والتفاعل معها، جاءت تقنية البث المباشر لتضيف عدداً من السمات الإيجابية أبرزها التزامية وهي "بث الحدث عند وقوعه" إضافة إلى فتح المجال أمام "التفاعل المزامن لوقوع الحدث" وبعده من قبل جمهور المستخدمين لكن ذلك لم يجنبها الكثير من السلبيات التي تحيط بالعمل لا سيما أنها فتحت الباب واسعا أمام توظيف المضامين لصالح مختلف الأجنات في ظل شح المعلومات المقدمة حول الأحداث، إضافة إلى الكثير من العيوب والنقائص على مستوى الشكل والمضمون<sup>(40)</sup>.

اتفق مجموعة من الباحثين، الذين أجروا دراسات حول مصداقية وسائل الإعلام، على وجود مجموعة من المحددات للمصداقية، والتي أطلق عليها دليل المصداقية، وتمثلت في مدى امكانية تحقيق الدقة والعدالة في تغطية الأخبار، وتغطية الحدث بالكامل، وبشكل يعكس الاهتمام بمصالح المجتمع، كذلك العمق والموضوعية والحرص على ذكر التفاصيل، وعدم خلط الرأي بالخبر، ووجود مراسلين مدربين بشكل جيد، وعدم اختراق خصوصيات الأفراد<sup>(41)</sup>.

### نوع ومنهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى نوعية "البحوث الوصفية" descriptive studies التي تستهدف تحليل، وتقويم خصائص مجموعة معينه، أو موقف اجتماعي معين، ودراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة ما، ووصف الظاهرة محل البحث، وتفسيرها، وإلقاء الضوء على جوانبها المختلفة، ويتم ذلك من خلال منهج المسح الإعلامي لعينه من الجمهور المصري الذين يتعرضون لمقاطع البث المباشر من خلال المواقع الإخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وقياس مستوى مصداقيتها من قبل عينه الدراسة.

### مجتمع الدراسة وعينتها:

أولاً: مجتمع الدراسة: يختص مجتمع الدراسة بالمجتمع المصري، وتم وصول الباحث لهذا المجتمع عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي مثل (الفيس- الواتس- والنشر في الجروبات العامة التي تضم فئات متعددة مختلفة التخصص والخصائص).

ثانياً عينه الدراسة: تمثلت في عينه عمدية من الجمهور المصري المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، بلغ قوامها (579) مفردة، ويوضح الجدول التالي توصيف عينه الدراسة حسب النوع ومحل الإقامة والمؤهل العلمي والسن.

جدول (1) يوضح الخصائص الديموجرافية لعينه الدراسة

| النسبة | التكرار | الفئة   | توصيف عينه الدراسة |
|--------|---------|---|--------------------|
| 56.6   | 328     | ذكر   | النوع              |
| 43.4   | 251     | أنثى  |                    |
| %100   | 579     | الإجمالي                                      |                    |
| 34.9   | 202     | ريف   | محل الإقامة        |
| 65.1   | 377     | حضر   |                    |
| %100   | 579     | الإجمالي                                      |                    |
| 16.9   | 98      | يقرأ ويكتب                                    | المؤهل التعليمي    |
| 26.9   | 156     | مؤهل فوق متوسط                                |                    |
| 36.4   | 211     | مؤهل جامعي                                    |                    |
| 19.7   | 114     | مؤهل فوق جامعي: دراسات عليا- ماجستير- دكتوراة |                    |
| %100   | 579     | الإجمالي                                      |                    |
| 44.2   | 256     | من 15 لأقل من 25                              | السن               |
| 28.8   | 167     | من 25 لأقل من 35                              |                    |
| 26.9   | 156     | من - 35 50                                    |                    |
| %100   | 579     | الإجمالي                                      |                    |

يتضح من جدول توصيف - عينه الدراسة - أن جميع المتغيرات التي تم تصنيف العينه من خلالها؛ حظيت بنسب تمثيل مختلفة؛ من حيث النوع، ومحل الإقامة، والمؤهل التعليمي، وفئات السن؛ بحيث تمثل مختلف فئات الجمهور المصري قدر المستطاع.



## أدوات الدراسة:

### استمارة الاستبانة (من إعداد الباحثة) \*:

قامت الباحثة بتصميم استمارة استبانة كأداة لجمع البيانات الخاصة من الجمهور المصري، وقد راعت الباحثة في الأسئلة التسلسل المنطقي والوضوح في صياغة الأسئلة، مع التركيز على الأسئلة المغلقة لتسهيل عملية جمع المعلومات من المبحوثين، بالإضافة إلى تسهيل مهمة المبحوثين في الإجابة عن الأسئلة، وتم عرض الاستبانة ومقياس المصداقية على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام (\*)، وتم تطبيق الاستبانة والمقياس عبر الإنترنت على عيّنه الدراسة.

بمقياس المصداقية (من إعداد الباحثة) وذلك بعد الإطلاع على عدد من الدراسات السابقة مثل دراسة (ولاء محروس الناغي، 2019)<sup>(42)</sup> ودراسة (إبراهيم حسن المرسي التوام، 2016)<sup>(43)</sup>، ودراسة (غادة عبد التواب اليماني، 2010)<sup>(44)</sup> أعدت الباحثة هذا المقياس ويتكون من ثلاثة محاور:

- 1- مقياس مصداقية الرسالة الإعلامية وتكون من (18 عبارة)
- 2- مقياس مصداقية القائم بالاتصال من وجهة نظر المبحوثين وتكون من (13 عبارة)
- 3- مقياس مصداقية الوسيلة الإعلامية وتكون من (21 عبارة)

\*تم تطبيق الدراسة إلكترونياً ، رابط الاستبانة:

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfhoXA3sY7QzFIBfoljHXDhkfdpyqcWzHgv65kPj\\_rk5\\_9n0A/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfhoXA3sY7QzFIBfoljHXDhkfdpyqcWzHgv65kPj_rk5_9n0A/viewform?usp=sf_link)

\*أ.م.د وائل صلاح نجيب | رئيس قسم الإعلام التربوي – كلية التربية النوعية جامعة المنيا  
أ.م.د إيمان عاشور سيد أستاذ الإذاعة المساعد كلية التربية النوعية – جامعة المنيا  
أ.م.د حنفى حيدر أمين أستاذ الإذاعة المتفرغ كلية التربية النوعية – جامعة المنيا  
أ.م.د أحمد عبد الكافي أستاذ الإذاعة المساعد كلية التربية النوعية – جامعة المنيا  
أ.م.د | عبد المحسن حامد عقيلة أستاذ الإذاعة المساعد كلية التربية النوعية – جامعة المنيا  
أ.م.د زينهم حسن أستاذ الإذاعة المساعد كلية التربية النوعية – جامعة المنيا  
أ.م.د حسام فايز أستاذ الصحافة المساعد كلية التربية النوعية – جامعة المنيا  
أ.م.د ولاء فايز أستاذ الإذاعة المساعد – كلية التربية النوعية – جامعة المنوفية  
د| محمد عامر مدرس الإذاعة – كلية التربية النوعية – جامعة عين شمس  
د| هاجر السعداوى مدرس الإذاعة – كلية الآداب – جامعة المنيا

### حدود الدراسة:

**الحدود الموضوعية:** تتناول الدراسة علاقة استخدام الجمهور المصري لتقنية البث المباشر عبر المواقع الإخبارية ومصداقيتها لديهم.

**الحدود الزمانية:** تم تطبيق الدراسة الميدانية في الفترة من 5-1-2022- وحتى 30-4-2022 واختارت الباحثة هذه الفترة بالتحديد نظراً للتدفق الهائل لمقاطع البث المباشر عبر المواقع الإخبارية وذلك بالتزامن مع انتشار العديد من القضايا التي أثارت الرأي العام في هذه الفترة.

**الحدود المكانية:** تم تطبيق هذه الدراسة داخل جمهورية مصر العربية

**الحدود البشرية:** تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية من الجمهور المصري.

### متغيرات الدراسة:

**المتغيرات المستقلة:** وتتمثل في استخدام المواقع الإخبارية لتقنية البث المباشر.

**المتغيرات الوسيطة:** وتتمثل في ( النوع - السن - محل الإقامة - المؤهل الدراسي).

**المتغيرات التابعة:** وتتمثل في مستوى المصداقية لدى عينة الدراسة.

### التعريفات الإجرائية للدراسة

**مصدقية المواقع الإخبارية:** وتعنى اجرائياً مدى توافر مجموعة من المعايير التي تحكم من خلالها على مصداقية المواقع الإخبارية وهذه المعايير تتعلق بالرسالة الإعلامية والقائم بالاتصال والوسيلة المستخدمة لعرض المحتوى الإعلامي وفي هذه الدراسة ترغب الباحثة قياس مصداقية عينة الدراسة لتقنية البث المباشر عبر المواقع الإخبارية على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الاعتماد على مقياس يتضمن ثلاثة محاور من إعداد الباحثة.

**البث المباشر:** وهي تقنية ظهرت حديثاً، وتعرف خاصية البث المباشر على أنها الميزة التي تُمكن المستخدم العادي من بث أي فيديو و بشكل مباشر، وبأقل التكاليف على أي منصة أو تطبيق، توزيع مصدر محتوى واحد على العديد من المستمعين أو المشاهدين في وقت واحد، وفي هذه الدراسة تقصد بها الباحثة مقاطع الفيديو الحي التي تبث بشكل مباشر عبر المواقع الإخبارية على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.

**التغطية الإعلامية:** تقصد بها الباحثة كافة المحتوى والمواد الإخبارية المعروضة عبر تقنية البث المباشر من خلال المواقع الإخبارية، وهي العملية التي يحصل من خلالها المعد أو

المحرر الصحفي على معلومات بشأن الواقعة أو الحادث المراد عرضها عن طريق تقنية البث المباشر وردود أفعال الناس حولها.

### الصدق والثبات:

إجراءات ثبات الاستبيان: قامت الباحثة بحساب ثبات الاستبيان بالتطبيق على عينه استطلاعية قوامها (40) مبحوث، وباستخدام معادلة ألفا كرونباخ فجاء الثبات مساوياً (0.92) وهي درجة تؤكد تمتع الاستبيان بدرجة ثبات عالية.

الصدق الذاتي: تم حساب الصدق الذاتي كمؤشر لصدق الاستبيان وذلك بحساب الجذر التربيعي لمعامل الثبات، وقد جاء مساوياً (0.948)، مما يدل على تمتع الاستبيان بدرجة عالية من الصدق.

### المعاملات الإحصائية المستخدمة:

باستخدام برنامج "الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Spss" من خلال اللجوء إلى المعاملات الإحصائية التالية:

- معامل الفا كرونباخ لحساب الثبات.
- الجذر التربيعي لحساب الصدق.
- التكرارات والنسب المئوية.
- الوزن النسبي.
- الرتب.
- معامل ارتباط بيرسون.
- المتوسط الحسابي.
- الانحراف المعياري.
- اختبار (ت) لدلالة الفروق T.Test.

## أولاً: نتائج الدراسة الميدانية:

جدول (2) يوضح معدل متابعة عيّنه البحث لصفحات المواقع الإخبارية

| الترتيب | النسبة % | التكرار | معدل المتابعة |
|---------|----------|---------|---------------|
| 1       | 49.7     | 288     | دائماً        |
| 2       | 41.5     | 240     | أحياناً       |
| 3       | 8.8      | 51      | نادراً        |
|         | %100     | 579     | الإجمالي      |

يتضح من الجدول السابق: تصدّر نسبة المبحوثين الذين يتابعون المواقع الإخبارية- بشكل دائم الترتيب الأول، حيث بلغت نسبتهم (49.7%)، يليها من يتابعونها في بعض الأوقات بنسبة (41.5%)، وأخيراً من يتابعونها بشكل ضعيف، وجاءت نسبتهم (8.8%)، وهو ما يشير إلى ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يتابعون الصفحات الإخبارية بشكل دائم، مما يتفق مع طبيعة العصر الذي نعيش فيه، حيث تسيطر التكنولوجيا الحديثة على عقول الناس، لا سيما في الآونة الأخيرة، ومع سهولة الوصول إلى المواقع الإخبارية عبر الهاتف المحمول، أدى ذلك إلى ازدياد نسبة المستخدمين للإنترنت، ومن ثمّ المتابعين لصفحات المواقع الإخبارية على السوشيال ميديا.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (إبراهيم حسن المرسي)<sup>(45)</sup> التي توصلت إلى أن: النسبة الأكبر من متصفحى المواقع الإخبارية "بشكل مستمر" وبلغت (48.2%)، وقد يرجع ذلك إلى عيّنه الدراسة باعتبارها عيّنه عمدية ممن يتصفحون المواقع الإخبارية.

