العلاقة بين الأداء المهني لقناة الإخبارية ومصداقيتها لدى الجمهور السعودي: دراسة مسحية

أ.د. عبدالملك بن عبدالعزيز الشلهوب*

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة الحالية إلى الكشف عن العلاقة بين الأداء المهني لقناة الإخبارية السعودية ومدى مصداقية ما يتم طرحه من أخبار وموضوعات في تلك القناة لدى الجمهور السعودي، ودرجة ثقة الجمهور السعودي بمضامين القناة الإخبارية وعلاقته بمصداقيتها لدى الجمهور السعودي، واستخدم الباحث لهذه الدراسة المنهج المسحي والاستبانة أداة للحصول على المعلومات الرئيسة من أفراد مجتمع الدراسة وهم المواطنون السعوديون من الذكور والإناث، الذين بلغ عددهم (٤٣٤) مفردة من الجمهور السعودي.

وأظهرت نتائج الدراسة قلة متابعة الجمهور السعودي للقناة الإخبارية، وندرة مشاهدتهم لبرامجها، وكانت أكثر العوامل المؤثرة على مشاهدة الجمهور السعودي للقناة الإخبارية تفضيلهم لمشاهدة القنوات ذات المهنية العالية، ولكونها قناة رسمية، ولقلة إمكاناتها، كما أن أفراد العينة من الجمهور السعودي يرون أن مستوى تغطية القناة الإخبارية للأخبار المحلية السعودية متوسطة، وأظهرت النتائج أيضًا تأكيد الجمهور السعودي على مصداقية القناة الإخبارية، وعلى التزامها بالعناصر المعززة لأدائها المهني؛ وأن ثقة الجمهور بالقناة الإخبارية تراوحت ما بين متوسط ومرتفع.

كما كشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين الأداء المهني لقناة الإخبارية ومصداقيتها لدى الجمهور السعودي، مما يشير إلى أنه كلما ارتفعت رؤية الجمهور السعودي نحو التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني، كلما ارتفع مستوى رؤيتهم لمصداقيتها، بينت الدراسة أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية الجمهور السعودي لمصداقية القناة الإخبارية، تعود لاختلاف الحالة الاجتماعية، والسن، والدخل الشهري، والمؤهل الدراسي، كما كشفت عن وجود علاقة طردية (موجبة) بين الثقة بما تطرحه القناة الإخبارية من أخبار وموضوعات في برامجها المختلفة وبين مصداقيتها.

وخلصت الدراسة بالتالي إلى أن ارتفاع مستوى الأداء المهني لقناة الإخبارية يرتبط بزيادة مصداقيتها، كما أن الثقة في محتواها يعزز من مصداقيتها لدى الجمهور السعودي.

الكلمات المفتاحية: المصداقية، الأداء المهني، القناة الإخبارية السعودية، الجمهور السعودي، الإعلام السعودي

* أستاذ الإعلام بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - بجامعة الملك سعود

The Relationship Between the Professional Performance of Al-Ekhbariyah Channel and Its Credibility Among the Saudi Audience: A Survey Study

Abstract:

The current study aimed to investigate the relationship between the professional performance of the Al-Ekhbariyah Channel and the credibility of the news and topics presented on that channel among the Saudi Audience, and the degree of confidence of the Saudi public in the channel's content and its relationship to its credibility among the Saudi Audience. The researcher used the survey method and a questionnaire to obtain information from the Saudi citizens, both male and female, as this study consisted of (434) Samples.

The results showed that Saudi Audience viewership of the Al-Ekhbariyah Channel is low, with limited watching of its programs. The most influential factor affecting Saudi audience viewership of Al-Ekhbariyah Channel was their preference for watching high-professional channels, it being an official channel, and its limited capabilities. The Saudi audience sample viewed Al-Ekhbariyah Channel coverage of local Saudi news as moderate. The results also showed that the Saudi public affirmed the credibility of the Al-Ekhbariyah Channel and its commitment to elements that enhance its professional performance and that the public's confidence in the news channel ranged from moderate to high.

The results revealed a statistically significant correlational relationship between the professional performance of Al-Ekhbariyah Channel and its credibility among the Saudi audience, indicating that the higher the Saudi audience's view of Al-Ekhbariyah Channel's commitment to professional performance standards, the higher their view of its credibility. The study also showed statistically significant differences in the Saudi audience's view of the news channel's credibility, attributable to differences in social status, age, income, and education. It also revealed a positive (direct) relationship between trust in the news and topics presented by Al-Ekhbariyah Channel in its various programs and its credibility.

In conclusion, the study found that a higher level of professional performance by the Al-Ekhbariyah Channel is associated with increased credibility and that trust in its content enhances its credibility among the Saudi audience.

Key Words: Credibility, Professional Performance, Al-Ekhbariyah Saudi Channel, Saudi Audience, Saudi Media

مقدمة الدراسة:

تمثل الأخبار الجانب الهام والأساسي من العمل الذي تقوم به القنوات الإخبارية، فهي تضخ يومياً كماً كبيراً من المعلومات والاخبار لمختلف القضايا والأحداث، ففي ظل التدفق الكبير والحر للمعلومات الذي وفرته البيئة الاتصالية الجديدة والتي نعيش واقعها الآن فإن إدراك الجمهور للأخبار والأحداث والمعلومات الصادرة من وسائل الإعلام بأنها حقيقية من العوامل المهمة التي تجعل الجمهور يثق بهذه الوسائل والتي منها القنوات الإخبارية، فعنصر الثقة في العمل الإعلامي مرتبط في الأغلب بالمادة المقدمة في الوسيلة الإعلامية، فافتقار ما يقدم فيها من أخبار وموضوعات للموضوعية والدقة والمعلومات الموثقة، فيه تزييف لوعي المتلقي وتضليل له؛ فالدقة والإنصاف هما جوهر العمل الإعلامي، إلا أنهما في الوقت نفسه فضيلتان كثر عليهما الجدل، فمصطلح الدقة يبدأ من المهارات الأساسية في نقل الخبر والتي منها الحصول على الحقائق بطريقة صحيحة وتقديمها في سياقها المهني، ولذلك فإن على الصحفيين ألا يكون نقلهم للحقائق نقلاً صحيحاً فقط بل عليهم أن يناضلوا من أجل الوصول للصدق الذي يتم تقديم الحقائق من خلاله في سياقها والذي يقوم بدوره بتعزيز عملية فهم الحدث أو القضية التي يتم عرضها[١]، ومن هنا فإن الحصول على ثقة الجمهور هو أساس الإعلام الجيد والمتميز، فالثقة والموضوعية في مقدمة الأسباب التي تدفع الجمهور لمتابعة وسيلة إعلامية معينة دون غيرها، وذلك لأن ثقة الجمهور المتلقي في اختيارات الوسائل الإعلامية عامة والقنوات الإخبارية خاصة لما يقدم فيها من مضامين هو الذي يشكل مصداقيتها لديه، وهذا يتأكد من خلال إقبال الجمهور على متابعتها، إذ إن ثقة الجمهور المتلقي بوسائل الإعلام تتحقق من خلال توثيق المعلومات ونسبتها إلى مصادرها، وتنويع اهتماماتها للموضوعات، وآنية أخبارها، والتحلي بالموضوعية عند عرض الحقائق، والحصول على الحقائق المدعمة بالأرقام والإحصاءات، وقوة وموثوقية المصادر التي تعتمد عليها، وتعبير الوسائل الإعلامية الصادق والواعي عن قضايا وهموم الجمهور، والصدق والأمانة في جمع البيانات من مصادرها، والتوازن بين الآراء، والمهنية التحريرية [٢]، الأمر الذي يؤكد على أن المصداقية هي التي تجعل الجمهور يدرك الرسائل الإخبارية التي تبثها القنوات الإخبارية على أنها انعكاس حقيقي للأحداث التي وصفها.

وعلى ضوء ما سبق فإن اتسام محتوى القنوات الإخبارية بالمصداقية عامل مهم في التأثير على جمهور المتلقين، فهو يتعامل مع هذه القنوات لمعرفة ما وقع بالفعل من أحداث فإذا انتفت هذه الإمكانية لم يعد هناك مبرر للتعامل مع القناة؛ فصحة الأخبار وصدقها هو مبرر وجود أي وسيلة إعلامية جادة تدرك حقيقة دورها الاجتماعي وتعي بذلك خطورة مسؤوليتها تجاه جمهورها، وكما أن عدم صحة الأخبار يُفقد القناة الإخبارية مصداقيتها فإن عدم التزامها بوصول المعلومات الصحيحة إلى الجمهور المتلقي بأعلى درجات التدقيق المهني ينتهي إلى النتيجة نفسها، إذ إن المعالجة المهنية للأخبار والقضايا والأحداث المختلفة غير الدقيقة بكل أشكالها وخلفياتها تترك أسواء الانطباعات بين الجمهور المتلقي نحو الكفاءة المهنية للقناة الإخبارية،[٣] حيث تؤكد العديد من الدراسات أنه كلما زادت درجة التزام الوسيلة الإعلامية بمعايير الأداء المهني استطاعت أن تقدم موضوعات على جانب كبير من المهنية وذات مصداقية عالية، ومن هنا فإن على القائم بالاتصال في هذه القنوات العمل

بمهنية عالية ووفقاً لأخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال الشعور بالمسؤولية الملاقاة على عاتقة تجاه الجمهور المتلقي وعدم تغليب مصالحة الشخصية على حساب المهنة.

ووفقاً لما ذكر أنفاً فإن التأكيد على مصداقية ما يتم بثه من أخبار وأحداث ومعلومات من قبل القنوات الإخبارية يعود إلى أن المتابع للمشهد الإعلامي في القنوات الإخبارية يرى ارتباكها على مستوى أدائها المهني، وعلى مستوى أخلاقيات العمل الصحفي في نقل المعلومات من دون التأكد منها أو التدقيق بصحتها،[٤] فوجود أخبار أو معالجات إخبارية مزيفة قد يؤدي إلى مزيد من عدم الثقة والانجراف الناتج عن مصادر الأخبار، خاصة في وقت تتناقص فيه الثقة في وسائل الإعلام الإخبارية في أجزاء كثيرة من العالم، فالمعالجات الخبرية لأي وسيلة إخبارية وأيا كان طبيعتها أو توجهها لا تعمل من فراغ ولا يجري إنتاجها الإخباري بعيداً عن الإطار الاجتماعي والاقتصادي والسياسي بكل ضغوطاته ومتغيراته؛ فمستخدمي وسائل الإعلام كما يذكر (إيدسون) يمكن أن يتورطوا في مناخ من عدم الثقة في وسائل الإعلام والسياسة بحكم صعود وسائل الإعلام الإخبارية ذات التوجهات الإيديولوجية التي تسعى إلى تشويه سمعة وسائل الإعلام الإخبارية أين كانت طبيعتها أو توجهها، وقد يكون لمواقع التحقق من الحقائق التي تستدعي الأخبار المزيفة تأثير مماثل من خلال تشويه سمعة بعض الأخبار المزيفة، الأمر الذي قد يسهم أيضاً في مناخ من عدم الثقة في وسائل الإعلام الإخبارية ككل، فعندما يقال للناس إنهم لا يستطيعون الوثوق بشكل واحد من أشكال الأخبار، فقد ينتشر شكهم إلى أشكال أخرى،[٥] وليس الشك في مسار معين بل قد يمتد إلى عدم الثقة في جميع الإنتاج الإعلامي، الأمر الذي قد يدفع الصناعة الإعلامية إلى منحدر زلق بالفعل.