جدول (3) يوضح درجة تعرض عيّنه لمقاطع البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية

| الترتيب | النسبة % | التكرار | درجة التعرض |
|---------|----------|---------|-------------|
| 1       | 56.5     | 327     | دائماً      |
| 2       | 25.2     | 146     | نادراً      |
| 3       | 18.3     | 106     | أحياناً     |
|         | %100     | 579     | الإجمالي    |

يتضح من الجدول السابق: تصدّر نسبة المبحوثين الذين يتعرضون لمقاطع البث المباشر بشكل دائم، والتي بلغت نسبتهم (56.5%)، وهو ما يشير إلى اهتمام، وحرص عيّنه الدراسة على متابعة مقاطع البث المباشر؛ نظراً لأهميتها بالنسبة لهم، وفي المقابل جاءت نسبة المبحوثين الذين يتعرضون لمقاطع البث المباشر بشكل نادر (25.2%) وأخيراً جاءت نسبة المبحوثين الذين يتعرضون "أحياناً" لهذه المقاطع بنسبة مئوية بلغت (18.3%).

وبالنظر إلى نتائج الجدول السابق، نرى أنها تتوافق مع معطيات الواقع الحالي الذى يعكس أهمية "البث المباشر"، لا سيما فى الآونة الأخيرة، ومع اعتماد الكثير من متصفحى

السوشيال ميديا على هذه المقاطع في متابعة تطورات الأحداث الجارية؛ نظراً لما تتمتع به من تلقائية كبيرة في بث وعرض الأحداث، كما يمكن للمستخدم أثناء البث المباشر مشاهدة تعليقات وردود فعل المستخدمين في الزمن الفعلي وإجمالي عدد المشاهدين، بالإضافة إلى أنه بعد الانتهاء من البث يتم حفظه في "التايم لاين" الخاص بالمتصفح مثل أي فيديو آخر أو حذفه حينما شاء.

#### جدول (4) يوضح درجة المتابعة لفيديوهات البث المباشر على صفحات المواقع الإخبارية يومياً.

| الترتيب | النسبة % | التكرار | درجة المتابعة      |
|---------|----------|---------|--------------------|
| 1       | 75.7     | 438     | أكثر من ساعتين     |
| 2       | 18.8     | 109     | من ساعة إلى ساعتين |
| 3       | 5.5      | 32      | أقل من ساعة        |
|         | %100     | 579     | الإجمالي           |

يتضح من الجدول السابق: أن أكثر من ثلثي عيّنه الدراسة يتابعون فيديوهات البث المباشر على صفحات المواقع الإخبارية لمدة تزيد عن الساعتين يومياً، حيث بلغت نسبتهم (75.7%)، يليها من يتعرضون لها (من ساعة إلى ساعتين) يومياً، وجاءت في الترتيب الثاني بنسبة (18.7%)، بينما جاءت في الترتيب الأخير نسبة المبحوثين الذين يتعرضون لمقاطع البث المباشر لمدة تقل عن الساعة وذلك بنسبة مئوية بلغت (5.5%).

وبالنظر إلى هذه النتائج يتبين لنا أن النسبة الأكبر من عيّنه الدراسة يتابعون فيديوهات البث المباشر لمدة تزيد عن الساعتين وهي نتيجة طبيعة ووقت مناسب لمشاهدة عدد من الفيديوهات المعروضة بشكل يومي وقد يرجع ذلك إلى أن بعض الفيديوهات يتطلب وقت طويل لمشاهدته كاملاً، بالإضافة إلى تدفق الكثير من الفيديوهات بشكل يومي عبر صفحات المواقع الإخبارية، كما تكشف هذه النتائج على مدى حرص الجمهور المصري على متابعة فيديوهات البث المباشر بشكل يومي، ولعل ذلك يرجع إلى سرعة انتشار الإنترنت في مصر وتوفره على الهواتف النقالة؛ مما ساعد المبحوثين على تصفح ومتابعة ما يتم نشره عبر صفحات المواقع الإخبارية في وسائل النقل والمواصلات المختلفة وفي أوقات الفراغ.

#### جدول (5) يوضح درجة اعتماد عيّنه البحث على تقنية البث المباشر في الحصول على الأخبار

| الترتيب | النسبة % | التكرار | درجة الاعتماد |
|---------|----------|---------|---------------|
| 1       | 59.6     | 345     | متوسطة        |
| 2       | 22.5     | 130     | كبيرة         |
| 3       | 18       | 104     | ضعيفة         |
|         | %100     | 579     | الإجمالي      |

يتضح من الجدول السابق: اعتماد أكثر من نصف عيّنه الدراسة على تقنية البث المباشر في الحصول على الأخبار، وتفاصيل الأحداث اليومية "بشكل متوسط" حيث بلغت نسبتهم (59.6%)، وترجع الباحثة ذلك إلى تعدد وتنوع مصادر الحصول على المعلومات، والأخبار على صفحات الإنترنت، فقد يتعرض لهذه المقاطع الكثير من المتصفحين لمواقع السوشيال ميديا، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين يعتمدون على تقنية البث المباشر بشكل كبير (22.5%)، وقد يرجع ذلك إلى ظهور الكثير من المصادر الإخبارية الأخرى، والوسائل الإعلامية؛ كاليوتيوب، والصحف الإلكترونية، والمدونات، وتويتر وغيرها من مصادر الأخبار، وفي الترتيب الثالث والأخير جاءت نسبة عينة الدراسة الذين يعتمدون "بشكل ضعيف" على تقنية البث المباشر كمصدر للأخبار بنسبة (18%).

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (ولاء محمد محروس الناعى، 2019)<sup>(46)</sup>، حيث وضّحت اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإخبارية الإلكترونية بدرجة كبيرة في الحصول على المعلومات والتي جاءت في المقدمة بنسبة (46%)، كما جاء الاعتماد بدرجة متوسطة في الترتيب الثاني بنسبة (34.3%)، وجاءت بنسبة صغيرة من يعتمد عليها بدرجة ضعيفة في الترتيب الأخير بنسبة مئوية بلغت (19.7%).

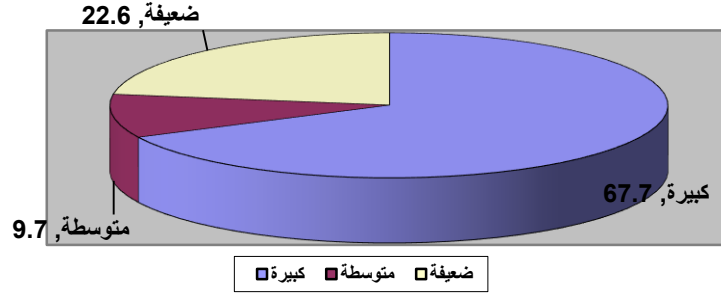
#### جدول (6) يوضح درجة ثقة عيّنه البحث في المحتوى المُقدّم عبر البث المباشر

| الترتيب | النسبة % | التكرار | درجة الثقة |
|---------|----------|---------|------------|
| 1       | 67.7     | 392     | كبيرة      |
| 2       | 22.6     | 131     | ضعيفة      |
| 3       | 9.7      | 56      | متوسطة     |
|         | 100%     | 579     | الإجمالي   |

يتضح من الجدول: أن أكثر من نصف عيّنه الدراسة يتقنون في المحتوى المُقدّم عبر البث المباشر "بشكل كبير" حيث بلغت نسبتهم (67.7%)، في حين جاءت في الترتيب الثاني نسبة المبحوثين الذين تقلّ ثقتهم في المحتوى المُقدّم عبر البث المباشر بنسبة (22.6%)، وقد يرجع ذلك إلى سرعة المواقع في نشر بعض المعلومات والأخبار سعياً للسبق الصحفي قبل التأكد من صحتها، وأخيراً جاءت نسبة المبحوثين الذين يتقنون فيها بدرجة (متوسطة) بنسبة (9.7%).

وتعكس النتيجة السابقة رؤية المبحوثين في المحتوى المُقدّم عبر البث المباشر على صفحات المواقع الإخبارية من حيث ثقة الغالبية العظمى من المبحوثين في المحتوى المُقدّم عبر تقنية البث المباشر، وترجع الباحثة ذلك إلى تميّز مقاطع البث المباشر بالتلقائية، والعفوية، وعدم

ترتيب أو عمل مونتاج للأحداث ؛ مما يُعطي ثقة ومصادقية أكثر للمبشرين في المحتوى المُقدم من خلالها.



شكل (1) يوضح درجة ثقة عيّنه البحث في المحتوى المُقدم عبر البث المباشر على صفحات المواقع الإخبارية

جدول (7) يوضح أسباب ثقة عيّنه البحث فيما يقدم عبر البث المباشر على صفحات المواقع الإخبارية

| الترتيب | النسبة % | التكرار | الأسباب   |
|---------|----------|---------|---|
| 1       | 50.8     | 294     | لأنها تقدم بشكل مباشر وتلقائي دون ترتيب ومنتجة للأحداث            |
| 2       | 30.2     | 175     | لأنها أقرب إلى تفكير الجمهور واهتماماتهم                          |
| 3       | 29.2     | 169     | استطيع من خلالها متابعة ردود أفعال الجمهور حول موضوع البث المباشر |
| 4       | 25.7     | 149     | تتيح لي المصدر المباشر للخبر دون وسيط أو تحليل مسبق.              |
| 5       | 25.2     | 146     | لأنها تجيب على أسئلة الجمهور في نفس وقت البث                      |
| 6       | 22.5     | 130     | سهولة التعليق على الأحداث ومتابعة تطوراتها                        |
| 7       | 21.6     | 125     | أكثر المصادر المفضلة إلى للحصول على الأخبار الحية                 |
| 8       | 18.1     | 105     | تعمل على تقريب وجهات النظر في موضوع البث                          |

(\* ) بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل ن = (579)

يتضح من الجدول: تعدد وتنوع أسباب ثقة المبحوثين فيما يقدم عبر فيديوهات البث المباشر، وجاءت في صدارة هذه الأسباب عبارة (لأنها تقدم بشكل مباشر وتلقائي دون ترتيب ومنتجة للأحداث) بنسبة مئوية بلغت (50.8%)، وهو ما يشير إلى انفراد تقنية البث المباشر بهذه الميزة التي تجعلها مصدر ثقة من قبل المتابعين عن أية وسيلة إعلامية أخرى، واحتلت الترتيب الثاني عبارة (لأنها أقرب إلى تفكير الجمهور واهتماماتهم) بنسبة مئوية بلغت (30.2%) بينما حازت عبارة (استطيع من خلالها متابعة ردود أفعال الجمهور حول موضوع البث المباشر) على الترتيب الثالث بنسبة (29.2%). بينما احتلت الترتيب الأخير عبارة (تعمل على تقريب وجهات النظر في موضوع البث)، وذلك بنسبة مئوية بلغت (18.1%)، وهو ما يشير إلى تنوع وتعدد دوافع متابعة المبحوثين لمقاطع البث المباشر مما يجعلها أقرب إلى اهتمامات الجمهور المصري

جدول (8) يوضح أبرز صفحات المواقع الإخبارية التي يتابعها المبحوثين على مواقع

التواصل الاجتماعي

| الترتيب | العينة الكلية  |              |          | الصفحات |        |              |
|---------|----------------|--------------|----------|---------|--------|--------------|
|         | النسبة المئوية | الوزن النسبي | التكرار  |         |        |              |
|         |                |              | نادراً   | أحياناً | دائماً |              |
| 1       | 82.7           | 1437         | 42       | 216     | 321    | اليوم السابع |
| 2       | 73.3           | 1273         | 117      | 230     | 232    | المصري اليوم |
| 3       | 71.0           | 1234         | 105      | 293     | 181    | مصر تايمز    |
| 4       | 68.9           | 1197         | 128      | 284     | 167    | الوطن        |
| 5       | 67.1           | 1166         | 177      | 217     | 185    | الأهرام      |
| 6       | 66.4           | 1154         | 149      | 285     | 145    | الأخبار      |
| 7       | 62.9           | 1092         | 194      | 257     | 128    | مصرياوي      |
| 8       | 60.7           | 1054         | 224      | 235     | 120    | أخبار مصر    |
| 9       | 58.4           | 1015         | 261      | 200     | 118    | B.B.C        |
| 10      | 56.6           | 983          | 284      | 186     | 109    | الجزيرة نت   |
| 11      | 56.4           | 980          | 274      | 209     | 96     | أخبارك       |
| 12      | 56.1           | 974          | 278      | 207     | 94     | C.N.N        |
| 13      | 55.6           | 965          | 278      | 216     | 85     | الفجر        |
| 14      | 55.4           | 962          | 284      | 207     | 88     | الشروق       |
| 15      | 55.4           | 962          | 276      | 223     | 80     | مواقع أخرى   |
| 16      | 54.6           | 948          | 295      | 199     | 85     | التحرير      |
| 17      | 53.9           | 936          | 296      | 209     | 74     | البوابة نيوز |
| 18      | 51.2           | 889          | 339      | 170     | 70     | فيتو         |
|         | %61.4          | 19221        | الإجمالي |         |        |              |

يتضح من الجدول السابق: أن النسب المئوية لأبرز صفحات المواقع الإخبارية التي تتابعها عينة البحث على مواقع التواصل الاجتماعي تراوحت ما بين (51.2: 82.7)، وفي إطار ذلك حاز موقع (اليوم السابع) على المرتبة الأولى بين المواقع الإخبارية الأكثر متابعة من قبل عينة الدراسة، بنسبة مئوية بلغت (82.7%)، في حين جاء في الترتيب الثاني موقع (المصري اليوم) بنسبة بلغت (73.3%)، وفي الترتيب الثالث جاء موقع (مصر تايمز) بنسبة مئوية (71.0%)، بينما جاء الموقع الإخباري (فيتو) في الترتيب الأخير، وذلك بنسبة (51.2%).