وعلى ضوء ما سبق فإن الدقة، والسمعة والخبرة والتكامل والموضوعية والعمق والأمانة، وعدالة توزيع الأخبار، والمهنية، والحالية، والوثوق بالمصدر هي العناصر المعززة لمصداقية الوسيلة الإعلامية أياً كانت هذه الوسيلة، كما أكدت عليها البحوث والدراسات التي تناولت مصداقية وسائل الإعلام بشكل عام، وعليه فإن مصداقية الوسائل الإعلامية الإخبارية تعد من أهم العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام، وهي الأساس الذي ترتكز عليه علاقة الوسيلة الإخبارية بجمهورها، ولهذا تشكل دراسة مصداقية وسائل الإعلام الإخبارية وعلى وجه الخصوص القناة الإخبارية السعودية أهمية كبيرة، نظراً لتراجع مستوى ثقة الجمهور المتلقي كما ذكر أنفاً في الوسائل الإعلامية، وزيادة مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بالوسائل الإعلامية التقليدية، الأمر الذي أثر على مصداقية هذه الوسائل وبالتالي التأثير على مستوى الاعتماد عليها، فنجاح أي عمل إعلامي يعتمد على مجموعة العناصر المعززة للمصداقية السابق ذكرها والتي تكفل إيصال المادة الخبرية للمتلقي بصيغة يمكن الوثوق بصحتها وتصديقها، لذلك فإن الباحث يسعى في دراسته هذه إلى معرفة مصداقية القناة الإخبارية السعودية التي انطلق بثها في العام ٢٠٠٤ لدى الجمهور السعودي، وعلاقة هذه المصداقية بالأداء المهني للقناة، ودرجة ثقة الجمهور السعودي بما يتم طرحه من أخبار وموضوعات في القناة الإخبارية وعلاقة ذلك بمصداقيتها لدى الجمهور السعودي، فدراسات المصداقية في الوقت الراهن باتت على جانب كبير من الأهمية ولا سيما في هذا الوقت باعتبار أن المصداقية صفة متلازمة وأساسية في التعرض

الانتقائي لمحتوى قناة الإخبارية نتيجة لظروف البيئة الاتصالية في عصر الإعلام الاجتماعي.

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من خلال الآتي:

١- الأهمية التي يكتسبها موضوع المصداقية فهي من المعايير الأساسية التي تميز وسائل الإعلام، ومعيار مهم في تقويم أدائها، وباتت اليوم في ظل الكم الهائل من المعلومات التي تضخها وسائل الإعلام الجديد منها والتقليدي من القضايا المهمة في بحوث الإعلام والاتصال الجماهيري بشكل عام، في ظل زيادة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات، والسباق الكبير بين مختلف وسائل الإعلام في النشر، الأمر الذي يطرح مجموعة من التساؤلات حول مدى مصداقية ودقة وموثوقية وموضوعية المعلومات المقدمة من خلال هذه الوسائل ولا سيما الوسائل الإخبارية التي يقوم عملها الأساسي على تقديم تغطيات إخبارية لمختلف الأحداث والقضايا.

٢- أن هذه الدراسة -حسب إطلاع الباحث -من الدراسات الأولية-في المملكة العربية السعودية التي استهدفت دراسة مصداقية القناة الإخبارية التابعة لهيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية لدى الجمهور السعودي ومدى التزامها بالمعايير المعززة للمصداقية.

٣- سعي هذه الدراسة بشكل أساسي على معرفة مدى وجود علاقة ما بين الأداء المهني للقناة الإخبارية، ودور هذا الأداء في مصداقية القناة لدى الجمهور السعودي.

٤- أن هذه الدراسة التي تتناول العلاقة ما بين الأداء المهني للقناة الإخبارية ومصداقيتها لدى الجمهور السعودي ستقدم بيانات للقائمين على القناة الإخبارية حول رؤية الجمهور لمصداقيتها وأدائها المهني، وهذا الإدراك مهم بالنسبة للقناة ويساعدها في تقويم أدائها المهني في ضوء آراء الجمهور في مدى مصداقية ما يقدم في القناة من أخبار وأحداث.

الدراسات السابقة:

قام الباحث بمراجعة الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع دراساته مستعرضاً الدراسات تناولت الأداء المهني، ثم الدراسات التي تناولت مصداقية وسائل الإعلام، وفيما يلي عرض لهذه الدراسات:

أولاً: الدراسات التي تناولت الأداء المهني:

وفي البعد الخاص بالدراسات التي تناولت الأداء المهني لوسائل الإعلام سعت (BANJO) (٢٠٢٣) إلى تحديد المشاكل التي يوجهها الصحفيون في نيجيريا، والأدوار التي تقوم بها المنظمات العالمية في الحفاظ على المعايير المهنية[٦]، واستخدم الباحث لدراسته المنهج المسحي، والاستبانة لجمع بيانات دراسته، بالتطبيق على عينة من الصحفيين والإعلاميين من مختلف دور الإعلام في ولاية لاغوس، قوامها (١٥٠) مفردة وكشفت نتائج الدراسة أن الصحفيين في لاغوس يلتزمون بقوانين وأخلاقيات الإعلام، وأن الصحفيين في

لاغوس عادة ما يخالفون قوانين وأخلاقيات الإعلام، كما بنت نتائج الدراسة أنه قد يُعرض على الصحفيين رشاوى أو يواجهون ضغوطًا لتجنب الإبلاغ عن قضايا الفساد، خاصة تلك التي تتعلق بأفراد أو مؤسسات قوية، وأن الصحفيين قد يواجهون وتحديات في الوصول إلى المعلومات الدقيقة والبيانات الرسمية.

وهدفت دراسة (Bossio) (٢٠٢٣) إلى استكشاف كيف وسّط الصحفيون جوانب من ثقافات إنستغرام البصرية الفريدة ضمن ممارساتهم الصحفية المهنية، حيث يطور الصحفيين تمثيلات لهويتهم المهنية ودورهم باستخدام ممارسات صحفية متوسّطة تلتزم أيضاً بثقافة إنستغرام وممارساتها الاجتماعية "الشفهية"[٧]، وقام الباحث باستخدام تحليل محتوى بصري ومقابلات شبه منظمة مع صحفيين أستراليين، وتوصلت الدراسة إلى أن الممارسات الصحفية على إنستغرام اعتمدت على السياق واتسمت بالديناميكية. كما أن الممارسات الصحفية تتطور وتتغير وفقًا لتصور الصحفي للحاجة المهنية إلى إنستغرام والرضا الشخصي عنها، وممارسات التواصل الشفهية الخاصة بها، والنتائج المهنية والشخصية للتواصل.

كما سعت دراسة (Agustiani) وآخرون (٢٠٢٢) إلى التأكد من الصور الفرعية الأبعاد لمتغيرات متطلبات العمل وأداء الصحفيين وما إذا كانت متطلبات العمل تؤثر بشكل كبير على أداء الصحفيين الاندونيسيين في صحيفة (بيكيران راكيات)[٨]، واستخدم الباحثون لدراستهم المنهج المسحي، والاستبانة أداة لجمع بيانات الدراسة، حيث قام الباحثون من خلال مدير التحرير ومسؤول وسائل التواصل الاجتماعي على Instagram في صحيفة (بيكيران راكيات) لعدد (٣٠) صحفياً (١٩) ذكور و(١١) إناث، وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن متطلبات عمل الصحفيين في صحيفة (بيكيران راكيات) لم تضغط على الصحفيين، واعتبر عبء العمل وبيئة العمل جيدة، وأن متطلبات العمل لا تؤثر على أداء الصحفيين، لذا فإن جودة الكتابة وكميتها وتوقيتها وفعاليتها واستقلاليتها تصنف بالجيدة، كما بينت نتائج الدراسة وجود تأثير إيجابي معنوي بحوالي (٥٠,٧%) بين تأثير طلبات العمل على أداء الصحفيين في صحيفة (بيكيران راكيات) وهذا يعني أن متطلبات العمل لا تؤثر ولا تقلل من أداء الصحفيين. ومع ذلك، يمكن للعوامل الداخلية والخارجية أن تؤثر على تراجع أداء الصحفيين.

وفي بعد آخر استهدفت دراسة برغل، وتواتي (٢٠٢٢) تحديد طبيعة العلاقة القائمة بين الوضعية المهنية والأداء الإعلامي للصحفيين العاملين في قسم الأخبار في القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر،[٩] واستخدم الباحثان المنهج المسحي، واستخدما لجمع بيانات دراستها الميدانية أداتين هما الاستبانة والمقابلة، حيث تم توزيع الاستبانة على عينة عمدية بلغت (٨٤) مفردة من العاملين في قسم الأخبار، كما قام الباحثان بإجراء (١٣) مقابلة مع مديري الأخبار ورؤساء التحرير في القنوات التلفزيونية عينة الدراسة، وبينت نتائج الدراسة وجود علاقة طردية بين الوضعية المهنية والأداء المهني حيث يتحسن أداء العاملين في قسم الأخبار كلما توفرت الظروف المادية من أجهزة وعتاد ورواتب وتدريب، وكلما قلت أشكال الرقابة القبلية والبعدية على المادة الصحفية، وأن السياسة التحريرية تؤثر في أداء الصحفيين لعملهم لارتباطها بمالك القناة والمعلنين وشبكة العلاقات.

وفي ذات الإطار سعت مينا (٢٠٢٢) إلى التعرف على درجة تأثير العوامل الخارجية والداخلية في الأداء المهني للإعلاميات العراقيات في مختلف قطاعات الإعلام العراقية[١٠]، واستخدمت الباحثة المنهج المسحي، والاستبانة بالتطبيق على عينة قوامها (٢٠٢) مفردة، وبينت النتائج وجود تأثير مرتفع للعوامل الخارجية على الأداء المهني للإعلاميات العراقيات مثل العامل السياسي المرتبط بالسلطة والرقابة والقوانين والتشريعات، أو من خلال الضغوط الاجتماعية والاقتصادية، وبينت النتائج أيضاً أن للعوامل الداخلية تأثير مرتفع مثل فرص التدريب والرضا الوظيفي والسياسة التحريرية والعدل والإدارة.