وباستعراض النتائج السابقة يتضح أن موقع: "اليوم السابع" حصل على المرتبة الأولى بين المواقع الإخبارية المصرية التي يتابع من خلالها الجمهور - عينة الدراسة - فيديوهات البث المباشر وتري الباحثة أن ذلك يرجع إلى أنها أكثر المواقع الإخبارية تطوراً في مصر، كما



يُتَّسَم بقدرة عالية من التحديث المستمر، والسريع للمعلومات، وتنوعها، وتغطيتها لجميع التخصصات المختلفة، ومتابعة التطورات، إضافة إلى أن الكثير من سائل الإعلام تنقل عنها أولاً بأول؛ حيث بلغ عدد متابعي صفحة "اليوم السابع" على الفيسبوك أكثر من 15 مليون متابع في كافة أنحاء العالم، وأكثر من 8 ملايين متابع للصفحة على موقع تويتر، فيما نجحت الفيديوهات الخاصّة بالموقع على تحقيق (10.4) مليون مشاهدة، لتنفرد بصدارة المشاهدة محلياً وعربياً<sup>(47)</sup>، وفي مارس الماضي حصل اليوم السابع على المركز الثالث بعد جوجل واليوتيوب بين أكثر المواقع التي زارها المصريون على الإنترنت متفوقاً على موقع "الفييس بوك" والذي جاء في المرتبة السابعة<sup>(48)</sup>.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة "أحمد عمران"<sup>(49)</sup> ودراسة "هشام رشدي خير الله"<sup>(50)</sup>، والتي جاءت بهما صحيفة "اليوم السابع" في المرتبة الأولى وصحيفة "الأهرام" في المرتبة الثانية بين مصادر المعلومات التي تعتمد عليهما عيّنه دراستيهما؛ وتختلف مع دراسة "نورة أبو سنة ورباب صلاح"<sup>51</sup> والتي جاءت فيها صحيفة "المصريون" بالمرتبة السادسة في دراستهما، بينما جاءت في المرتبة الثامنة بالدراسة الحالية.

#### جدول (9) يوضح أشكال التفاعل مع مقاطع البث المباشر المُقدمة عبر صفحات المواقع الإخبارية

| الترتيب | العينة الكلية  |              |         | أشكال التفاعل |        |   |
|---------|----------------|--------------|---------|---------------|--------|---|
|         | النسبة المئوية | الوزن النسبي | التكرار |               |        |   |
|         |                |              | نادراً  | أحياناً       | دائماً |   |
| 1       | 73.9           | 1284         | 98      | 257           | 224    | أبدى اعجابي بالمقطع المتداول like                                 |
| 2       | 71.9           | 1249         | 124     | 240           | 215    | أقرأ تعليقات الآخرين  |
| 3       | 69.7           | 1210         | 142     | 243           | 194    | أحرص على متابعة المواقع التي تنشر مقاطع فيديو باستمرار            |
| 4       | 68.7           | 1194         | 125     | 293           | 161    | أتاحة الفيديوهات أمامي باستمرار يتيح لي التفاعل بأكثر من أسلوب    |
| 5       | 68.5           | 1190         | 144     | 259           | 176    | أهتم بسماع الخبر أكثر من مرة للتدقيق من تفاصيله                   |
| 6       | 67.8           | 1177         | 146     | 268           | 165    | أتفاعل فقط مع الفيديوهات التي ينتجها الشخصيات المعروفة بالنسبة لي |
| 7       | 67.6           | 1174         | 141     | 281           | 157    | أحرص على متابعة التعليقات comment                                 |
| 8       | 66.0           | 1147         | 162     | 266           | 151    | عندما يوجد فيديو أو مقطع صوتي أقوم بالضغط عليه                    |
| 9       | 61.8           | 1073         | 207     | 250           | 122    | عندما يوجد رابط link في الخبر أقوم بالضغط عليه                    |
| 10      | 58.9           | 1023         | 231     | 252           | 96     | أكتفي بكتابة الخبر فقط دون إظهار أي تفاعل                         |
| 11      | 55.8           | 970          | 281     | 205           | 93     | أشارك المقطع عبر صفحاتي على السوشيال ميديا                        |
|         | 66.4%          | 12691        |         |               |        | الإجمالي  |

**يتضح من الجدول:** أن النسب المئوية لأبرز أشكال التفاعل مع مقاطع البث المباشر المقدمة عبر صفحات المواقع الإخبارية من قبل عيّنه البحث تراوحت ما بين (73.9: 55.8)، وهو ما يشير إلى اهتمام عيّنه الدراسة بالتفاعل مع المحتوى المعروض على صفحات المواقع الإخبارية، حيث جاءت عبارة (أبدى إعجابي بالمقطع المتداول like) في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (73.9%)، وتفسر الباحثة ذلك إلى سهولة التفاعل عبر الضغط على زر (like) فهو لا يتطلب أى مجهود، وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة (أقرأ تعليقات الآخرين)، وهو ما يشير إلى رغبة الباحثين في التعرف على الرأي والرأى الآخر ربما ذلك لتدعيم آرائهم ووجهات نظرهم بأراء متشابهة، بينما جاءت عبارة (أشارك المقطع عبر صفحتي على السوشيال ميديا) في الترتيب الأخير بنسبة (55.8%).

وترى الباحثة من خلال عرض نتائج الجدول السابق تعدد وتنوع طرق التفاعل مع الفيديوهات المنشورة عبر صفحات المواقع الإخبارية وهو ما يشير إلى اهتمام الباحثين بالمحتوى المعروض والتفاعل معه، كما يعكس اختلاف طرق التفاعل عبر المواقع الإخبارية، وهو ما يميز الوسائل الإلكترونية عن غيرها من الوسائل التقليدية حيث تجعل الجمهور نشط طول الوقت، كما يخلق هذا التفاعل نوعاً من الارتباط بين المستخدم وبين الموقع الذى يسمح له بممارسة هذا التفاعل.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (ولاء محمد محروس الناغى، 2019)، والتي توصلت إلى أن الدخول إلى الرابط من أهم أشكال التفاعل بنسبة (34.5%) يليها في الترتيب الثاني المشاركة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعى بنسبة (11.2%). بينما تتفق ضمناً مع دراسة (فرح راضى عيد، 2018)، التي توصلت إلى أن التفاعل مع خدمة البث المباشر جاء عن طريق المشاهدة فقط، ثم التفاعل عن طريق "زر الإعجاب like" بمتوسط حسابى بلغت قيمته (2.78).

**جدول (10) يوضح دوافع تعرض عيّنه البحث لتقنية "البث المباشر" على الصفحات الإخبارية**

| الترتيب | النسبة % | التكرار | الدوافع   |
|---------|----------|---------|---|
| 1       | 44.0     | 255     | صدق معلوماتها   |
| 2       | 40.6     | 235     | تعرض الأخبار من قلب الحدث بتلقائية تامة دون إعادة ترتيب أو منتجة. |
| 3       | 34.0     | 197     | لأنها سريعة في نقل الأخبار كما تقدم تغطية حية للأحداث             |
| 4       | 32.1     | 186     | يتميز المضمون الخبري فيها بالثقة                                  |
| 5       | 30.9     | 179     | تعرض الخبر بحيادية دون التدخل في تغيير الحقائق                    |
| 6       | 25.9     | 150     | تتفرد بعرض أخبار غير موجودة في وسائل الإعلام الأخرى               |
| 7       | 25.7     | 149     | تقدم تفاصيل أكثر للحدث وتعرض وجهات نظر متنوعة حوله                |
| 8       | 25.2     | 146     | تناقش قضايا هامة في المجتمع بكل حرية                              |

(\* ) بإمكان الباحث اختيار أكثر من بديل ن = (579)

**يتضح من الجدول السابق:** تصدرت مقدمة دوافع تعرض المبحوثين لتقنية "البث المباشر" على الصفحات الإخبارية عبارة (صدق معلوماتها)، حيث احتلت الترتيب الأول بنسبة (44%)، وترجع الباحثة ذلك إلى طبيعة تقنية البث المباشر التي تتم بدون ترتيب للمواقف والأحداث أو إعادة منتجة لهم، فهي تقدم من قلب الحدث مباشرة للجمهور وهو ما يفسر نتائج الجدول رقم (6) الذي يشير إلى ارتفاع نسبة ثقة المبحوثين في مقاطع البث المباشر، وعلى التوالي جاءت في الترتيب الثاني عبارة (لأنها تعرض الأخبار من قلب الحدث بتلقائية تامة دون إعادة ترتيب أو منتجة) بنسبة مئوية بلغت (40.6%)، وهي نتيجة منطقية للاختيار الأول لعينة الدراسة، حيث ينبع صدق المحتوى من تلقائية الموقف وطبيعته دون التدخل في ترتيب الأحداث، في حين احتلت الترتيب الثالث عبارة (لأنها سريعة في نقل الأخبار كما تقدم تغطية حية للأحداث) بنسبة مئوية بلغت (34.0%)، بينما جاءت في الترتيب الأخير عبارة (تناقش قضايا هامة في المجتمع بكل حرية) بنسبة (25.2%)، وقد يرجع ذلك إلى تعدد وسائل الإعلام التي تناقش قضايا المجتمع فلا تقتصر على تقنية البث المباشر.

ومن خلال استعراض نتائج الجدول السابق ترى الباحثة تنوع دوافع واسباب تعرض المبحوثين لتقنية البث المباشر، وتقدم الدوافع المرتبطة بطبيعة الوسيلة والتقنية الحديثة منها ( السرعة – التلقائية والواقعية – الانفراد )، يليها الدوافع النفعية الخاصة بالحصول على الأخبار و المعلومات حول أحداث الساعة، وتعد هذه نتيجة منطقية بالنسبة للمبحوثين، حيث فرضت طبيعة العصر الرقمي الذي نعيش فيه الذي جعل الأفراد يفضلون السرعة في الحصول على المعلومات بالإضافة إلى استخدام الوسائل الأكثر صدقاً وموضوعية بعيداً عن التسجيلات.

وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة (سماح الشهاوى، 2014)<sup>(52)</sup> التي توصلت إلى أن من أهم دوافع اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة يرجع إلى سرعتها في نقل الأخبار، كما تتفق هذه النتائج ضمناً مع دراسة (دينا أحمد عرابي، بسنت عبد المحسن، 2012) التي توصلت أن من أهم أسباب اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر إخباري تمثلت في مصداقية معلومات مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 21.5%، يليها سرعتها في نقل الأخبار بنسبة 21%، ثم حريتها في مناقشة قضايا المجتمع بنسبة 17%، كما تتفق ودراسة (فرح راضي عيد، 2018) والتي ذكرت أن دافع المصداقية والسرعة في نقل الأحداث جاء في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (2.80) لكل منهما.

جدول (11) يوضح درجة متابعة العتية للقضايا والموضوعات المذكورة من خلال تقنية البث المباشر

| الرتبة | العتية الكلية  |              |         | القضايا |        |  |
|--------|----------------|--------------|---------|---------|--------|--|
|        | النسبة المئوية | الوزن النسبي | التكرار |         |        |  |
|        |                |              | نادراً  | أحياناً | دائماً |  |
| 1      | 86.0           | 1494         | 43      | 157     | 379    | قضية سقوط الطفل ريان                         |
| 2      | 79.4           | 1379         | 67      | 224     | 288    | تبعات الحرب الروسية والأوكرانية              |
| 3      | 77.4           | 1345         | 99      | 194     | 286    | تتابعات وباء كورونا                          |
| 4      | 74.6           | 1296         | 123     | 195     | 261    | أخبار الجاليات المصرية في روسيا وأوكرانيا    |
| 5      | 74.5           | 1269         | 125     | 218     | 236    | احتفالات المحافظات بقدوم شهر رمضان           |
| 6      | 72.9           | 1267         | 142     | 186     | 251    | تبعات مباراة مصر والسنتغال                   |
| 7      | 70.5           | 1225         | 132     | 248     | 199    | الحوادث وجرائم القتل والاعتداءات             |
| 8      | 68.7           | 1194         | 171     | 201     | 207    | بث مباشر للأحداث الرياضية الهامة             |
| 9      | 68.6           | 1192         | 169     | 207     | 203    | أزمة الأسعار والبورصة                        |
| 10     | 68.0           | 1182         | 158     | 239     | 182    | موضوع طفل أغنية الغزالة رايقة                |
| 11     | 67.9           | 1180         | 153     | 251     | 175    | بث مباشر للأطفال ذو المواهب والتحديات الصعبة |
| 12     | 67.1           | 1165         | 166     | 240     | 173    | موضوع حياة وكرامة                            |
| 13     | 66.8           | 1160         | 183     | 211     | 185    | أزمة المطربة شرين وخلافاتها الأسرية          |
| 14     | 65.2           | 1132         | 186     | 233     | 160    | أزمات الفنانين وتتبع قصصهم الشخصية           |
| 15     | 64.6           | 1122         | 197     | 221     | 161    | موضوع نقابة الفنانين وبعض فنانين المهرجانات  |
| 16     | 63.6           | 1083         | 223     | 208     | 148    | تبعات محاكمة المتهمين في قضية فتاة المول     |
| 17     | 59.6           | 1035         | 248     | 206     | 125    | تتابعات قضية مقتل المهندس على يد صديقه       |
| 18     | 56.5           | 982          | 250     | 255     | 74     | قضية الفتاة ملك المشردة                      |
| 19     | 56.3           | 978          | 281     | 197     | 101    | موضوع الفنانة فاطمة كشري                     |
| 20     | 54.8           | 952          | 297     | 191     | 91     | قضية بانعة النعناع                           |
| 21     | 53.1           | 923          | 321     | 172     | 86     | موضوع تربية النعام                           |
|        | %67.4          | 24555        |         |         |        | الإجمالي                                     |

يتضح من الجدول السابق: أن النسب المئوية لدرجة متابعة عتية البحث للقضايا المذكورة في الجدول السابق، من خلال تقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية في الفترة الأخيرة، تراوحت ما بين (53.1: 86)، وهو ما يشير إلى الاهتمام الكبير من قبل الباحثين وحرصهم على متابعة قضايا الأحداث الجارية عبر تقنية البث المباشر.

وجاءت (قضية سقوط الطفل ريان) في الترتيب الأول للقضايا المهتمَّ الباحثين بمتابعتها، وقد يرجع ذلك إلى طبيعة القضية - وقتئذ - حيث إنها أثارت جدلاً واسعاً على المستوى العالمي، ونالت اهتماماً بالغاً، ورغبة من الجميع في معرفة نهاية القصة المؤلمة للطفل ريان نظراً لصعوبة الموقف.

بينما جاءت في الترتيب الثاني قضية (تبعات الحرب الروسية الأوكرانية) وذلك بنسبة مئوية بلغت (79.4%)، وقد نالت وقتها هذه القضية اهتماما كبيرا من الرأي العام بالعالم أجمع.

وشغلت هذه القضية اهتمام الرأي العام -آنذاك-، حيث انهالت فيديوهات، ومقاطع البث المباشر من أبناء الجاليات المصرية؛ في روسيا، وأوكرانيا، وتصدرت عناوين السوشيال ميديا، يليها في الترتيب الثالث " تتابعات وباء كورونا" بنسبة (77.4%) مئوية، وفي الترتيب الأخير جاءت قضية (تربية النعام) بنسبة (53.1%) مئوية.

ومن خلال استعراض نتائج الجدول السابق تبين أن الدرجة الكلية للمقياس والمقدرة بـ (67.4%) عكست درجة متابعة متوسطة من قبل عينه الدراسة لتلك القضايا، وهو يعكس اهتمام ووعي المبحوثين بقضايا المجتمع الجارية وحرصهم على متابعة تطوراتها.

جدول (12) يوضح تقييم عينه البحث لمصداقية الرسالة المقدمة عبر البث المباشر

| العينه الكلية |                |              | التكرار   |       |       |       |           | العبارة  |
|---------------|----------------|--------------|-----------|-------|-------|-------|-----------|--|
| الترتيب       | النسبة المئوية | الوزن النسبي | معارض جدا | معارض | محايد | موافق | موافق جدا |  |
| 1             | 81.2           | 2350         | 4         | 26    | 125   | 201   | 223       | الوضوح في عرض الرسالة وتقديمها والإيجاز دون الإضرار بالمعنى                                |
| 2             | 75.9           | 2197         | 4         | 55    | 144   | 229   | 147       | اصدق ما ينشر عبر مقاطع البث المباشر لأنه مدعم بالصور الحية                                 |
| 3             | 75.8           | 2194         | 18        | 25    | 169   | 216   | 151       | تقديم تحليلات وتفسيرات للقضايا الهامة من قبل المسؤولين والمصادر الرئيسية للأحداث           |
| 4             | 75.4           | 2183         | 11        | 35    | 163   | 237   | 133       | الالتزام بالدقة والموضوعية في صياغة العنوان والموضوع                                       |
| 5             | 75.2           | 2176         | 9         | 17    | 181   | 270   | 102       | التوازن في عرض كافة الآراء   |
| 6             | 75.2           | 2176         | 15        | 26    | 164   | 253   | 121       | متابعة مستجدات القضايا والأحداث ومحاولة إيجاد حلول لها                                     |
| 7             | 75.0           | 2171         | 9         | 47    | 163   | 221   | 139       | التنوع في عرض الآراء والأخبار مع عرض وجهات النظر المختلفة.                                 |
| 8             | 74.7           | 2162         | 9         | 42    | 165   | 241   | 122       | استخدام الأساليب الإقناعية والحجج والبراهين والأدلة  |
| 9             | 74.3           | 2152         | 11        | 42    | 161   | 251   | 114       | يتميز المضمون الخبري في البث المباشر عادة بمعالجة القضايا التي تمس مصالح واهتمامات الجمهور |
| 10            | 74.0           | 2143         | 17        | 38    | 188   | 194   | 142       | التركيز على الأخبار الهادفة  |

|    |       |       |          |     |     |     |     |  |
|----|-------|-------|----------|-----|-----|-----|-----|--|
| 11 | 73.7  | 2133  | 2        | 40  | 199 | 236 | 102 | تحقق العدالة والاتصاف لوجهات النظر المختلفة                              |
| 12 | 73.1  | 2115  | 7        | 45  | 207 | 203 | 117 | فصل الأخبار عن الآراء الشخصية للقائمين بالاتصال                          |
| 13 | 72.5  | 2100  | 13       | 48  | 189 | 221 | 108 | تجنب استخدام الأساليب العاطفية والاستمالة                                |
| 14 | 71.9  | 2081  | 7        | 67  | 191 | 203 | 111 | تركز على الحقائق وتتفادي الاختلاق والتزييف                               |
| 15 | 70.7  | 2046  | 12       | 58  | 218 | 191 | 100 | الاستطالة والاستطراد في تقديم الرسالة الإعلامية الذي يطغى على الهدف منها |
| 16 | 69.0  | 1998  | 16       | 74  | 222 | 167 | 100 | الرسالة الإعلامية المقدمة عبر البث المباشر ينقصها الدقة والوضوح          |
| 17 | 67.0  | 1941  | 21       | 100 | 199 | 172 | 87  | تفتقر الرسالة المقدمة عبر البث المباشر إلى المهنية والأخلاقية            |
| 18 | 64.8  | 1875  | 35       | 91  | 227 | 153 | 73  | مستوى الرسالة الإعلامية ضعيف   |
|    | 73.3% | 38193 | الإجمالي |     |     |     |     |  |

يتضح من الجدول السابق: تصدرت مقدمة استجابات المبحوثين لمصداقية الرسالة الإعلامية عبارة (الوضوح في عرض الرسالة وتقديمها والإيجاز دون الإضرار بالمعنى)، بنسبة مئوية بلغت (81.2%)، يليها في الترتيب الثاني عبارة (اصدق ما ينشر عبر مقاطع البث المباشر لأنه مدعم بالصور الحية)، بنسبة (75.4%)، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة (تقديم تحليلات وتفسيرات للقضايا الهامة من قبل المسؤولين والمصادر الرئيسية للأحداث)، يليها في الترتيب الرابع عبارة (الالتزام بالدقة والموضوعية في صياغة العنوان والموضوع) بنسبة مئوية بلغت (75.4%)، بينما جاءت عبارة (مستوى الرسالة الإعلامية ضعيف) في الترتيب الأخير بنسبة بلغت (64.8%).

وبالنظر إلى نتائج الجدول السابق يتضح أن النسب المئوية لتقييم عينة البحث لمصداقية الرسالة المقدمة عبر البث المباشر على صفحات المواقع الإخبارية تراوحت ما بين (86: 53.1)، ويشير ذلك إلى مدى إدراك عينة الدراسة لمعايير الحكم على مصداقية الرسالة الإعلامية، وفهمهم للمحتوى الإعلامي المقدم إليهم عبر وسائل الإعلام، وقدرتهم على فرز المحتوى المقدم واكتشاف الحقيقة من الشائعات.

وعكست الدرجة الكلية للمقياس والمقدرة بـ 73.3% أن تقييم عينة البحث لمصداقية الرسالة المقدمة عبر البث المباشر على صفحات المواقع الإخبارية جاء مرتفعاً.

وتتفق نتائج الجدول السابق مع دراسة ( ولاء محروس عبد الناعي، 2019)، والتي أشارت إلى أن عبارة " الاختصار والإيجاز" جاءت في الترتيب الأول لمقياس مصداقية الرسالة، من قبل المبحوثين بمتوسط مرجح ( 2.58).

ومن ثم نجد أن أهم المعايير التي قدّمها المبحوثون للحكم على الرسالة الإعلامية تمثلت في؛ (الوضوح والإيجاز، الالتزام بالدقة والموضوعية - الصور الحية - التحليلات والتفسيرات المنطقية - متابعة المستجدات - التنوع في عرض الرسالة الإعلامية ) كما أن الاهتمام بتصحيح الأخبار الكاذبة يعطى دلالة للمستخدم على اهتمام الموقع، واحترامه للقراء، وحرصه على إظهار الحقيقة وعدم كتمها، وهو ما ينعكس على تقييم المستخدم الإيجابي للموقع.