وسعى رضوان (٢٠٢٢) في دراسته إلى التعرف على مدى التحكم اللغوي والتقني في متطلبات التحرير والنشر الإلكترونيين، عبر مختلف مراحل إنتاج المادة الإعلامية من قبل الإعلاميين الجزائريين العاملين في المؤسسات الإعلامية الرقمية وأثر ذلك على مردود أدائهم المهني[١١]، واستخدم الباحث لدراسته الوصفية المنهج المسحي، واستخدم أداة الاستبانة لجمع بيانات دراسته، بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها (٦٠) صحفي مقسمة بالتساوي بين قطاعي الإعلام العام والخاص، وبينت نتائج الدراسة أن الحديث عن الصحفي الإلكتروني في الجزائر بالمعنى الاحترافي للأداء والمهنية لا يزال الأمر مبكر عليه، حيث يتسم أداء الإعلاميين الجزائريين المشتغلين في البيئة الإعلامية الرقمية بعدم الكفاءة المهنية لغوياً وتقنياً، إضافة إلى غياب الاهتمام بالتدرب المهني والتكوين العلمي الإعلامي المتخصص، كما بينت النتائج غياب تشريعات قانونية مستقلة منظمة للمهنة الإعلامية الأمر الذي أثر سلباً على مردودية الأداء والممارسة الإعلامية الرقمية في الجزائر.

وفي إطار مختلف سعى الحفناوي (٢٠٢٢) إلى التعرف على دور الهيئات الإعلامية المصرية في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي لدى الإعلاميين المصريين، وأهم العوامل المؤثرة في سلوكهم المهني،[١٢] واستخدم الباحث لدراسته المنهج المسحي، والاستبانة لجمع بيانات دراسته، وطبق الباحث دراسته على عينة من العاملين بالجرائد والإذاعة والفضائيات المصرية، قوامها (١٠٦) مفردة، وبينت نتائج الدراسة أن أهم المعايير الأخلاقية التي يسعى الإعلاميون للالتزام بها هي المصداقية، وأن سبب التزام الإعلاميين بالمعايير الأخلاقية هو قناعتهم الشخصية، وضرورة العمل وفق أخلاقيات المهنة، كما بينت النتائج أن أهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني قلة الشعور بالمسؤولية، وتغليب المصالح الشخصية.

وفي ذات الإطار اهتمت سهير (٢٠٢٢) بوصف وتحليل اتجاهات الصحفيين والإعلاميين المصريين نحو دور المجلس الأعلى والهيئات الوطنية لتنظيم الصحافة والإعلام في ترشيد أدائهم المهني[١٣]، واستخدمت الباحثة المنهج المسحي، والاستبانة لجمع بيانات دراستها بالتطبيق على عينة من الصحفيين العاملين في وسائل الإعلام المصرية المختلفة بلغت (١٢٠) مفردة وبينت نتائج الدراسة إلى إيجابية اتجاهات أفراد العينة نحو دور المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في ترشيد الأداء المهني للإعلام من خلال الترحيب بقراره بحجب بعض المواقع الإليكترونية، كما أظهرت النتائج إشكالية في العلاقة بين الصحفيين والإعلاميين ومنظومة القضاء نتيجة المعاناة من التشريعات والقوانين التي تحمي الصفوة السياسية.

وفي بعد آخر استهدف الحراحشة (٢٠٢٠) التعرف على تأثير العوامل الداخلية والمتمثلة في أساليب إدارة العمل الإعلامي، والسياسة التحريرية، ونمط الملكية، والعوامل الخارجية وهي القوانين والتشريعات الصحفية وقيم المهنة وأخلاقياتها ومصادر الأخبار والجمهور على الأداء المهني للمراسلين التلفزيونيين في القنوات التلفزيونية الأردنية،(١٤) واستخدم الباحث المنهج المسحي، والاستبانة لجمع بيانات دراسته الميدانية بالتطبيق على عينة طبقية قوامها (٤٨) مفردة من المراسلين العاملين في التلفزيون الأردني، وقناة المملكة، وقناة رؤيا، وأظهرت نتائج الدراسة أن العلاقة الجيدة بين الإدارة العليا والمراسلين تؤثر إيجابياً على أدائهم المهني، وأن ضعف خبرة المصدر وعدم ارتباط تخصصه في الموضوع أو القضية التي تتم معالجتها يؤثر سلبياً على الأداء المهني.

واستهدفت دراسة مليزي وبن شاعة (٢٠٢٠) الكشف عن مدى التزام صحيفة الشروق أونلاين الإليكترونية الجزائرية بالقيم المهنية الإخبارية من موضوعية ومصداقية ودقة، (١٥) واستخدم الباحث لدراسته الوصفية استمارة تحليل المضمون لتحليل الموقع الإليكتروني لصحيفة الشروق الإليكترونية خلال الفترة من ١- ٢٨ فبراير ٢٠١٩، وبينت نتائج الدراسة ضعف مؤشرات التزام الصحيفة بقيم الموضوعية والمصداقية في التغطية الإخبارية، وأن هذا الضعف في مستوى الصحيفة المهني قد يفقد الصحيفة مصداقيتها لدى الجمهور.

وفي إطار آخر سعت بوشيخ (٢٠١٨) إلى التعرف على أثر خصائص بيئة العمل في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة على التزام الصحفيين بالمعايير المهنية والأخلاقية،(١٦) واستخدمت الباحثة لدراستها المنهج المسحي والاستبانة لجمع بيانات دراستها الميدانية بالتطبيق على عينة عمدية قوامها (١١) مراسل ومصور من العاملين في القنوات التلفزيونية بمدينة عنابة الجزائرية، كما استخدمت الباحثة أداة الملاحظة بالمشاركة لرصد تفاصيل عمل المراسلين في الميدان، وبينت نتائج الدراسة تأثر المراسلين بجملة من الضغوط والعوائق المهنية المرتبطة بخصوصية العمل التلفزيوني الميداني، وبوجود عوامل خارجية وداخلية في بيئة عملهم تؤثر في مدى التزام المراسلين بالمعايير المهنية والأخلاقية، كما كشفت النتائج عن انتشار ممارسات غير مهنية كإنجاز المراسلين للتقارير والتغطيات التلفزيونية مقابل المال، واستغلال نفوذهم لتحصيل مكاسب خاصة.

ثانياً: الدراسات التي تناولت مصداقية وسائل الإعلام:

وفي مراجعة للدراسات التي تناول مصداقية وسائل الإعلام سعي كل من (Andaleeb، Jamil، Rajeb) (٢٠٢٢) إلى استكشاف الاختلافات في مصداقية الأخبار التلفزيونية في بنغلادش وتأثير العوامل الديموغرافية على تصورات البنغلاديشين نحو مصداقية الأخبار التلفزيونية (١٧)، وقد ركز الباحثون في دراستهم على ثلاثة عناصر ديموغرافية وهي الجنس والعمر والتعليم للإجابة على تساؤل الدراسة الرئيسي وهو هل تختلف المصداقية المتصورة من قبل الجمهور في بنغلادش عن مصداقية الأخبار التلفزيونية في بنغلادش بسبب العوامل الديموغرافية؟ وكيف يتأثر التباين المتزامن في التوزيع المشترك للتصورات تجاه مصداقية الأخبار التلفزيونية بالمحددات الديموغرافية في بنغلاديش؟،

واستخدم الباحثون لدراستهم المنهج المسحي، والاستبانة لجمع بيانات الدراسة الميدانية، وطبق الباحثون دراستهم على عينة عشوائية عنقودية متعددة المراحل قوامها (٣٠٠) مفردة من الذكور والإناث في دكا، وبينت نتائج الدراسة إلى أن الجنس والتعليم يؤثران بشكل كبير على تصورات البنغلاديشين في المصداقية العامة للأخبار التلفزيونية.

وفي إطار آخر استهدفت دراسة الشريف (٢٠٢٢) التعرف على مدى مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار لدى القائم بالاتصال في الصحف السعودية الإليكترونية، ومدى اعتماده عليها، والعوامل المؤثرة فيها، وأساليب التحقق التي يستخدمها القائم بالاتصال للتأكد من مصداقية المعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي[١٨]، واستخدم الباحث لدراسته الوصفية المنهج المسحي، والاستبانة لجمع بيانات الدراسة الميدانية، وطبق دراسته على عينة عشوائية منتظمة قوامها (١٠٠) مفردة من الصحفيين العاملين في الصحف السعودية الإليكترونية وهي سبق، والوئام، وعاجل، ومكة، والمواطن، وبينت نتائج الدراسة أن معظم القائمين بالاتصال في الصحفي السعودية عينة الدراسة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار بدرجة كبيرة ومتوسطة، وأن تويتر هو الموقع الأول من بين مواقع التواصل الاجتماعي الذي يعتمد عليها غالبية الصحفيين في الصحف السعودية الإليكترونية عينة الدراسة كمصدر للأخبار، كما بينت نتائج الدراسة ارتفاع مستوى مصداقية صانع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي لدى القائم بالاتصال مقارنة بمصداقية الوسيلة والرسالة.

وفي ذات الإطار سعت (Amber Hinsley) (٢٠٢٢) إلى التعرف على المصداقية في وقت فايروس كورونا والإشارات التي يبحث عنها الجمهور عند تقييم المعلومات على وسائل التواصل الاجتماعي وهي فيسبوك ويوتيوب وتويتر التي يعتمد عليها الجمهور الأمريكي عند البحث عن معلومات حول (COVID-19)، وكيف تؤثر هذه التقييمات على ثقة الأفراد في قدرتهم على تحديد معلومات موثوقة أثناء استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي، وتأثير ثلاثة أنواع من إشارات المصداقية وهي الأصالة والجدارة بالثقة والموثوقية والموضوعية،[١٩] على ثقة الأمريكيين في قدرتهم على تحديد المعلومات الخاطئة على وسائل التواصل الاجتماعي حول جائحة (COVID-19) والتي تساعدهم على الشعور بمزيد من الثقة في قدرتهم على تحديد المعلومات الموثوقة، واستخدمت الباحثة لدراستها المنهج المسحي، والاستبانة لجمع بيانات الدراسة الميدانية، بالتطبيق على عينة قوامها (٩١٢) مفردة من سن ١٨ سنة فأعلى، وبينت نتائج الدراسة أهمية خصائص المصداقية الأربع - الأصالة والمصداقية والجدارة بالثقة والموثوقية، والتي تعد أقوى المؤشرات على ثقة الجمهور في تحديد الرسائل الصحيحة حول الفيروس، وأنه من المهم فهم دور الثقة في التعرف على "الأخبار المزيفة" حول الوباء، وأن إشارات مصداقية المحتوى الخاصة بالمصداقية والأصالة جاءت أقوى لامتلاكها لثقة أكبر في تحديد الرسائل الصحيحة حول الفيروس، وفي الوقت نفسه، كانت الجدارة بالثقة والموثوقية أقوى المتنبئين من بين إشارات مصداقية المصدر، كما جاءت الموضوعية كمؤشر وحيد مهم للثقة في القدرة على تحديد المعلومات الخاطئة المتعلقة بـ (COVID-19) من قائمة إشارات المصداقية الأخرى مثل العناوين الرئيسية والصور.