### جدول (13) يوضح تقييم مصداقية القائم بالاتصال في البث المباشر

| الترتيب | النسبة المئوية | الوزن النسبي | التكرار    |       |       |       |            | العبرة   |
|---------|----------------|--------------|------------|-------|-------|-------|------------|--|
|         |                |              | معارض جداً | معارض | محايد | موافق | موافق جداً |  |
|         |                |              |            |       |       |       |            |  |
| 1       | 79.6           | 2303         | 7          | 26    | 141   | 204   | 201        | موضوعية الكاتب بصرف النظر عن توجهاته   |
| 2       | 78.0           | 2257         | 2          | 33    | 158   | 215   | 171        | يعتمد القائم بالاتصال على لغة سهلة وبسيطة للتواصل مع الجمهور                                 |
| 3       | 77.6           | 2246         | 4          | 40    | 149   | 215   | 171        | خبرة الكاتب وكفاءته من أهم عوامل ثقة الجمهور في رسالته                                       |
| 4       | 77.2           | 2235         | 2          | 22    | 183   | 220   | 152        | امانة القائم بالاتصال ومدى جدارته بالثقة   |
| 5       | 76.8           | 2224         | 5          | 38    | 159   | 219   | 158        | الصورة الذهنية للقائم بالاتصال لها دور على مصداقية ما يقدمه                                  |
| 6       | 75.8           | 2195         | 8          | 48    | 155   | 214   | 154        | سلوك الكاتب وتصرفاته تنعكس على تصورات الجمهور له   |
| 7       | 74.4           | 2155         | 11         | 33    | 181   | 235   | 119        | يهتم القائمين بالاتصال بردود المتابعين والتفاعل معها   |
| 8       | 73.7           | 2133         | 6          | 25    | 211   | 241   | 96         | يتمتع القائم بالاتصال بشهرة كبيرة  |
| 9       | 73.6           | 2132         | 10         | 39    | 186   | 234   | 110        | ان يتمتع القائم بالاتصال بشهرة كبيرة   |
| 10      | 70.6           | 2045         | 9          | 73    | 189   | 217   | 91         | طريقة إلقاء وتقديم القائم بالاتصال بها الكثير من المغالطات نظراً لعدم الإعداد المسبق للرسالة |
| 11      | 69.3           | 2007         | 25         | 79    | 188   | 175   | 112        | تعتمد على تقديم فريق عمل غير مؤهل ومدرب على العمل الإعلامي                                   |
| 12      | 67.4           | 1951         | 14         | 92    | 209   | 194   | 70         | تحيز القائم بالاتصال لراى معين يتوافق مع سياسة الصحيفة                                       |
| 13      | 66.7           | 1930         | 18         | 105   | 202   | 174   | 80         | عدم قدرة القائم بالاتصال على إدارة الحوار بشكل جيد   |
|         | %73.9          | 27813        | الإجمالي   |       |       |       |            |  |

يتضح من الجدول السابق: أن النسب المئوية لتقييم مصداقية القائم بالاتصال في البث المباشر لصفحات المواقع الإخبارية (القائم بالاتصال)، تراوحت ما بين (79.6: 66.7%)، وهو ما يشير إلى ارتفاع نسبة تقييم عينة الدراسة لمصداقية القائم بالاتصال مما ينعكس على أداءه للرسالة الإعلامية، حيث تصدرت المقدمة عبارة (موضوعية الكاتب بصرف النظر عن توجهاته) والتي جاءت في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (79.6%)، بينما جاءت في الترتيب الثاني عبارة (يعتمد القائم بالاتصال على لغة سهلة وبسيطة للتواصل مع الجمهور) بنسبة (78.0%) في حين احتلت الترتيب الثالث عبارة (خبرة الكاتب وكفاءته من أهم عوامل ثقة الجمهور في رسالته) بنسبة (77.6%)، وفي الترتيب الرابع جاءت عبارة (أمانة القائم بالاتصال ومدى جدارته بالثقة) بنسبة (77.2%)، بينما جاءت عبارة (عدم قدرة القائم بالاتصال على إدارة الحوار بشكل جيد) في الترتيب الأخير بنسبة (66.7%).

وبالنظر إلى نتائج الجدول السابق نرى أن الدرجة الكلية للمقياس والمقدرة بـ 73.9% بينت أن تقييم عينة البحث لمصداقية القائم بالاتصال في البث المباشر على صفحات المواقع الإخبارية جاء مرتفعاً.

وترى الباحثة من خلال استعراض النتائج السابقة تصدّر عنصر الموضوعية التي يجب أن يتسم بها القائم بالاتصال، والتي تنعكس على توجهاته وحديثه، من حيث مدى التزامه بها، وعدم تحيزه لرأي معين، وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (ولاء محروس الناعى، 2019) والتي ذكرت أن "موضوعية الكاتب بصرف النظر عن انتماءاته" جاءت في مقدمة استجابات الشباب الجامعي لمعيار مصداقية القائم بالاتصال، وتتفق هذه النتائج أيضاً ودراسة (ربيع، 2009) والتي أوضحت أن من أهم العوامل المؤثرة على استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية تمثلت في الموضوعية والفورية في نقل الأحداث.



جدول (14) يوضح تقييم عينه البحث لمصداقية الوسيلة الإعلامية عند تناول الأحداث الجارية

| الترتيب | العينه الكلية  |              |          |        |         |        | العبارة  |
|---------|----------------|--------------|----------|--------|---------|--------|--|
|         | النسبة المئوية | الوزن النسبي | التكرار  |        |         |        |  |
|         |                |              | أبداً    | نادراً | أحياناً | دائماً |  |
| 1       | 73.2           | 1695         | 28       | 147    | 243     | 161    | تجعل تقنية البث المباشر الجمهور يتعايش مع الأحداث لحظة بلحظة                 |
| 2       | 72.5           | 1680         | 31       | 178    | 187     | 183    | توفر مصادر موثوق بها تثبت دقة وصحة المعلومات المنشورة                        |
| 3       | 72.4           | 1677         | 29       | 171    | 210     | 169    | تستجيب بسرعة لأسئلة واستفسارات الناس   |
| 4       | 72.2           | 1673         | 20       | 176    | 231     | 152    | تلتزم مقاطع البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية بالمسئولية الاجتماعية.  |
| 5       | 72.2           | 1672         | 31       | 173    | 205     | 170    | تنقلنا إلى مكان الأحداث وإلى شهود العيان على الواقعة                         |
| 6       | 71.6           | 1658         | 21       | 186    | 223     | 149    | كثرة مقاطع البث المباشر في الصفحات الإخبارية يدل على جراءة الصحيفة           |
| 7       | 71.2           | 1648         | 36       | 166    | 228     | 149    | غير متحيزة وتنقل الرأي والرأي الآخر من خلال تعليقات الجمهور                  |
| 8       | 70.7           | 1638         | 25       | 187    | 229     | 138    | التفاعلية والاعتماد على المستحدثات الرقمية والوسائط المتعددة والنصوص الفانقة |
| 9       | 70.6           | 1634         | 39       | 168    | 229     | 143    | الشمولية في تغطية الأحداث عبر البث المباشر                                   |
| 10      | 70.1           | 1624         | 39       | 175    | 225     | 140    | تعطيني فرصة للتعبير عن رأيي ومناقشة الآراء المختلفة                          |
| 11      | 69.9           | 1620         | 29       | 181    | 247     | 122    | أثق في تقنية البث المباشر للمواقع الإخبارية ومصادرها                         |
| 12      | 69.3           | 1606         | 36       | 192    | 218     | 133    | أفضل مقاطع البث المباشر الإخبارية لأنها لا تتعرض لتعديل أو قطع ومنتجة.       |
| 13      | 68.8           | 1593         | 40       | 199    | 205     | 135    | تسعى لحل الأزمات مع عدم اللجوء إلى التجريح والتشهير.                         |
| 14      | 68.7           | 1592         | 66       | 181    | 164     | 168    | تتسم مقاطع البث المباشر بالمبالغة والتهويل في عرض الأخبار وتناولها           |
| 15      | 68.3           | 1582         | 50       | 186    | 212     | 131    | تهتم بجمع مشاهدات على حساب المضمون   |
| 16      | 67.9           | 1572         | 52       | 189    | 210     | 128    | سرعة النشر عبر البث المباشر يؤدي إلى عدم التحري الكافي من مصداقية المعلومة   |
| 17      | 67.1           | 1553         | 55       | 197    | 204     | 123    | الأخبار في البث المباشر تهتم فقط بالسبق الصحفي                               |
| 18      | 66.3           | 1535         | 52       | 210    | 205     | 112    | تركز غالبية الأخبار على الجوانب الاجتماعية لذلك تتسم بالضعف وعدم التنوع.     |
| 19      | 64.7           | 1498         | 62       | 210    | 212     | 95     | تفتقر موضوعات وسائل التواصل للمهنية والحياد                                  |
| 20      | 61.5           | 1425         | 84       | 222    | 195     | 78     | تنشر مقاطع البث المباشر أخبار ومعلومات متضاربة                               |
| 21      | 60.2           | 1394         | 101      | 225    | 169     | 84     | نشر تكذيب للأحداث والوقائع التي لم يثبت صحتها                                |
|         | 69%            | 33569        | الإجمالي |        |         |        |  |

يتضح من الجدول السابق: أن النسب المئوية لتقييم البحث لمصداقية الوسيلة الإعلامية عند تناول الأحداث الجارية، تراوحت ما بين (73.2: 60.2%)، حيث تصدرت عبارة (تجعل تقنية البث المباشر الجمهور يتعايش مع الأحداث لحظة بلحظة) الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (73.2%)، ويشير ذلك إلى مدى وعي المبحوثين وحرصهم على متابعة الأحداث الجارية وأحداث الساعة من خلال تقنية البث المباشر والتي تنفرد وتتميز عن وسائل الإعلام الأخرى بالسرعة والسبق الصحفي في تغطية الأخبار العاجلة؛ وقد يرجع ذلك إلى كثرة عدد المرسلين للمواقع الإخبارية حيث يتواجدون في أماكن الأحداث بسرعة بالغة وتتفوق على أى وسيلة إعلامية أخرى كالصحف والتلفزيون، أما في الترتيب الثاني فجاءت عبارة (توفر مصادر موثوق بها تثبت دقة وصحة المعلومات المنشورة) بنسبة بلغت (72.4%)، مما يشير ذلك إلى اهتمام الجمهور بالأخبار المستندة إلى أدلة كالوقائع والوثائق وثقتهم بها، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة (تستجيب بسرعة لأسئلة واستفسارات الناس) بنسبة مئوية بلغت (72.5%)، وقد يرجع ذلك إلى طبيعة المواقع الإخبارية بصفة عامة وتقنية البث المباشر بصفة خاصة والتي تسمح بتلقى أسئلة واستفسارات الناس أثناء البث المباشر ليقوم المرسل أو المحاور بالرد عليها والتواصل مع المتابعين، وفي الترتيب الأخير جاءت عبارة (نشر تكذيب للأحداث والوقائع التي لم يثبت صحتها) بنسبة مئوية بلغت (60.2%).

وعكست الدرجة الكلية للمقياس والمقدرة بـ 69% أن تقييم عينة البحث لمصداقية الوسيلة الإعلامية عند تناول الأحداث الجارية جاء مرتفعاً وهو ما يؤكد على أهمية هذه التقنية لما لها من مميزات سبق ذكرها.

وبالنظر إلى نتائج الجدول السابق نجد أن من أهم معايير المصداقية المتعلقة بالوسيلة من وجهة نظر المبحوثين تمثلت في (توافر أدلة وبراهين – متابعة الأحداث لحظة بلحظة – التواصل مع الجمهور والرد على استفساراتهم – الموضوعية – التفاعلية – التحديث المستمر).

وتختلف هذه النتيجة جزئياً مع ما توصلت إليه دراسة (ولاء محروس الناخي، 2019) التي ذكرت أن من أهم المعايير المتعلقة بمصداقية المواقع الإخبارية جاءت في مقدمتها (أنها أسرع في نقل الأحداث) يليها (التحديث المستمر للموقع)، ثم (استخدام الموقع للمستحدثات الرقمية والنصوص الفائقة والوسائط المتعددة، وترجع الباحثة ذلك إلى اختلاف عينة البحث واختلاف الدلائل جزئياً مع هذه الدراسة).

جدول (15) يوضح مستقبل تقنية البث المباشر عبر المواقع الإخبارية من وجهة نظر المبحوثين

| الترتيب | النسبة % | التكرار | البدائل  |
|---------|----------|---------|--|
| 1       | 71.4     | 110     | عدم وجود ضوابط وتشريعات للاستخدام سيقلل من تأثير هذه التقنية       |
| 2       | 53.9     | 312     | سيزداد عدد جمهور البث المباشر                                      |
| 3       | 37.8     | 219     | سوف تكون تقنية البث المباشر منافساً قوياً لوسائل الإعلام التقليدية |
| 4       | 30.7     | 178     | الاعتماد على تقنية البث المباشر يزيد من خطورة انتشار الشائعات      |
| 5       | 26.9     | 156     | افتقاد الدقة والموضوعية في ظل غياب الرقابة على هذه المقاطع         |
| 6       | 25.4     | 147     | يلتبس على المواطن تحديد مصداقية مقاطع البث المباشر                 |
| 7       | 24.7     | 143     | سوف يستغل هامش الحرية بما يلحق الضرر بمصلحة المجتمع                |
| 8       | 20.6     | 119     | ظهور عديد من الشخصيات التي استخدمت هذه التقنية مما قلل من أهميتها  |
| 9       | 19.7     | 114     | ضعف المحتوى والمضمون المقدم عبر البث المباشر مستقبلاً              |

(\* بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل ن = (579)

يتضح من الجدول السابق: أن مستقبل تقنية البث المباشر عبر المواقع الإخبارية من وجهة نظر المبحوثين تمثلت في (عدم وجود ضوابط وتشريعات للاستخدام سيقلل من تأثير هذه التقنية) وجاءت في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (71.4%)، مما يشير ذلك إلى وعى المبحوثين واهتمامهم بوجود تشريعات وقوانين تحكم عمل المواقع الإخبارية، يليها في الترتيب الثاني عبارة (سيزداد عدد جمهور البث المباشر) بنسبة (53.9%)، وترجع الباحثة ذلك إلى: المزايا التي تنفرد بها تقنية البث المباشر في متابعة وملاحقة الأحداث أسرع من أى وسيلة إعلامية أخرى، كما استطاع الإعلام الإلكتروني فرض سيطرته على الساحة الإعلامية وكسب ثقة الجماهير، من خلال ما يتمتع به من الفورية والأنية، وتوظيفه لعنصر التفاعلية، إلى جانب حصول الجمهور بسهولة وفي أي وقت يشاء على الأخبار التي يريدها.