وفي ذات البعد السابق استهدفت (Edson at al) (2021) التعرف على تأثير الخطاب الإخباري الكاذب على تصورات مصداقية وسائل الإعلام الإخبارية،[٢٠] واستخدمت الباحثة المنهج التجريبي بالتطبيق على عينتين مختلفتين، الأولى بمشاركة (١٨٨) طالباً من جامعة نانيانغ التكنولوجية في سنغافورة، و(٤٠٠) في الثانية، وتساءلت الدراسة التجريبية حول مدى ثقة المشاركين بمؤسسات المعلومات إذا تعرضوا لأخبار كاذبة، وهل سيؤدي ذلك إلى تقليل ثقتهم بمؤسسات المعلومات، وخلصت نتائج الدراسة في التجريبية الأولى إلى أن مصداقية وسائل الإعلام الإخبارية انخفضت عندما قيل للمشاركين إنهم شاهدوا أخباراً مزيفة، في حين أن مصداقية الأخبار لم تتغير عندما قيل للمشاركين إنهم شاهدوا أخباراً حقيقية، كما بينت نتائج الدراسة التجريبية الثانية أن الأشخاص الذين شاهدوا أخباراً كاذبة، وقيل لهم إنهم شاهدوا منشوراً إخبارياً مزيفاً ، قللوا من ثقتهم في وسائل الإعلام الإخبارية، في حين أن أولئك الذين شاهدوا أخباراً مزيفة ولم يتم استجوابهم لم يغيروا تصوراتهم للأخبار، واستنتجت الدراسة من خلال ذلك أن التأثير الاجتماعي للأخبار المزيفة لا يقتصر على عواقبها المباشرة لتضليل الأفراد، بل يشمل أيضًا الآثار السلبية المحتملة لمناقشة الأخبار المزيفة.

واستهدفت دراسة أبو حصيرة (٢٠٢١) التعرف على درجة مصداقية القنوات التلفزيونية الأردنية الحكومية والخاصة ودرجة التزامها بمعايير المصداقية أثناء أزمة فايروس كورونا،[٢١] واستخدم الباحث لدراسته المنهج المسحي، والاستبانة لجمع بيانات دراسته، بالتطبيق على عينة حصصيه بلغت (٤٢٠) مفردة مقسمة بالتساوي بين أقاليم الأردن الشمال والوسط والجنوب، وبينت نتائج الدراسة أن معايير المصداقية التي تلتزم بها القنوات التلفزيونية الأردنية الحكومية منها والخاصة تركزت في ثلاثة معايير وهي: الاعتماد على إعلاميين لديهم خبرة وكفاءة عالية، ومعيار العمل من أجل المصلحة العامة، ومعيار الارتكاز على مبادئ مهنية واخلاقية، كما خلصت نتائج الدراسة أن قناة المملكة الحكومية جاءت في المرتبة الأولى من بين القنوات الحكومية في ارتفاع درجة مصداقيتها لدى أفراد العينة من الجمهور الأردني، بينما جاءت قناة رؤيا أكثر القنوات التلفزيونية الأردنية تغيراً في معدل المصداقية خلال أزمة كورونا.

وفي بعد آخر سعت الحفناوي (٢٠٢١) إلى الكشف عن مدى توافر أبعاد المصداقية للقنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول الأزمات الأسرية كما تراها الفتاة الجامعية السعودية، ومدى اعتمادهم على هذه القنوات والمواقع كمصدر للمعلومات عن الأزمات الأسرية، ومدى ثقتهم في تناول هذه الوسائل للأزمات الأسرية[٢٢]، واعتمدت الباحثة في دراستها الوصفية على منهج المسح، والاستبانة لجمع بيانات الدراسة الميدانية، وطبقت دراستها على عينة متاحة بلغت (٤٠٠) مفردة من الفتيات في ثلاثة جامعات حكومية بمنطقة مكة المكرمة وهي، جامعة جدة، والملك عبدالعزيز، وأم القرى، وبينت نتائج الدراسة ارتفاع معدل تعرض أفراد العينة من الفتيات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأزمات الأسرية، مقابل تعرض منخفض للقنوات الفضائية في متابعة هذه الأزمات، كما بينت النتائج تقدم مواقع التواصل الاجتماعي عن القنوات الفضائية في خصائص التناول

الإعلامي للأزمات الأسرية، وأن القنوات الفضائية العربية تقدمت عن مواقع التواصل الاجتماعي في مؤشرات مصداقيتها في معالجة الأزمات الأسرية.

واستهدفت دراسة عبدالله (٢٠٢١) التعرف على مستوى مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية والعربية لدى الجمهور المصري عند تغطية أحداث العنف والتخريب والإرهاب، وتأثير تلك التغطية على الأمن القومي المصري،[٢٣] واستخدمت الباحثة لدراستها المنهج المسحي، وأداة تحليل المضمون لتحليل مضامين (٤٢) نشرة إخبارية مسائية بقنوات CBC أكسترا نيوز المصرية، وقناة الجزيرة الإخبارية القطرية، وقناة الحدث السعودية، للفترة الزمنية من ١٦ يناير ٢٠١٢ إلى ٤ فبراير ٢٠٢١، واستخدمت الباحثة الخبر وحدة للتحليل، وكشفت نتائج الدراسة تمتع قناة CBC أكسترا نيوز بمهنية بعدم لجوئها إلى أي نوع من الإثارة في عرض الخبر بلجوئها إلى المعالجة التفسيرية والمعلومات أكثر من المعالجة العاطفية والإثارة، وأن قناة الجزيرة سبقت قنوات عينة الدراسة في تغطيتها لأخبار تتعلق بالشأن الأمني المصري لم تقم قنوات الحدث وإكسترا بتغطيتها، كما بينت النتائج اتسام قناة الحدث بالموضوعية والشفافية وتغطية معظم الأحداث على الساحة العربية والدولية دون أي تعتيم إخباري.

وفي إطار آخر سعت أحمد (٢٠٢١) إلى التعرف على تقييم النخب الإعلامية والاقتصادية والأكاديمية لمصداقية التغطية الإعلامية لمشروعات التنمية الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية في المواقع الإخبارية،[٢٤] واستخدمت الباحثة المنهج المسحي، والاستبانة لجمع بيانات الدراسة الميدانية، بالتطبيق على عينة عمدية قوامها (٩٠) مفردة من النخب الإعلامية والاقتصادية والأكاديمية من متابعي تغطية المشروعات التنموية والاقتصادية في المواقع الإخبارية، وبينت نتائج الدراسة أن تقييم أفراد العينة لأبعاد مصداقية التغطية الإعلامية لمشروعات التنمية الاقتصادية في المواقع الإخبارية كان يميل إلى درجة متوسطة، وأن نمط متابعة النخبة للتغطية الإعلامية لمشاريع التنمية الاقتصادية غلب عليه نمط المتابعة الدائمة.

واستهدفت دراسة يحيى (٢٠٢١) التعرف على التأثيرات النفسية والسلوكية لمحتوى الإعلام المرئي المقدم عن كورونا وعلاقته بمصداقية المصدر،[٢٥] واستخدمت الباحثة لدراستها المنهج المسحي، وأداة الاستبانة لجمع البيانات الخاصة بالدراسة الميدانية، بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها (٥٠٠) مفردة من الشباب الجامعي المصري في جامعات القاهرة والأزهر، وطنطا، و٦أكتوبر، والجامعة الأمريكية، وبينت نتائج الدراسة أن المواقع الرسمية الحكومية من أهم مصادر متابعة طلاب الجامعات المصرية لجائحة كورونا عبر الإعلام المرئي، يليه موقع منظمة الصحة العالمية، كما أظهرت نتائج الدراسة أن أهم العوامل المؤثرة على مصداقية المصدر في محتوى الإعلام المرئي لجائحة كورنا تمثلت في الاستناد إلى الأرقام والنسب بدلاً من القليل والكثير، وفي الاعتماد على مصادر متنوعة ومعلومة، ثم الاستشهاد بما يقع فعلاً من أحداث، وإسناد الأخبار إلى مصادرها، كما بينت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مصداقية الإعلام المرئي المرتبطة بجائحة كورونا وبين تأثيراته النفسية والسلوكية.

وفي ذات البعد السابق استهدفت دراسة أمين (٢٠٢١) قياس العلاقة بين اعتماد طلاب الجامعات المصرية على التلفزيون ومنصات التواصل الاجتماعي كوسائل لاستقاء المعلومات والأخبار التي تخص الموضوعات الصحية والطبية ومدى ارتباط ذلك بمصداقية هذه الوسائل لديهم،[٢٦] واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، بالتطبيق على عينة عشوائية بلغت (٤٠٠) مفردة من طلاب الجامعات المصرية الحكومية والخاصة في القاهرة والإسكندرية، وبينت نتائج الدراسة ارتباط المصداقية بعدة عوامل وهي: صدق الوسيلة وموضوعيتها، والثقة في القائم بالاتصال، وأن أفراد العينة يتابعون المضامين الصحية بدرجة كبيرة، وأن الفضائيات العربية تفوقت على التلفزيون المصري مما يشير إلى انخفاض درجة مصداقية القنوات المصرية، كما أظهرت النتائج أن أفراد العينة أظهروا تحفظاً على دقة المعلومات ودرجة الثقة في مصدر المضامين الصحية المقدمة عبر منصات التواصل الاجتماعي.