في حين جاءت في الترتيب الثالث عبارة (سوف تكون تقنية البث المباشر منافساً قوياً لوسائل الإعلام التقليدية) وذلك بنسبة مئوية بلغت (37.8%)، وفي الترتيب الأخير جاءت عبارة (ضعف المحتوى والمضمون المقدم عبر البث المباشر مستقبلاً) بنسبة (19.7%)، وهو ما يشير إلى عدم اقتناع غالبية المبحوثين بضعف محتوى البث المباشر وربما يعود ذلك إلى أن التوجه أصبح نحو الإعلام الجديد أكثر من الإعلام التقليدي وقدرته على التجديد، بالإضافة إلى ما توفره المواقع الإلكترونية من فورية في الحدث، وسرعة الحصول على الأخبار والمعلومات، والتفاعلية التي تنفرد بها هذه التقنية عن غيرها من وسائل الإعلام، وهو ما يجعل الإعلام الإلكتروني بشكل عام منافساً قوياً للإعلام التقليدي.

بينما جاءت في الترتيب الأخير عبارة (ضعف المحتوى والمضمون المقدم عبر البث المباشر مستقبلاً) بنسبة مئوية بلغت (19.7%)، وقد يرجع ذلك إلى اقتناع الفئة الأكبر من المبحوثين بأهمية المحتوى المقدم عبر تقنية البث المباشر وأنه أقرب إلى الجماهير، حيث

أتاحت تقنية البث المباشر قدراً كبيراً من الحرية، والمشاركة، والتفاعلية، والتي تتفوق عن وسائل الإعلام التقليدية؛ نظراً لكونها تخضع لسياسة تحريرية معينة لا تتيح المجال للجمهور بالتفاعل والمشاركة مع ما تقدمه من أخبار ومعلومات.

وتختلف هذه النتيجة جزئياً مع ما توصلت إليه دراسة (فرح راضي عيد، 2018)، والتي ذكرت أن خدمة البث المباشر سوف تسيطر على وسائل الإعلام، وستصبح بديلاً لها، لتحل محل القنوات الفضائية.

بينما تقاربت هذه النتائج – ضمناً – مع دراسة (عرين عمر الزعبي، 2018)، والتي توصلت إلى أن عبارة (سيزداد عدد المواقع الإلكترونية بشكل يفوق التوقع)، جاءت في مقدمة استجابات الباحثين على العوامل التي تحدد مستقبل مصداقية الأخبار عبر المواقع الإلكترونية الإخبارية.

## ثانياً: نتائج اختبار فروض الدراسة:

### \* التَّحْقُقُ من الفرض الأول:

• توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة الجمهور لتقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية ومصداقيتها لديهم.

جدول (16) يوضح معاملات الارتباط بين معدل متابعة الجمهور لتقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية ومصداقيتها لديهم

| معدل متابعة الجمهور لتقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية |               |              | المتغيرات               |
|---|---------------|--------------|-------------------------|
| قيمة ر  | مستوى الدلالة | نوع الدلالة  |                         |
| **0.18  | 0.01          | دال إحصائياً | مصداقية الرسالة         |
| **0.24  | 0.01          | دال إحصائياً | مصداقية القائم بالاتصال |
| **0.19  | 0.01          | دال إحصائياً | مصداقية الوسيلة         |
| **0.23  | 0.01          | دال إحصائياً | المصداقية ككل           |

(\*\*) دال عند مستوى 0.01

يتبين من الجدول السابق:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية، بين معدل متابعة الجمهور لتقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية، ومصداقيتها لديهم؛ مما يعني أنه كلما زاد معدل متابعة الجمهور لتقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية، كلما ساهم ذلك في زيادة مصداقيتها لديهم.

وتتفق نتائج هذا الجدول ودراسة (هناء حفناوى يوسف، 2021) (53) التي أشارت إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي- في متابعة الأزمات الأسرية - ومصداقيتها لدى المبحوثات ؛ حيث بلغ معامل ارتباط سبيرمان (365). وهي علاقة إيجابية طردية، وهو ما يدعونا للقول إنه كلما زاد اعتماد المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأزمات الأسرية زادت مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين.

كما تتفق هذه النتيجة ودراسة ( ولاء محروس الناعى، 2019 )، التي بينت وجود علاقة ارتباطية طردية قوية ذات دلالة إحصائية، بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإلكترونية الإخبارية، وبين تقييمهم لمصداقيتها.

بينما اختلفت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (إبراهيم حسن المرسي التوام، 2016) (54)، التي كشفت عن عدم وجود علاقة ارتباطية بين متوسط درجات استخدام النخبة للمواقع الإخبارية، ومتوسط درجات مؤشرات المصداقية، وقد يرجع ذلك إلى اختلاف عينة الدراسة.

\* التَّحْقُق من الفرض الثَّاني:

• توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة المبحوثين في تقنية البث المباشر المُقدَّمة عبر المواقع الإخبارية، ومصداقيتها لديهم.

جدول (17) يوضح معاملات الارتباط بين درجة ثقة المبحوثين في مقاطع البث المباشر المُقدَّمة عبر المواقع الإخبارية ومصداقيتها لديهم

| درجة ثقة المبحوثين في مقاطع البث المباشر |               |        | المتغيرات               |
|--|---------------|--------|-------------------------|
| نوع الدلالة                              | مستوى الدلالة | قيمة ر |                         |
| غير دال                                  | 0.050         | 0.018- | مصداقية الرسالة         |
| دال إحصائياً                             | 0.01          | **0.12 | مصداقية القائم بالاتصال |
| دال إحصائياً                             | 0.01          | **0.15 | مصداقية الوسيلة         |
| دال إحصائياً                             | 0.01          | **0.13 | المصداقية ككل           |

(\*\*) دال عند مستوى 0.01

يتبين من الجدول:

تَحَقَّق الفرض جزئياً، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة المبحوثين في مقاطع البث المباشر المُقدَّمة عبر المواقع الإخبارية ومصداقيتها لديهم في محوري (القائم بالاتصال والوسيلة) فيما لم يثبت وجود علاقة في محور مصداقية (الرسالة)، وتفسر الباحثة ذلك بأن مصداقية المبحوثين للرسالة يترتب على عوامل عديدة منها طريقة التقديم ونوع

الرسالة نفسها ومدى دعمها بالأدلة والبراهين فكل ذلك يتوقف على طبيعة الرسالة نفسها بصرف النظر عن مدى ثقافتهم في التقنية نفسها.

وتتفق هذه النتيجة – ضمناً – مع دراسة (هناك حفناوى يوسف، 2021<sup>(55)</sup>)، التي توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الثقة والمصداقية لمواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغ معامل ارتباط سبيرمان (189). عند مستوى معنوية (0.000) وهي علاقة إيجابية طردية ضعيفة، وهو ما يدعونا للقول إنه كلما زادت الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي زادت مصداقيتها لدى المبحوثات، كما تتفق هذه النتيجة ودراسة (غادة عبد التواب اليماني، 2010<sup>(56)</sup>) وتوصلت فيها إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الثقة في الأخبار المنشورة في جريدة الأهرام، وبين مصداقية الأخبار في كلاً من الأهرام، والمصري اليوم، وموقع مصرأوى. حيث جاءت العلاقة طردية بالنسبة لجريدة الأهرام.

#### \* التتحقق من الفرض الثالث:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في معدل متابعتهم لتقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية وفق متغيرات (النوع، محل الإقامة، المؤهل التعليمي، السن).

#### أ) الفروق وفق النوع ومحل الإقامة:

جدول (18) يوضح دلالة الفروق بين أفراد العينة في معدل متابعة الجمهور لتقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية وفق متغيرات (النوع، محل الإقامة)

(ن=579)

| نوع الدلالة | قيمة (ت) | الإناث ن=251 |      | الذكور ن=328 |      | المتغيرات   |
|-------------|----------|--------------|------|--------------|------|---|
|             |          | ع            | م    | ع            | م    |   |
| غير دال     | 0.896    | 0.98         | 8.54 | 1.12         | 8.62 | معدل متابعة الجمهور لتقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية |
| نوع الدلالة | قيمة (ت) | حضر ن=202    |      | ريف ن=377    |      |   |
| غير دال     | -0.276   | 1.05         | 8.60 | 1.07         | 8.57 |   |

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد العينة في معدل متابعة الجمهور لتقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية وفق متغيرات (النوع، محل الإقامة)، وتفسر الباحثة ذلك بأن كلا الجنسين ذكور وإناث يحرصون على متابعة صفحات المواقع الإخبارية ومقاطع البث المباشر، كما أن التكنولوجيا الحديثة أصبحت متاحة للجميع فلا تقتصر على أفراد المدن فقط بل يستخدمها الجميع ريف وحضر.

وتتفق هذه الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة ( عبدالله الوزان، 2015<sup>(57)</sup>)، التي أشارت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث، في مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار، بينما اختلفت هذه النتيجة مع دراسة (فرح راضي عيد، 2018<sup>(58)</sup>) والتي بينت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الجمهور الأردني لخدمة البث المباشر بالفيديو بؤك ومتغير النوع لصالح الذكور، كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض الجمهور الأردني لخدمة البث المباشر بالفيديو بؤك والمستوى التعليمي لصالح الدراسات العليا.

#### ب) الفروق وفق المستوى التعليمي، السن:

جدول (19) يوضح تحليل التباين أحادي الاتجاه بين أفراد العينة في معدل متابعة الجمهور لتقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية وفق متغيرات (المستوى التعليمي، السن).

| المتغيرات | مصدر التباين   | مجموع المربعات | درجة الحرية | متوسط المربعات | ف     | الدلالة |
|-----------|----------------|----------------|-------------|----------------|-------|---------|
| التعليم   | بين المجموعات  | 2.438          | 3           | 0.813          | 0.714 | غير دال |
|           | داخل المجموعات | 653.908        | 575         | 1.137          |       |         |
| السن      | بين المجموعات  | 7.496          | 2           | 3.748          | 2.32  | غير دال |
|           | داخل المجموعات | 684.850        | 576         | 1.126          |       |         |

يتضح من الجدول:

عدم وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد العينة في معدل متابعة الجمهور لتقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية وفق متغيرات (المستوى التعليمي، السن)، وترجع الباحثة هذه النتيجة إلى أن تطبيقات الإعلام الجديد أصبحت متاحة لكل الفئات، ولمختلف الأعمار. بحيث يتدفق على صفحات السوشيال ميديا ملايين المتابعين يومياً، لتصبح المصادر الإخبارية ومقاطع البث المباشر متاحة للجميع، وتظهر على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي - عبر المواقع الإخبارية- بشكل تلقائي، مما يمكن الجميع من تصفحها، ومشاركتها على صفحات الأصدقاء - على اختلاف أعمارهم ومستواهم التعليمي، وهذه النتيجة تُعد منطقية- إلى حد كبير- والتي تتماشى مع التدفق الهائل لمصادر الأخبار، والمعلومات على الإنترنت، والإتاحة الكاملة للجميع باختلاف الفئة العمرية.

### التحقق من الفرض الرابع:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في حجم مصداقية مضمون تقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية لديهم وفق متغيرات (النوع، محل الإقامة- المستوى التعليمي - السن).

(أ) الفروق وفق النوع ومحل الإقامة:

جدول (20) يوضح دلالة الفروق بين أفراد العينة في حجم مصداقية مضمون تقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية لديهم وفق متغيرات (النوع، محل الإقامة، المستوى التعليمي- السن)

(ن = 579)

| نوع الدلالة | قيمة (ت) | الإناث ن=251 |        | الذكور ن=328 |        | المتغيرات  |
|-------------|----------|--------------|--------|--------------|--------|--|
|             |          | ع            | م      | ع            | م      |  |
| غير دال     | 0.163-   | 21.61        | 168.68 | 23.97        | 168.37 | حجم مصداقية مضمون تقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية |
| نوع الدلالة | قيمة (ت) | حضر ن=202    |        | ريف ن=377    |        |  |
|             |          | ع            | م      | ع            | م      |  |
| غير دال     | 1.05     | 22.18        | 167.13 | 23.36        | 169.24 |  |

يتضح من الجدول السابق:

**عدم وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد العينة في حجم مصداقية مضمون تقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية لديهم وفق متغيرات (النوع، محل الإقامة)،** وقد يرجع ذلك لكون أن هذه المتغيرات (النوع - محل الإقامة) لم يعد لها تأثيراً قوياً يسبب فروقاً فردية بين الباحثين فأصبحت التكنولوجيا الحديثة والصحافة الإلكترونية، ودرجة التعليم وغيرها من المؤثرات أصبحت متاحة ومتوفرة لكل الباحثين لذلك تلاشت الفروق بينهم.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة ( إبراهيم حسن المرسي التوام، 2016) من حيث عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة على مقياس درجة مصداقية المواقع الإخبارية حسب المرحلة العمرية. كما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية ( النوع - السن - محل الإقامة) وبين درجة مصداقية المواقع الإخبارية.

كما تتفق نتائج الجدول السابق أيضاً ودراسة ( غادة عبد التواب اليماني، 2010<sup>59</sup>) والتي أوضحت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في عينة الدراسة في إدراكهم لمصداقية الأخبار المحلية في الصحف المختلفة، حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي (1.93).



**(ب) الفروق وفق المستوى التعليمي، السن:**

جدول (21) يوضح تحليل التباين أحادي الاتجاه بين أفراد العينة في حجم مصداقية مضمون تقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية لديهم وفق متغيرات (المستوى التعليمي، السن).

| المتغيرات | مصدر التباين   | مجموع المربعات | درجة الحرية | متوسط المربعات | ف      | الدلالة |
|-----------|----------------|----------------|-------------|----------------|--------|---------|
| التعليمية | بين المجموعات  | 7032.996       | 3           | 2344.332       | **4.52 | دال     |
|           | داخل المجموعات | 297757.681     | 575         | 517.839        |        |         |
| السن      | بين المجموعات  | 93.090         | 2           | 46.545         | 0.088  | غير دال |
|           | داخل المجموعات | 304697.587     | 576         | 528.989        |        |         |

يتضح من الجدول السابق:

تحقق الفرض جزئياً؛ حيث لم يثبت وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد العينة في حجم مصداقية مضمون تقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية لديهم وفق متغير (السن).

وهو ما يختلف مع ما توصلت إليه دراسة (غادة عبد التواب اليماني، 2010<sup>60</sup>)، التي وضحت وجود فروق دالة إحصائية بين الفئات العمرية المختلفة، وإدراكهم لمصداقية الصحف المختلفة والمواقع الإخبارية على الإنترنت، حيث بلغت قيمة مربع كاي 2.53، وترجع الباحثة ذلك إلى اختلاف توقيت إجراء الدراسة واختلاف عينتها، كما أن زيادة عدد المتصفحين لصفحات الإنترنت يوماً بعد يوم أحدث طفرة هائلة في عقول المتابعين، وأزال الفوارق بينهم، وأصبحوا على وعي تام وإدراك شبه مكتمل لطبيعة المضمون المنشور، مع قدرتهم على تقييم مدى مصداقية المضمون المقدم.

في حين ثبت وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد العينة في حجم مصداقية مضمون تقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية لديهم وفق متغير (المستوى التعليمي).

ولتحديد اتجاه الفروق وفقاً لمتغير المستوى التعليمي ولمعرفة الفروق ستكون لصالح أي فئة تم إجراء اختبار المقارنات البعدية (Post Hock- LSD).

**جدول (22) يوضح نتائج اختبار (Post Hock- LSD)**

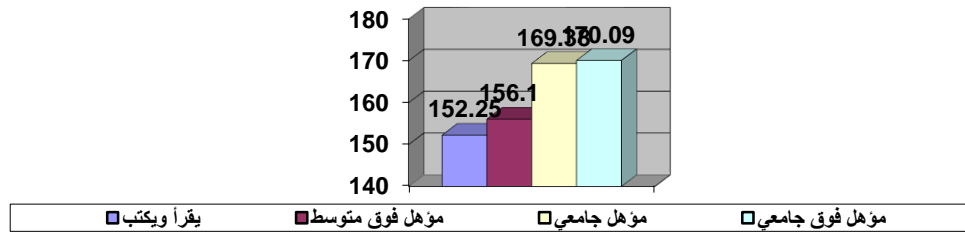
| التعليم        | المتوسط | يقرأ ويكتب | مؤهل فوق متوسط | مؤهل جامعي | مؤهل فوق جامعي |
|----------------|---------|------------|----------------|------------|----------------|
| يقرأ ويكتب     | 152.25  | _____      | 3.853-         | *17.137-   | 17.845         |
| مؤهل فوق متوسط | 156.10  | _____      | _____          | *13.284-   | *13.991-       |

|        |  |  |        |                |
|--------|--|--|--------|----------------|
| 0.707- |  |  | 169.38 | مؤهل جامعي     |
|        |  |  | 170.09 | مؤهل فوق جامعي |

(\*) دالة عند مستوى (0.05).

وعقب تطبيق اختبار (Post Hock- LSD) اتضح ما يلي:

بالنظر إلى متوسطات المستوى التعليمي سيوضح وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد العينة في حجم مصداقية مضمون تقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية لديهم وفق متغير (المستوى التعليمي) لصالح أصحاب (المؤهل فوق الجامعي)؛ وقد يرجع ذلك إلى قدرتهم على تحديد عوامل ومعايير مصداقيتهم للمحتوى المقدم، كما أنهم يحرصون على متابعة ما يتقنون به وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (غادة عبد التواب اليماني، 2010) والتي أشارت إلى وجود فروق دالة إحصائية بين المستوى التعليمي وتقييم المبحوثين لمصداقية الأخبار المحلية في الصحف المختلفة والإنترنت، كما أثبت وجود اختلافات دالة إحصائية بين المستويات التعليمية المختلفة للمبحوثين.



شكل (2) يوضح الفروق بين أفراد العينة وفق متغير التعليم

### مقترحات وتوصيات الدراسة:

- الاهتمام بعمل دورات تدريبية حول "الإعلام الإلكتروني"؛ من أجل فهم أكبر لطبيعة عملها ودورها في تشكيل الاتجاهات في المجتمع، والعمل على إيجاد ضوابط أخلاقية ومهنية لها.
- عقد ندوات ومؤتمرات حول مصداقية الإعلام الإلكتروني؛ للتوعية الصحفية، بضرورة التمسك بأهم عناصر المصداقية، وتوظيفها بالشكل الصحيح في العمل الصحفي، من أجل كسب ثقة القراء.
- ضرورة اهتمام المواقع الإخبارية التي تبث عبر تقنية البث المباشر بالموضوعية، وعرض الأخبار بعيداً عن الأهواء الشخصية، مع وجوب عدم تدخل القائم بالاتصال بالرأي، سواء كان مؤيداً أو معارضاً، والدقة عند عرض الأرقام والإحصائيات مع مصدر الخبر.
- تفعيل ميثاق الشرف الإعلامي، وتدريب القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية على كيفية الأداء الإعلامي، والالتزام بأخلاقيات المهنة، وتقبل الأفكار، والآراء التي تتعارض مع توجهاتهم، ومعتقداتهم.
- الاهتمام بدراسة تأثير معرفة، واهتمام الجمهور بقضايا بعينها؛ من أجل اختبار مدى تأثير عامل الاهتمام، والمعرفة بالقضية، والقدرة على الحكم بمصداقية الصحيفة من عدمه.
- ضرورة ربط قياس إدراك مصداقية الأخبار في مواقع الصحف الإخبارية، بأسلوب الأداء المهني للحصول على الأخبار، وهو ما يرتبط بأداء القائمين على هذه الصحف بشكل يمكن الصحف من الاستفادة من نتائج دراسات المصداقية بما يخدم مصالحها الإعلامية، وطموحات جمهورها ومتطلباته عند تغطيتها للقضايا المحلية المختلفة.

### خلاصة النتائج:

توصلت الباحثة من خلال إجراء هذه الدراسة إلى العديد من النتائج، من أبرزها:

- ثقة أكثر من نصف عينة الدراسة في المحتوى المقدم عبر البث المباشر بشكل كبير، حيث بلغت نسبتهم (67.7%)، في حين جاءت في الترتيب الثاني نسبة الباحثين الذين تقل ثقتهم في المحتوى المقدم عبر البث المباشر بنسبة 22.6%.
- تصدر نسبة الباحثين الذين يتعرضون لمقاطع البث المباشر بشكل دائم، حيث بلغت نسبتهم (56.5%)، وهو ما يشير إلى اهتمام وحرص عينة الدراسة على متابعة مقاطع

- البث المباشر نظراً لأهميتها بالنسبة لهم، وفي المقابل جاءت نسبة المبحوثين الذين يتعرضون لمقاطع البث المباشر بشكل نادر (25.2%).
- تراوحت النسب المئوية لأبرز صفحات المواقع الإخبارية، التي يتابعها المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي ما بين (82.7: 51.2)، وفي إطار ذلك حاز موقع (اليوم السابع) على المرتبة الأولى بين المواقع الإخبارية الأكثر متابعة من قبل المبحوثين، بنسبة مئوية (82.7%)، بينما جاء الموقع الإخباري (فيتو) في الترتيب الأخير بنسبة (51.2%).
- تصدرت مقدمة استجابات المبحوثين لمصداقية الرسالة الإعلامية عبارة (الوضوح في عرض الرسالة وتقديمها والإيجاز دون الإضرار بالمعنى)، بنسبة مئوية بلغت (81.2%)، يليها في الترتيب الثاني عبارة (اصدق ما ينشر عبر مقاطع البث المباشر لأنه مدعم بالصور الحية)، بنسبة (75.4%)، بينما جاءت عبارة (مستوى الرسالة الإعلامية ضعيف) في الترتيب الأخير بنسبة بلغت (64.8%).
- أن النسب المئوية لتقييم مصداقية القائم بالاتصال في البث المباشر لصفحات المواقع الإخبارية (القائم بالاتصال) تراوحت ما بين (79.6: 66.7)، حيث تصدرت المقدمة عبارة (موضوعية الكاتب بصرف النظر عن توجهاته) بنسبة مئوية بلغت (79.6%)، بينما جاءت في الترتيب الثاني عبارة (يعتمد القائم بالاتصال على لغة سهلة وبسيطة للتواصل مع الجمهور) بنسبة (78.0%)، بينما جاءت عبارة (عدم قدرة القائم بالاتصال على إدارة الحوار بشكل جيد) في الترتيب الأخير بنسبة (66.7%).
- أن النسب المئوية لتقييم البحث لمصداقية الوسيلة الإعلامية عند تناول الأحداث الجارية تراوحت ما بين (73.2: 60.2%)، حيث تصدرت عبارة (تجعل تقنية البث المباشر الجمهور يتعايش مع الأحداث لحظة بلحظة) الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (73.2%)، أما في الترتيب الثاني فجاءت عبارة (توفر مصادر موثوق بها تثبت دقة وصحة المعلومات المنشورة) بنسبة بلغت (72.4%)، مما يشير ذلك إلى اهتمام الجمهور بالأخبار المستندة إلى أدلة.
- أن مستقبل تقنية البث المباشر عبر المواقع الإخبارية من وجهة نظر المبحوثين تمثلت في (عدم وجود ضوابط وتشريعات للاستخدام سيققل من تأثير هذه التقنية) وجاءت في الترتيب الأول بنسبة 71.4%، يليها في الترتيب الثاني عبارة (سيزداد عدد جمهور البث المباشر) بنسبة 53.9%،

- وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية، بين معدل متابعة الجمهور لتقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية، ومصداقيتها لديهم؛ مما يعني أنه كلما زادت معدل متابعة الجمهور لتقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية، كلما ساهم ذلك في زيادة ومصداقيتها لديهم.
- عدم وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد العينة، في معدل متابعة الجمهور لتقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية وفق متغيرات (النوع، محل الإقامة).
- وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد العينة، في حجم مصداقية مضمون تقنية البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية لديهم وفقاً لمتغير (المستوى التعليمي)
- ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية، بين درجة ثقة المبحوثين في مقاطع البث المباشر المُقدمة عبر المواقع الإخبارية، ومصداقيتها لديهم في جانبي؛ (القائم بالاتصال والوسيلة) فيما لم يثبت وجود علاقة في جانب مصداقية الرسالة.