واستهدفت دراسة هيام (٢٠١٩) معرفة درجة ثقة الشباب الجامعي بالأخبار التي تعرضها القنوات الفضائية الحكومية والخاصة، ومدى مصداقية هذه الأخبار، وأي هذه القنوات أكثر مصداقية لدى الشباب الجامعي[٢٧]، واستخدمت الباحثة لدراستها المنهج المسحي، والاستبانة لجمع البيانات الميدانية بالتطبيق على عينة حصصيه قوامها (٤٥٠) مفردة من طلاب وطالبات الجامعات المصرية وهي جامعة أسيوط وجامعة الأزهر فرع أسيوط، وجامعة ٦ أكتوبر الخاصة، وبينت نتائج الدراسة أن القنوات الفضائية الخاصة جاءت في المرتبة الأولى من حيث درجة الثقة فيها، وأن مواقع التواصل الاجتماعي هي البديل الذي يلجأ له المبحوثين في حال عدم ثقتهم بالأخبار التي تقدمها القنوات الفضائية الحكومية والخاصة، كما بينت نتائج الدراسة أن مؤشرات وأبعاد المصداقية بالنسبة للقنوات الحكومية تمثلت في عدم التهوين أو التهويل في القضايا، ثم الفورية والحالية في تغطية الأحداث، وعرض الأحداث بلغة سهلة وبسيطة، في حين أن عوامل المصداقية في القنوات الفضائية الخاصة تمثلت في الاعتماد على مصادر موثوق فيها، والتفاعلية في القناة وطرح آراء الجمهور، وعرض الأحداث بلغة سهلة وبسيطة.

التعليق على الدراسات السابقة:

ومن خلال استعراض الدراسات السابقة نجد أن هذه الدراسات قد أكدت على أهمية المصداقية وأنها من العوامل المهمة التي تدفع الجمهور لمتابعة الوسائل الإعلامية، وأن مصداقية هذه الوسائل من المكونات الأساسية لنجاح عملية الاتصال، ومعيار مهم يميز وسيلة إعلامية عن وسيلة أخرى، ولا سيما ونحن نشهد زيادة في الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية الأمر الذي أثر على مصداقية هذه الوسائل، ومستوى متابعتها، وبالنظر إلى الدراسات السابقة التي تناولت مصداقية وسائل الإعلام نجد أنها ركزت في جوانبها التطبيقية على ثلاثة جوانب، الأول: مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية والعامة كدراسة (Andaleeb، Jamil، Rajeb)، وأبوحصيرة، وعبدالله، ويحيى، ومحمد، والثاني: مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي، كدراسة الشريف، و(Amber Hinsley)، والحفناوي، وأمين، أما الجانب الثالث: فركز على مصداقية المواقع الإخبارية الإليكترونية كدراسة أحمد، و(Edson at al).

كما نجد في الدراسات السابقة تفاوت في الإطار الذي تم من خلاله دراسة المصداقية من دراسة إلى أخرى، فبعض الدراسات ركزت على تأثير العوامل الديموغرافية على إدراك الجمهور لمصداقية الأخبار التلفزيونية ومستوى اهتمامه بها كدراسة (Andaleeb، Jamil، Rajeb)، وهذا جانب مختلف عن الدراسة الحالية، وفي بيئة غير بيئة الباحث، والآخر ركز على الأساليب التي يستخدمها القائم بالاتصال للتأكد من مصداقية المعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي كدراسة الشريف، والبعض الآخر ركز في دراسته للمصداقية على الإشارات التي يبحث عنها الجمهور عند تقييم المعلومات على وسائل التواصل الاجتماعي وهذه أيضاً أطر مختلفة عن الإطار الذي يدرسه الباحث، والمتمثل في دراسة العلاقة التي تربط بين الأداء المهني لقناة الإخبارية ومصداقيتها لدى الجمهور السعودي، كما ركزت دراسات أخرى على عنصر واحد من عناصر المصداقية وهو الثقة ومدى ثقة الجمهور بالمؤسسات الإعلامية الإخبارية إذا تعرضوا لأخبار كاذبة، كدراسة (Edson at al) ومحمد، فالثقة أحد العناصر المهمة في المصداقية، وهو بعد دراسي مهم عند دراسة المصداقية ولكنه مختلف عن الدراسة الحالية فالباحث في هذه الدراسة يدرس المصداقية بأبعادها المختلفة ومن ضمنها عنصر الثقة، كما سعت بعض الدراسات السابقة إلى الربط بين المصداقية والأزمات من خلال التعرف على مدى تحقق المصداقية في الأخبار المتعلقة بالأزمات كدراسة الحفناوي، و(Amber Hinsley)، وأبوحصيرة، وعبدالله، وأمين، وبالإضافة إلى ما سابق نجد أن بعض الدراسات تناولت المصداقية في بيئة البحث الحالي كدراسة الشريف، والحفناوي، وأحمد ورغم أن هذه الدراسات في إطار بيئة هذا البحث إلى أنها تختلف عنها في طبيعة الهدف ومجال التطبيق الذي تسعى له هذه الدراسات فدراسة الشريف استهدفت بشكل رئيسي مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار لدى القائم بالاتصال في الصحف السعودية الإليكترونية، بالتطبيق على القائم بالاتصال في تلك الصحف، أما دراسة الحفناوي فركزت على مدى توافر عناصر المصداقية في القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي في موضوع محدد وهو الأزمات الأسرية فقط، وطبقتها على جزء من الجمهور وهم الطالبات في المرحلة الجامعية، في حين استهدفت دراسة أحمد تقييم النخب لمصداقية التغطية الإعلامية لموضوعات مشروعات التنمية الاقتصادية السعودية، وهذا موضوع واحد وعلى جمهور من النخب وليس جمهور عام، أما الدراسة الحالية فهي مختلفة عن تلك الدراسات فهي تدرس مجالين هما الأداء المهني والمصداقية ومدى وجود علاقة بينهما بالتطبيق على جمهور عام، وهذه جوانب مختلفة عن تلك الدراسات في مجالها وموضوعها وتطبيقها.

وفي ما يتعلق بالدراسات التي تناولت الأداء المهني فنجد أن هذه الدراسات تناولت الأداء المهني بشكل منفصل دون ربطها بالمصداقية كما تسعى له الدراسة الحالية، فدراسة برغل وتواتي، ركزت على العلاقة بين الوضع المهني والأداء الإعلامي للعاملين في أقسام الأخبار في القنوات الفضائية التلفزيونية، في حين أن دراسة الحفناوي استهدفت بشكل أساسي التعرف على الأدوار التي تقوم بها الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية وتطوير أداء الإعلاميين، وهذا جانب مختلف عن الدراسة الحالية، إضافة إلى أن البيئة التي تم تطبيق الدراسة عليها مختلفة عن البيئة التي يقوم الباحث بدراستها، كما أن بعض الدراسات ركزت على دراسة تأثير عوامل قيم المهنة ونمط الملكية والجمهور في القنوات

التلفزيونية على الأداء المهني، والبعض الآخر على أثر خصائص بيئة العمل على التزام الصحفيين بالمعايير المهنية، وهذه أطر مختلفة عن دراسة الباحث، وعموماً فإن الدراسات السابقة رغم تناولها للمصداقية والأداء المهني إلا أن الدراسة الحالية تستهدف بشكل رئيسي الكشف عن العلاقة بين الأداء المهني للقناة الإخبارية السعودية ومصداقية ما يتم طرحه من أخبار وموضوعات في تلك القناة لدى الجمهور السعودي، ودرجة ثقته بمضامينها، وعلاقة ذلك بمصداقيتها لدى الجمهور، وهو ما لم يتم في الدراسات السابقة كما تم بيانه، إضافة إلى أن مجال تطبيق الدراسة الحالية في بيئة ميدانية مختلفة عن الدراسات السابقة وهي البيئة السعودية.

ووفقاً لما سبق فإن الدراسات السابقة تُظهر أهمية الدراسة الحالية، وأن هذه الدراسة التي تتناول العلاقة بين الأداء المهني لقناة الإخبارية ومصداقيتها لدى الجمهور السعودي جديدة من حيث موضوعها في المملكة العربية السعودية –حسب اطلاع الباحث-، إذ إن العديد من الدراسات التي تناولت المصداقية والأداء المهني كما تم ذكره سابقاً ركزت في أغلبها على مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية والعامة، وعلى مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي، وعلى مصداقية المواقع الإخبارية الرقمية، ولا شك فإن ما قدمته هذه الدراسات من تراكم معرفي ساعد الباحث كثيراً في تحديد عناصر المصداقية، ومعايير الأداء المهني وصياغة الإطار المرجعي للدراسة وفي بناء منهجيتها، وفي صياغة تساؤلاتها وبناء استمارة الدراسة، وفي تفسير نتائجها ومقارنتها بالدراسات السابقة.

الإطار المرجعي للدراسة:

يعد موضوع مصداقية الإعلام بوسائله المتعددة من المواضيع المهمة التي حظيت باهتمام الباحثين، فهذا الموضوع يثير الكثير من النقاشات لدى متابعي هذه الوسائل بشكل عام ولدى الأوساط الإعلامية، فالمصداقية من السمات التي تحرص الوسائل الإعلامية على وصف نفسها بها في ممارساتها المهنية، وهذا يعود لعامل رئيسي وهو أن المصداقية الإعلامية مكون أساسي لنجاح عملية الاتصال الذي تقوم به الوسائل الإعلامية، وأنها أحد المعايير المهمة التي تميز وسيلة إعلامية عن الأخرى، وعليه فقد استلزم أن يكون الإطار النظري لهذه الدراسة المصداقية من حيث مفهومها وسماتها ومستوياتها والعوامل التي يتم الحكم من خلالها على مصداقية الوسيلة الإعلامية.