## المراجع:

- 1- خالد صالح الدين حسن علي. مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور : دراسة كمية / كيفية في إطار النموذج البنائي للمصداقية، "المجلة المصرية لبحوث الإعلام"، كلية الإعلام جامعة القاهرة، العدد السادس والعشرون، 6002، ص 9
- 2 سحر أحمد إمام ، التفاعلية المدركة من استخدام القنوات الإخبارية للبث المباشر على موقع الفيسبوك:دراسة تحليلية وميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة سوهاج ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، 2022.
- 3 هشام رشدي خيرالله. "استخدام البث المباشر في تغطية قضايا المجتمع المصري عبر منصات التواصل الاجتماعي للصحف الإلكترونية وتأثيره على الحالة المزاجية للجمهور". "المجلة العلمية لبحوث الصحافة"، ع 23، 2022، ص ص 253-318
- 4 مروة عبدالله السيد. "تقنيات استخدام الهواتف الذكية في الإنتاج البرامجي المرئي: دراسة استكشافية، "مجلة البحوث الإعلامية" 2، 59، . 691-732، 2021.
- 5 أحمد حمد على، اعتماد الجمهور على برامج البث المباشر بدولة الإمارات واتجاهاته نحوها: دراسة ميدانية ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، جامعة حلوان. كلية الآداب. قسم الاعلام. 2020.
- 6 أماني عبد الرؤوف محمد أحمد. "خاصية البث المباشر الحي على اليوتيوب وأهميتها في ثراء الخريطة البرمجية: ". "المجلة المصرية لبحوث الرأي العام"، 19، 1، 2020، 231-316
- 7 زياد بن محمد بن صالح، رؤية القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية لتأثير البث المباشر على تطور الوظيفة الإخبارية للقنوات: دراسة كيفية، مجلة الآداب ، السعودية ، جامعة الملك سعود، كلية الآداب، مج 31، ع 2019، 3، 93 – 108.
- 8 منه الله محسن ابراهيم. "أثر استخدام تقنية البث المباشر عبر الشبكات الاجتماعية في إكساب طلاب الإعلام التربوي مهارات التصوير الإعلامي". "مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية"، 5، العدد 22 الإعلام التربوي، 2019، 28-75.
- 9 فرح راضي عيد، التأثيرات المحتملة لتعرض الجمهور الأردني لخدمة البث المباشر بالفيس بوك: دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة ، الأردن ، جامعة اليرموك ، كلية الإعلام ، 2018 ، ص ص 1 – 173.
- 10 حاتم سليم علاونة ، عرين عمر الزعبي ، مصداقية الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين: دراسة ميدانية ، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية ، المجلد 17 ، العدد 1 ، 2020 متاحة عبر <https://doi.org/10.36394/jhss/17/1A/3>
- 11 جيهان سيد أحمد يحيى، "التأثيرات النفسية والسلوكية لمحتوى الإعلام المرئي المقدم عن كورونا وعلاقته بمصداقية المصدر"، مجلة البحوث الإعلامية، 56، 4، 2021، 1525-1572.
- 12 فلورا إكرام. "مصداقية صفحات الصحف المصرية على الفيسبوك وقت أزمة كورونا لدى الجمهور المصري: ". "المجلة المصرية لبحوث الرأي العام"، 20، 4، 2021، 33-82
- 13 سحر أحمد غريب. "مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار لدى القائم بالاتصال في الصحافة المصرية". "المجلة المصرية لبحوث الرأي العام"، 20، العدد 3 - الجزء الثاني، 2021، 191-238 . doi: 10.21608/joa.2021.205222
- 14 جلال، همزار محمد. "مصداقية المواقع الإلكترونية كمصدر للأخبار والمواضيع وعلاقتها بظاهرة العداء لوسائل الإعلام لدى الجمهور". "المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام مج 4، ع 2 (2021): 112 - 145. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1232996>
- 15 علي عبد الحسين علوان، حدود مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي التحديات والممكنات: الفيس بوك أنموذجاً ، مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع ، الإمارات، كلية الإمارات للعلوم التربوية ، 2020، ص ص 55 - 76.

- 16 ولاء محمد محروس عبده الناغي. "معايير مصداقية المواقع الإلكترونية الإخبارية كما يراها الشباب الجامعي وعلاقتها باعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات". مجلة البحوث الإعلامية، 51، ج2، 2019، 628-581
- 17 Wölker, Anja, and Thomas E. Powell. "Algorithms in the newsroom? News readers' perceived credibility and selection of automated journalism." Journalism. (2018) pp 1-18.
- 18 كريم طلعت حسن المعداوي. "استخدام الطلاب لصفحات الجامعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمصداقيتها لديهم". مجلة البحوث الإعلامية، 48، ج2، 2017، 690-659. doi: 2017.63777/jsb.10.21608
- 19 Jadick, Christopher. To Tell the Truth: The Credibility of Cable News Networks In an Era of Increasingly Partisan Political News Coverage, , University of South Florida, 2017 , URL : <https://digitalcommons.usf.edu/etd/6867>
- 20 Waters, Anna Marie, Whose tweets do you trust?: message and messenger credibility among mainstream and new media news organizations on Twitter, Degree: MA, Communication & Information Sciences, University of Alabama, 2016. URL : <http://purl.lib.ua.edu/163896>
- 21 ) Bob Franklin & Matt Carlson. Journalists, Sources, and Credibility: New Perspectives, **Computers in Human Behavior**, Vol. 61, August 2016. PP.136–145
- 22 5. Evin Go, et All." Why do we use different types of websites and assign them different levels of credibility? Structural relations among user's motives, types of websites, information credibility, and trust in the press", computers in Human Behavior Journal, vol.54. 2016
- 23 عبدالله الزان، مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي، منشور بمجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط بالقاهرة، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط ، القاهرة، سبتمبر 2015
- 24 Li, Ruohan. And Ayoung Suh. "Factors Influencing Information Credibility On Social Media Platforms" Procedia Computer Science, 72 (2015) : PP. 314- 328
- 25 Pupino, Alyssa M. Uses and Perceived Credibility of Social Networking Sites for Weight Management in College Students, Degree Level, masters Kent State University, 2015
- 26 Shan, Chenyan. The sources young people trust: The credibility ratings of sources of national political news in China, Iowa State University, In partial fulfillment of the requirements for the degree of MASTER OF SCIENCE, 2013.
- 27 Chung Joo Chung and Yoon Jae Nam and Michael Stefanone. A Exploring online news credibility the relative influence of traditional and technological factors, state new York , 2012.
- 28 عزة عبدالعزيز عبدالاله. مصداقية الصحافة المصرية القومية والحزبية ، دراسة للمضمون الصحفي والقائم بالاتصال والجمهور، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة جنوب الوادي ، كلية الآداب بسوهاج قسم الإعلام ، 1222 ، ص32.
- 29 Tandoc Jr, Edson C. "Tell Me Who Your Sources Are: Perceptions of News Credibility on Social Media." Journalism Practice 13.2 (2019): 178-190

- 30 Waddell, T. Franklin. "A robot wrote this? How perceived machine authorship affects news credibility." *Digital journalism* 6.2 (2018): 236-255.
- 31 Flanagin, Andrew J., and Miriam J. Metzger. "Source Credibility." *The International Encyclopedia of Media Psychology* (2020): 1-5.
- 32 Appelman, Alyssa, and S. Shyam Sundar. "Measuring message credibility: Construction and validation of an exclusive scale." *Journalism & Mass Communication Quarterly* 93.1 (2016): 59-79.
- 33 عزة عبد العزيز، مصداقية الإعلام العربي: المفاهيم - المعايير، القاهرة: العربي للنشر و التوزيع ، 2006، ص : 32-33
- 34 عزة عبد العزيز ، "مرجع سابق" ، ص 21.
- 35 Ceilie Gaziano and Kristisn Mcgrath, Measuring The concept of Credibility, *Journalism quarterly*, vo.63, No.3, 2000, pp.87-88.
- (36) Nazato Yoshiko, (2002), *Credibility Of Online Newspapers*, (online), available: [www.inma.org/Subscribers/Papers/2002-Nocato.pp.3-4](http://www.inma.org/Subscribers/Papers/2002-Nocato.pp.3-4).
- (37) Ceilie Gaziano and Kristisn Mcgrath, Measuring The concept of Credibility, *Journalism quarterly*, vo.63, No.3, 2000, pp.87-88.
- 38 -Abdul Rahim Masaud, Newspaper Readerships and Credibility in Kuwait: An Analysis of uses and Gratification Theory, PHD, southern-Illinois university. At Carbondale, 1999
- 39 محمد سيد محمد ، كيف نقيس المصداقية في العالم العربي، القاهرة: مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 82 ، أكتوبر-نوفمبر 1987 ، ص36.
- 40 محمد أمين عبوب ، زهية يسعد ، "البث المباشر عبر مواقع التواصل وانعكاساته على مهنية التغطيات الإخبارية للقنوات العربية : دراسة تحليلية ، "مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية" ، المجلد 3 ، العدد 2 ، 2018.
- 41 Hung-Yilu, Information sleeking an Media, Credibility, Media, Asia, vol.30, No.4, 2003, p.221.
- 42 ولاء محمد محروس عبده الناغي. "معايير مصداقية المواقع الالكترونية الإخبارية كما يراها الشباب الجامعي وعلاقتها باعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات". *مجلة البحوث الإعلامية*، 51، 51- ج2، 2019، 628-581
- 43 إبراهيم حسن المرسي التوام ، مصداقية المواقع الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية وعلاقتها بالتنافس المعرفي، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* ، جامعة القاهرة - كلية الإعلام - مركز بحوث الرأي العام ، مج15، ع4 ، 2016، 409 - 452
- 44 غادة عبد التواب اليماني ، مصداقية الأخبار المحلية في الصحف والمواقع الإخبارية : دراسة ميدانية ، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، كلية الإعلام ، يناير 2010.
- 45 إبراهيم حسن المرسي التوام، مرجع سابق ، 409 - 452
- 46 ولاء محمد محروس عبده الناغي. "معايير مصداقية المواقع الالكترونية الإخبارية كما يراها الشباب الجامعي وعلاقتها باعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات". *مجلة البحوث الإعلامية*، 51، 51- ج2، 2019، 628-581
- 47 - <https://www.youm7.com/story/22/1/2022> 11:00 am.
- 48 60- <https://amjd.org> 22/1/2022 11:20 am.



- 49 أحمد عمران محمود ، دور الصحف الإلكترونية المصرية في توعية الجمهور بالمخاطر المجتمعية لجائحة كورونا :دراسة ميدانية، **مجلة البحوث الإعلامية** ، جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، العدد 55 ، أكتوبر 2020 ، ص 2440.
- 50 هشام رشدي خير الله ، اعتماد الجمهور المصري على مواقع الصحف الإلكترونية للحصول على المعلومات أوقات الأزمات : دراسة ميدانية" ، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة** ، جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، قسم الصحافة ، العدد 10 ، يونيو 2017.
- 51 نوره حمدي أبو سنة ، رباب صلاح السيد ، "دور الصحف الإلكترونية في ترتيب أولويات قضايا مصر الداخلية بعد ثورة 25 يناير 2011" ، **مجلة البحوث الإعلامية** ، جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، العدد 40 ، يوليو 2013 ، ص 74.
- 52 سماح الشهاوى ، مصداقية الصحف الإلكترونية المصرية وعلاقتها باستخدام الشباب لها ، "مرجع سابق، ص 238.
- 53 هناء حفناوى يوسف ، " مصداقية القنوات الفضائية العربية ووسائل التواصل الاجتماعي في تناول الأزمات الأسرية لدى الفتاة الجامعية السعودية دراسة ميدانية ، **مجلة البحوث الإعلامية** ، جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، ص ص 813-874.
- 54 إبراهيم حسن المرسي التوام ، **مرجع سابق** ، ص ص 409 - 452
- 55 هناء حفناوى يوسف ، **مرجع سابق** ، ص ص 813-874.
- 56 غادة عبد التواب اليماني ، مصداقية الأخبار المحلية في الصحف والمواقع الإخبارية :دراسة ميدانية ، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، يناير 2010.
- 57 عبدالله الوزان ، مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي لدي الشباب الجامعي السعودي، منشور بمجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط بالقاهرة ، " **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط** " القاهرة، سبتمبر 2015
- 58 فرح راضى عيد، **مرجع سابق**، ص ص 1 - 173.
- 59 غادة عبد التواب اليماني ، مصداقية الأخبار المحلية في الصحف والمواقع الإخبارية :دراسة ميدانية ، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، يناير 2010.
- 60 غادة عبد التواب اليماني ، **مرجع سابق** ، ص 18.