مفهوم المصداقية:

مفهوم المصداقية مفهوم حيوي في هذا العصر المليء بالمعلومات التي تنهمر على الجمهور من كل الاتجاهات، مع تنافس مصادر المعلومات المختلفة على اهتمام الجمهور، إذ من الممكن أن تؤثر تصورات المصداقية على اختيار الجمهور للمصدر الأمر الذي قد يؤثر على مواقفهم وسلوكهم،[٢٨] وبالرغم من عدم وجود تعريف يحدد بدقة المقصود بالمصداقية إلا أن بعض الدراسات الإعلامية تعرف المصداقية بأنها ثقة الجمهور المتلقي فيما تطرحه الوسيلة الإعلامية أو إمكانية الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات بالمقارنة بغيرها من مصادر المعلومات الأخرى، ومدى احترام الجمهور المتلقي للوسيلة الإعلامية[٢٩]، كما عُرفت المصداقية من خلال بعض المؤشرات الدالة عليها والمتمثلة في "معالجة القضايا وفق

اهتمامات الجمهور، والشمولية، وتعددية الأبعاد المكونة للموضوع، وتعددية الاتجاهات، والتوازن، والدقة، والثقة، والموضوعية، والتجرد، والاكتمال، وتغطية الحقائق والوقائع، وعدم التحيز، والوضوح، وفصل الرأي عن المعلومات."[٣٠]

في حين عرف تقرير بحثي أجراه مختبر ستانفورد للتكنولوجيا المقنعة، وشركة ماكوفسكي المصداقية بأنها الثقة التي يمنحها الناس للمعلومات المقدمة من الأشخاص ذوو المصداقية والذين تتسم معلوماتهم بالموثوقية والتي هي معلومات قابلة للتصديق في الواقع، وهي تقوم على الجودة المدركة من قبل الجمهور للمصداقية، وأن تصورات الجمهور للمصداقية تنتج عن تقييم الأبعاد المتعددة معاً، والمتمثلة في العنصريين الرئيسيين للمصداقية وهما الجدارة بالثقة، والخبرة، ويعني هذا أنه عند تقييم المصداقية، فسيقوم الشخص بتقييم هذين العنصرين كليهما معاً الجدارة بالثقة والخبرة للوصول إلى التقييم الشامل للمصداقية.[٣١]

وعطفاً على ما سبق فإن "المصداقية تتعلق بما يُدرك من إنصاف ونقص التحيز وحسن النية أكثر مما يدرك من دقة المعلومات أو موثوقيتها في حد ذاتها، فجودة المصدر لا المعلومات هي التي تهم"[٣٢]، وعليه ميز بعض الباحثين في تعريفهم للمصداقية بين مصداقية المصدر ومصداقية الوسيلة، إذ وجدوا أن "تفضيل الفرد للوسيلة وحجم الوقت الذي يقضيه الفرد معها يرتبط إيجابياً مع مستوى المصداقية المخصص لهذه الوسيلة،"[٣٣] كما قام البعض الآخر بتحديد مفهوم المصداقية وفقاً لثلاثة عوامل أولها مصداقية القائم بالاتصال، والتي تشمل عدم التسرع في نشر الحقيقة والبعد عن الأخبار الكاذبة، والثاني مصداقية المضمون والتي تشمل وضوح الرسالة ونشر الحقائق بكل أبعادها والدقة في تناول الخبر، أما البعد الثالث فهو مصداقية الوسيلة وتشمل التعبير عن هموم واحتياجات الجمهور.[٣٤]

والتعريفات السابق ذكرها تشير إلى أن تعريفات المصداقية ومفاهيمها متعددة، وأن تشكيل تصورات الجمهور نحو الرسالة ومصداقية وسائل الإعلام ليست أحادية البعد ولكنها متعددة الأبعاد إلى حد ما، وهي تشير إلى تعدد العوامل التي يصدر الجمهور من خلالها أحكامه على الوسائل الإعلامية، وأنه يمكن قياس المصداقية من خلال مؤشرات عدة، وأن عنصر الثقة كما تشير التعريفات السابقة والتي يقوم الجمهور المتلقي بمنحها لوسائل الإعلام هي العنصر الأساسي في التعريفات وفي الحكم على مصداقية الوسيلة الإعلامية، والتي تعني درجة الثقة في المحتوى المقدم من قبل القائم بالاتصال وأنه يشارك في الاتصال بشكل موضوعي ودون تحيز، ويرى الباحث أن عنصر الثقة عامل مهم وحاسم في الحكم على مصداقية الوسيلة الإعلامية حيث يوجد تلازم ما بين المصداقية وثقة الجمهور بالوسيلة الإعلامية؛ ولكن هذا العامل لا يتحقق منفرداً بل نتيجة لإدراك الجمهور المتلقي بأن الوسيلة الإعلامية تقدم محتوى إعلامي يحدث في العالم الحقيقي بموضوعية وبمهنية عالية ووفق اهتمامات الجمهور وبشكل شامل وواضح ودقيق خالياً من أي انحياز.

كما تشير التعريفات السابقة إلى قيام بعض الباحثين بالجمع ما بين مصداقية المصدر والمضمون، وما بين المضمون والوسيلة، والبعض الآخر من خلال عوامل متعلقة بالمصدر والمضمون والوسيلة.

عوامل الحكم على مصداقية الوسيلة:

أكدت الدراسات السابقة التي تناولت المصداقية أن إدراك الجمهور المتلقي لمصداقية الوسيلة الإعلامية تتركز في مستويات ستة تشتمل في داخلها على متغيرات تؤثر في بعضها البعض وهي:[٣٥]

١- مصداقية القائم بالاتصال، حيث يقيم الأفراد في هذا المستوى مصداقية القائم بالاتصال كمقدمي النشرة الإخبارية أو الصحفيين أو المراسلين.

٢- مصداقية مصدر الرسالة الإعلامية (مصدر الحدث)، حيث يقيم الأفراد في هذا المستوى مصداقية مصدر مضمون الرسالة، ويتمثل في ناقل الحدث أو الرسالة المتضمنة في القصص الإخبارية المتنوعة.

٣- مصداقية وحدة التحرير والتي يتم تقديم الرسالة الإعلامية من خلالها كالمضامين الإخبارية في التلفزيون أو في الصحف، أو المقال الصحفي في الصحيفة أو أي موقع إنترنت.

٤- مصداقية المؤسسة المنتجة للرسالة الإعلامية، وتعني الشبكة التلفزيونية أو المؤسسات الصحفية أو مواقع الإنترنت ذات الشهرة عند الجمهور الذين يميلون إلى تصديق القنوات أو مواقع الإنترنت الأكثر شهرة لديهم.

٥- مصداقية توجه الوسيلة وطبيعة ملكيتها، وفي هذا المستوى يستطيع الفرد الحكم على المصداقية وفقاً لتوجه الوسيلة الإعلامية وطبيعة ملكيتها أهي عامة أم خاصة.

٦- مصداقية نوع الوسيلة الإعلامية، وهو المستوى الذي يستطيع الفرد الحكم على مصداقية هذه الوسائل وفقاً لتصنيف الوسائل الإعلامية (تلفزيون وإذاعة وصحف وإنترنت).

ووفقاً لما سبق فإن المصداقية تعني أمرين أثنين هما: مصداقية الوسيلة فيما يتعلق بالمتلقي، ومصداقية الوسيلة فيما يتعلق بالمصدر، وأن هناك ثلاث مراحل للتصديق (التصديق المبدئي، والتصديق النابع من الظرف الاتصالي، والتصديق النهائي)، وأن هناك مستويات أربعة تتابعية لقياس المصداقية في وسائل الإعلام وهي:[٣٦]

١- مصداقية وسائل الإعلام.

٢- مصداقية وسائل الإعلام في ضوء عناصر العملية الاتصالية.

٣- التميز والمفاضلة بين وسائل الإعلام المختلفة.

٤- قياس إدراك الجمهور لمصداقية وسائل الإعلام وفقاً لتناولها الإعلامي.

كما حددت بعض الدراسات خمسة عوامل تؤثر في مصداقية الجمهور لوسائل الإعلام، وهي:[٣٧]

١- عوامل مرتبطة بالجمهور المتلقي.

٢- عوامل مرتبطة بنوع الوسيلة الإعلامية.

٣- عوامل مرتبطة بالمصادر الإخبارية.

٤- عوامل مرتبطة بالشكل الذي يتم تقديم الرسالة الإعلامية من خلاله.

٥- عوامل مرتبطة بطبيعة ونوعية القضية التي يتم تناولها في الوسيلة الإعلامية.

وبالإضافة لما سبق تذكر سحر غريب نقلاً عن (Schweiger, W) وجود نمطين لقياس مصداقية وسائل الإعلام وهي:[٣٨]

١- النمط النسبي للمصداقية، وهو لوسائل الإعلام من حيث ثقة الجمهور عند التعرض إلى معلومات متضاربة حول قضية مثارة.

٢- النمط المطلق أو المؤكد للمصداقية، ويتم على مرحلتين لقياس ثقة الجمهور في وسيلة معينة، المرحلة الأولى تكون من حيث عرض الوسيلة للحقائق ونقل الأحداث بشكل صحيح، والمرحلة الثانية تكون من حيث تقييم هذه الوسائل.

وعطفاً على ما سبق فقد وجدت بعض الاتجاهات البحثية أن النموذج البنائي يعد من النماذج ذات الرصانة في دراسة المصداقية؛ لكون هذا النموذج يدرس المصداقية بوصفها متغير متعدد الأبعاد يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمكونات العملية الاتصالية وعناصرها ومتغيراتها المختلفة، وليس بوصف المصداقية متغير احادي ومنعزل عن غيره من المتغيرات، ويتكون النموذج البنائي من ثلاثة مداخل وهي المدخل المؤسسي، والمدخل التأثيري، والمدخل الفردي، ويعد من أفضل مداخل دراسة المصداقية، إذ يمكن من خلال هذا المدخل دراسة العوامل التي تؤثر في مصداقية الجمهور لوسائل الإعلام، من خلال المكونات الداخلة في هذه المداخل، فالمدخل المؤسسي يطرح مجموعة من المكونات والتي من الممكن أن تؤثر في الاستجابات المعرفية والوجدانية لجمهور وسائل الإعلام والتي تسهم في الصورة الذهنية المتشكلة لدى الجمهور عن وسائل الإعلام، والتأثيرات الحكومية على هذه الوسائل، ومهنية وسائل الإعلام، وخصائص فريق العمل، وما سبق يؤكد على أن التقييم السلبي من قبل جمهور وسائل الإعلام للمدركات السابق ذكرها يؤدي بدوره إلى تراجع ذي دلالة في استخدام الجمهور لوسائل الإعلام واعتمادهم عليها وثقتهم بها، وعليه فإن هذا المدخل يقدم طرح منهجي يعتمد على الربط بين تصورات الجمهور عن أداء وسائل الإعلام بوصفها مؤسسات اعتبارية تضم كوادر إعلامية ذات توجهات أيدولوجية وثقافية معينة من ناحية، وتقييم الجمهور لأخلاقيات أداء وسائل الإعلام، أما المدخل التأثيري فيتناول المصداقية بكونها متغير وسيط ذو أهمية واعتبار في التأثير على معارف جمهور وسائل الإعلام واتجاهاته، ويهتم هذا النموذج بمفهوم مصداقية المصدر والقائم بالاتصال والتحيز الإعلامي، ويطرح عدد من المكونات التي يمكن أن يستند إليها الجمهور في تقيمه لمصداقية الوسيلة الإعلامية وهي التركيز على الرسالة الإعلامية من حيث الشكل والمضمون، والاستناد إلى المعلومات والانطباعات المسبقة، والتقييم الآني لخبرات المصدر ومؤهلاته وسماته الشخصية، وفيما يتعلق بالمدخل الفردي فالتركيز فيه ينصب على خبرة الجمهور بالقضايا المطروحة، ومدى تأثير القضايا المطروحة على حياة الجمهور بشكل مباشر وغير مباشر، ومدى تأثيرها على اهتماماته الشخصية، وتصنيف الأخبار من حيث كونها جادة أو غير جادة.[٣٩]

وانطلاقاً مما سبق فقد قام الباحث بتوظيف جميع ما ذكر أنفاً فيما يتعلق بمستويات المصداقية، والعوامل المؤثرة في مصداقية الجمهور لوسائل الإعلام، وأنماط قياس المصداقية، والنموذج البنائي لمستويات المصداقية في استنباط مجموعة من العناصر والتي تشكل في مجموعها المقياس الذي سيقوم الباحث من خلاله بقياس المصداقية في هذه الدراسة والذي يشتمل على العناصر التالية:

١- توثيق المعلومات ونسبتها إلى مصادرها.
٢- الاعتماد على إعلاميين ذوي خبره وكفاءة عالية.
٣- تنويع الاهتمامات الصحفية والإعلامية.
٤- آنية الأخبار.
٥- التحلي بالموضوعية عند عرض القضايا والموضوعات.
٦- المهنية التحريرية في تقديم الأخبار والموضوعات.
٧- قوة وموثوقية المصادر التي تعتمد عليها.
٨- التوازن بين الحقائق والآراء.
٩- التعبير بصدق عن قضايا وهموم المجتمع.
١٠- الشفافية والصدق والأمانة في نقل الأحداث.
١١- السمعة الجيدة لأخبارها.
١٢- البعد عن الإثارة والتهويل.
١٣- شمولية المعلومات وتغطياتها لمختلف الأحداث والقضايا.
١٤- معالجة الأخبار والموضوعات بتجرد ونزاهة.
١٥- العمق في معالجة الأحداث والقضايا.
١٦- عرض الأحداث والموضوعات بشكل محايد.
١٧- دقة المعلومات.

مشكلة الدراسة:

تعد المصداقية من المعايير الأساسية التي تميز وسائل الإعلام، ومن أهم معايير تقييمها، ولا سيما أثناء معالجتها للأحداث والقضايا المختلفة، فحصول الوسيلة الإعلامية على ثقة المتلقي هو أساس الوسيلة الناجحة والمتميزة، فالمصداقية وكسب ثقة المتلقي واحترامه أمرين متلازمين، وهذا يعني أن القائم بالاتصال في الوسيلة الإعلامية يقدم معلومات موضوعية لما يحدث في الواقع الفعلي ويشارك في العملية الاتصالية دون تحيز، ويعتمد على مصادر قوية وموثوقة، والاعتماد على إعلاميين ذوي خبره وكفاءة عالية،

والشفافية والصدق والأمانة في نقل الأحداث ولا يجعل جل اهتمامه الجوانب المثيرة في الحدث، ويدعم ذلك الأداء المهني الذي تقدمه الوسيلة الإعلامية، فكلما زادت درجة التزامها بمعايير الأداء المهني زادت درجة مصداقية الوسيلة الإعلامية، وعلى ضوء ما ذكر أنفاً تتمحور مشكلة هذه الدراسة في السؤال التالي: ما العلاقة بين الأداء المهني لقناة الإخبارية ومدى مصداقية ما يتم طرحه من أخبار وموضوعات في تلك القناة لدى الجمهور السعودي؟

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

١- اختبار العلاقة ما بين الأداء المهني للقناة الإخبارية السعودية ومدى مصداقيتها لدى الجمهور السعودي.

٢- تحليل مستوى التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني وفقاً لرؤية الجمهور السعودي

٣- قياس العوامل والمؤشرات التي تبين صدق محتوى القناة الإخبارية السعودية لدى الجمهور السعودي.

٤- قياس درجة ثقة الجمهور السعودي بما يتم طرحه من أخبار وموضوعات في القناة الإخبارية وعلاقته بمصداقيتها لدى الجمهور السعودي.

٥- تحليل مستوى أداء وتغطية القناة الإخبارية السعودية لأخبار وقضايا المجتمع السعودي.

٦- تقديم تفسير للعوامل التي قد تؤثر في متابعة الجمهور السعودي لقنوات أخرى غير القناة الإخبارية

تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للإجابة عن التساؤلات الآتية:

١- ما مدى متابعة الجمهور السعودي للقناة الإخبارية؟

٢- لماذا يتابع الجمهور السعودي القناة الإخبارية؟

٣- ما نوعية القضايا والموضوعات التي يحرص الجمهور السعودي على متابعتها في القناة الإخبارية؟

٤- كيف يرى الجمهور السعودي مستوى أداء وتغطية القناة الإخبارية لأخبار وقضايا المجتمع السعودي؟

٥- ما البرامج التي يحرص الجمهور السعودي على متابعتها في القناة الإخبارية؟

٦- كيف يرى الجمهور السعودي مستوى التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني؟

٧- كيف يرى الجمهور السعودي مصداقية القناة الإخبارية؟

٨- ما درجة ثقة الجمهور السعودي بما تطرحه القناة الإخبارية من أخبار وموضوعات في برامجها

٩- ما العوامل المؤثرة في متابعة الجمهور السعودي للقناة الإخبارية؟

فروض الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لاختبار الفروض الآتية:

١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في متابعة القناة الإخبارية تبعا لسماتهم الديموغرافية.

٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية الجمهور السعودي لمصداقية القناة الإخبارية تبعا لسماتهم الديموغرافية.

٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية الجمهور السعودي لمدى التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني تبعا لسماتهم الديموغرافية.

٤- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأداء المهني لقناة الإخبارية ومصداقيتها لدى الجمهور السعودي.

٥- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة الجمهور السعودي لقناة الإخبارية ومصداقيتها لدى الجمهور السعودي.

٦- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة الجمهور السعودي لقناة الإخبارية والتزامها بالأداء المهني.

٧- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مصداقية القناة الإخبارية والعوامل المؤثرة على متابعة القناة الإخبارية.

٨- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة الجمهور السعودي بقناة الإخبارية ومصداقيتها لدى الجمهور السعودي.

التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة:

١- الأداء المهني: هو كافة الأنشطة والجهود التي يبذلها العاملون في المواقع الصحفية على اختلاف مستوياتهم وخصائصهم في ضوء السياسية التحريرية للمؤسسة مع الالتزام بالممارسات المهنية والأخلاقية للعمل الصحفي من أجل الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وكسب ثقته واحترامه. (٤٠)

ويقصد بالأداء المهني في هذه الدراسة: مدى التزام القناة الإخبارية السعودية بالممارسات المهنية التي ينبغي أن يقوم بها القائم بالاتصال عند انتاجه المادة الإخبارية والمتمثلة في تقديم معلومات دقيقة وتوثيقها، وتنويع اهتماماتها الصحفية والإعلامية، والابتعاد عن الإثارة والتهويل، وعرض القضايا والموضوعات بموضوعية، ومعالجتها بتجرد ونزاهة شمولية

معلوماتها، والموازنة بين الحقائق والآراء، تقدم الأخبار والموضوعات بمهنية تحريرية عالية.

٢-المصداقية: "مجموعة من العوامل والمعايير التي تتضافر مع بعضها البعض والتي تتشكل من الممارسة المهنية داخل الوسيلة الإعلامية من التزام بالحياد والموضوعية والتوازن في عرض وجهات النظر ونقل الحقيقة دون تعتيم والتي سيشعرها المتلقي عند تعامله مع هذه الوسيلة أو تلك مما يجعله يثق بها وبما تقدمه من مضامين."(٤١)

ويقصد بالمصداقية في هذه الدراسة: المعاير والمؤشرات التي تبين صدق محتوى القناة الإخبارية السعودية لدى الجمهور، والمتمثلة في توثيق المعلومات ودقتها، والبعد عن الإثارة والتهويل، والسمعة الجيدة لأخبارها، وقوة وموثوقية المصادر التي تعتمد عليها، والثقة فيما تطرحه من أخبار وموضوعات، والشفافية والصدق والأمانة في نقل الأحداث، والتوازن بين الحقائق والآراء، ومعالجة الأخبار والموضوعات بتجرد ونزاهة، والتحلي بالموضوعية عند عرض القضايا والموضوعات، وآنية أخبارها، والمهنية التحريرية في تقديم الأخبار والموضوعات، وعرض الأحداث والموضوعات بشكل محايد، وشمولية معلوماتها وتغطياتها لمختلف الأحداث والقضايا، وتنويع اهتماماتها الصحفية والإعلامية، والتعبير بصدق عن قضايا وهموم أفراد المجتمع، والاعتماد على إعلاميين ذوي خبره وكفاءة عالية، والعمق في معالجة الأحداث والقضايا.

٣-القناة الإخبارية: هي قناة إخبارية سعودية باللغة العربية تابعة لهيئة الإذاعة والتلفزيون في المملكة العربية السعودية، وبدأت بالبث في ٢٠٠٤/١/١١م وتهتم بتغطية الأخبار والأحداث السعودية والعربية والعالمية.

٤-الجمهور السعودي: ويقصد بهم في هذه الدراسة المواطنين السعوديين في المملكة العربية السعودية من الذكور والإناث.

نوع الدراسة:

هذه الدراسة دراسة وصفية تسعى للتعرف على مدى وجود علاقة بين الأداء المهني للقناة الإخبارية السعودية ومصداقيتها لدى الجمهور السعودي، وتحديد درجة مصداقية القناة الإخبارية لديه، ودرجة ثقة الجمهور السعودي بما يتم طرحه من أخبار وموضوعات في القناة الإخبارية وعلاقته بمصداقيتها لدى الجمهور السعودي.

منهج الدراسة:

اقتضت طبيعة هذه الدراسة استخدام المنهج المسحي فهو الأنسب لهذه الدراسة، لتميزه "بتقديم الوصف الكمي للاتجاهات أو التوجهات أو الآراء لمجتمع ما من خلال دراسة عينة من ذلك المجتمع بما يمكن الباحث من أن يعمم النتائج على مجتمع الدراسة."(٤٢)

أداة الدراسة:

استخدم الباحث الاستبانة أداة ضرورية للحصول على المعلومات الرئيسية للدراسة من أفراد العينة من الجمهور السعودي، وقد قسم الباحث الاستبانة إلى خمسة أجزاء على النحو الآتي:

الجزء الأول: وخصص للسمات الديموغرافية لأفراد العينة (النوع، والحالة الاجتماعية، والسن، والدخل الشهري، والمؤهل العلمي، والمهنة).

الجزء الثاني: وخصص لقياس متابعة الجمهور السعودي للقناة الإخبارية، وأسباب متابعتها، والبرامج والقضايا والموضوعات التي يحرص الجمهور على متابعتها في القناة.

الجزء الثالث: وخصص لقياس مستوى أداء وتغطية قناة الإخبارية لأخبار وقضايا المجتمع السعودي.

الجزء الرابع: وخصص لقياس عناصر مصداقية قناة الإخبارية، ومدى التزامها بمعايير الأداء المهني، ومدى الثقة بما تطرحه القناة من أخبار وموضوعات في برامجها المختلفة.

الجزء الخامس: وخصص لقياس العوامل التي يمكن أن تؤثر على متابعة الجمهور للقناة الإخبارية.

وقد قام الباحث كما يبين الجدول رقم (١) باستخدام التحليل العاملي للتأكد من صدق مقياس المصداقية حيث أظهرت نتيجة التحليل العاملي أن عبارات المقياس الـ (١٧)، تشبعت على عامل واحد فقط وكانت قيم التشبعات لتلك العبارات أكبر من (٠,٣٠)، حيث تراوحت ما بين (٠,٦٣٧) و(٠,٨٥٣). وبلغت نسبة التباين المفسرة (الصدق العاملي للمقياس) (٧٨,٠٥٢) أي أن تلك العبارات تفسر (٧٨,٠٥%) من مصداقية القناة الإخبارية لدى الجمهور السعودي.

جدول رقم (١) التحليل العاملي الاستكشافي لعبارات مقياس مصداقية قناة الإخبارية

م	العبارة	قيم الشيوع	التشبعات على العامل
٨	التوازن بين الحقائق والآراء	٠,٩٢٣	٠,٨٥٣
١٤	معالجة الأخبار والموضوعات بتجرد ونزاهة	٠,٩١٢	٠,٨٣٢
٦	المهنية التحريرية في تقديم الأخبار والموضوعات	٠,٩١٢	٠,٨٣٢
١٠	الشفافية والصدق والأمانة في نقل الأحداث	٠,٩٠٧	٠,٨٢٣
١٦	عرض الأحداث والموضوعات بشكل محايد	٠,٩٠١	٠,٨١٣
١١	السمعة الجيدة لأخبارها	٠,٩٠١	٠,٨١٢
١٥	العمق في معالجة الأحداث والقضايا	٠,٨٩٨	٠,٨٠٧
٥	التحلي بالموضوعية عند عرض القضايا والموضوعات	٠,٨٩٥	٠.٨٠١
١٧	دقة المعلومات	٠,٨٩٣	٠,٧٩٧
١٣	شمولية معلوماتها وتغطياتها لمختلف الأحداث والقضايا	٠,٨٩٢	٠,٧٩٥
٩	التعبير بصدق عن قضايا وهموم أفراد المجتمع	٠,٨٩١	٠,٧٩٥
٧	قوة وموثوقية المصادر التي تعتمد عليها	٠,٨٩١	٠,٧٩٤
٣	تنويع اهتماماتها الصحفية والإعلامية	٠,٨٦٦	٠,٧٥٠
٢	الاعتماد على إعلاميين ذوي خبره وكفاءة عالية	٠,٨٥٩	٠,٧٣٧
٤	آنية أخبارها	٠,٨٤١	٠,٧٠٧
١	توثيق المعلومات ونسبتها إلى مصادرها	٠,٨٢٨	٠,٦٨٥
١٢	البعد عن الإثارة والتهويل	٠,٧٩٨	٠,٦٣٧
	الجذر الكامن		**١٣,٢٦٩**
	مجموع نسب التباين المفسرة (الصدق العاملي)		**٧٨,٠٥٢**

ولتسهيل تفسير النتائج استخدم الباحث الأسلوب التالي لتحديد مستوى الإجابة على بنود الأداة، على النحو التالي:

١- تم إعطاء وزن للبدائل: (دائماً=٥، غالباً=٤، أحياناً= ٣، نادراً= ٢، لا اتابعها= ١)، وكذلك البدائل: (موافق بشدة=٥، موافق=٤، غير موافق=٣، غير موافق على الاطلاق=٢، لا أعلم=١)، وكذلك البدائل: (ممتار =٥، جيد جداً =٤، جيد =٣، مقبول =٢، ضعيف =١)، وكذلك البدائل: (ثقة بدرجة عالية جداً =٥، ثقة بدرجة عالية =٤، ثقة بدرجة متوسطة =٣، ثقة بدرجة ضعيفة =٢، لا أثق بها أبداً =١)، ثم تم تصنيف تلك الإجابات إلى خمسة مستويات متساوية المدى من خلال المعادلة التالية:

طول الفئة =(أكبر قيمة-أقل قيمة) ÷ عدد بدائل الأداة =(٥-١)÷٥= ٠.٨٠لنحصل على التصنيف التالي:

جدول رقم (٢) توزيع الفئات وفق التدرج المستخدم في أداة البحث

الوصف	الوصف	الوصف	الوصف	مدى المتوسطات
دائماً	موافق بشدة	ممتاز	ثقة بدرجة عالية جداً	٤,٢١-٥,٠٠
غالباً	موافق	جيد جداً	ثقة بدرجة عالية	٣,٤١ - ٤,٢٠
أحياناً	موافق إلى حد ما	جيد	ثقة بدرجة متوسطة	٢,٦١-٣,٤٠
نادراً	غير موافق	مقبول	ثقة بدرجة ضعيفة	١,٨١ - ٢,٦٠
لا اتابعها	غير موافق على الإطلاق	ضعيف	لا أثق بها أبداً	١,٠ - ١,٨٠

٢- تم إعطاء وزن للبدائل (اتابعها إلى حد كبير=٣، اتابعها إلى حد ما=٢، اتابعها بشكل قليل=١)، وكذلك البدائل: (تغطية شاملة=٣، تغطية متوسطة=٢، تغطية ضعيفة=١)، ثم تم تصنيف تلك الإجابات إلى ثلاثة مستويات متساوية المدى من خلال المعادلة التالية:

طول الفئة = (أكبر قيمة-أقل قيمة) ÷ عدد بدائل الأداة = (٣-١) ÷٣= لنحصل على التصنيف التالي:

جدول رقم (٣) توزيع الفئات وفق التدرج المستخدم في أداة البحث

الوصف	الوصف	مدى المتوسطات
اتابعها إلى حد كبير	تغطية شاملة	٢,٢١-٣,٠٠
اتابعها إلى حد ما	تغطية متوسطة	١,٤١-٢,٢٠
اتابعها بشكل قليل	تغطية ضعيفة	٠٦١-١,٤٠

مجتمع الدراسة وعينته:

للحصول على المعلومات اللازمة للإجابة عن تساؤلات الدراسة فإن مجتمع الدراسة هم أفراد المجتمع السعودي من المواطنين السعوديين في المملكة العربية السعودية وتشمل الذكور والإناث، وقد تم تحديد حجم العينة طبقاً لمعادلة سلوفين[٤٣] (Slovin) بهامش خطأ قدره (٥٪)، وعليه فقد استخدم الباحث في توزيع استبانة الدراسة طريقة الشبكة؛ وهي التي يتم الاعتماد فيها على العلاقات الأسرية وعلاقات الأصدقاء والزملاء في الوصول إلى العينة المناسبة، والمماثلة لمجتمع الدراسة، وحيث أن عدد سكان المملكة العربية السعودية السعوديين وفقاً لبيانات الهيئة العامة للإحصاء لعام ٢٠٢٢ يبلغ (١٨,٨٠٠٠٠٠) مليون نسمة[٤٤] فقد بلغ حجم العينة وفقاً لمعادلة سلوفين (٣٨٥) مفردة، وقد قام الباحث بتوزيع (٥٠٠) استبانة موزعة في مناطق المملكة، خلال تصميم مسح إليكتروني (Online) Survey على موقع (Google Drive) (https://drive.google.com) وتوزيع رابط الاستبانة عبر البريد الإليكتروني وتمكن من استرجاع (٤٣٤) استبانة، وهذه الاستبانات تمثل عائداً يصل إلى (٨٦,٦%) من جميع الاستبانات الموزعة.

تحليل المعلومات:

قام الباحث باستخدام برنامج (SPSS) لتحليل البيانات الكمية وفق المعايير الإحصائية المتعددة، وتم استخدام عدداً من الأساليب الإحصائية لوصف نتائج الدراسة، وهي:

١- التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للتعرف على تكرارات الإجابات لدى المبحوثين.

٢- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

٣- معامل الارتباط (Pearson Correlation) للكشف عن مدى وجود علاقات دالة إحصائياً بين إجابات المبحوثين وعدد من المتغيرات.

٤- تحليل التباين الأحادي (On Way Anova) لبيان مدى وجود فروق دالة إحصائياً بين إجابات المبحوثين على بعض جوانب الدراسة المختلفة.

٥- اختبار (Scheffe) للكشف عن اتجاه الفروق التي يثبت اختبار تحليل التباين الأحادي دلالتها إحصائياً.

٦- اختبار (ت) لبيان مدى وجود فروق دالة إحصائياً بين إجابات المبحوثين تبعاً لسماتهم الرئيسية.

٧- اختبار مربع كاي (كا^{٢}).

٨- معامل ثبات ألفا كرونباخ لقياس معاملات ثبات محاور الدراسة.

وقد اقتصرت الدلالة المعتبرة في هذه الدراسة على مستوى (٠.٠٥)، واقتصر الباحث في هذه الدراسة على النتائج التي تتوافر على هذا المستوى من الدلالة.

إجراءات الصدق والثبات:

الصدق الظاهري:

للتأكد من صدق الاستبانة المستخدمة في هذه الدراسة قام الباحث بصياغة أسئلة الاستبانة المتعلقة بمتغيرات الدراسة صياغة واضحة، بحيث يمكن فهم محتواها من قبل المبحوثين.

١- تم عرض الاستبانة ومشكلة الدراسة وتساؤلاتها على عدد من المحكمين لتحكيمها*، للحكم على مدى صلاحيتها للقياس، وقد أخذ الباحث بملحوظات المحكمين وتعديلاتهم حيث أفاد منها في إعادة صياغة بعض الأسئلة حتى أصبحت الاستبانة جاهزة للتوزيع.

٢- قام الباحث بتجريب الاستبانة على عينة بلغ عددهم (٢٠) مفردة من عينة الدراسة بهدف التعرف على مدى وضوح أسئلة الاستبانة للمبحوثين، ومعدل استجابتهم، وقد تم بعد التحقق من ذلك صياغة الاستبانة صياغة نهائية قابلة للتطبيق.

صدق الاتساق الداخلي:

وللتحقق من صدق الاستبانة قام الباحث بحساب صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson) للاستبانة بالدرجة الكلية لمحاور الدراسة، وقد أظهرت النتائج كما يبين الجدول رقم (٤) أن جميع معاملات ارتباط عبارات الدراسة بالمحور المنتمية إليه كانت دالة عند مستوى (٠.٠٥) فأقل، وهذا يشير إلى صدق العبارات في أداة دراسة.

جدول رقم (٤) معاملات ارتباط بنود أداة الدراسة بالدرجة الكلية للمحور المنتمية إليه (العينة الاستطلاعية: ن= ٤٠)

المحور	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط
أسباب متابعة الجمهور القناة الإخبارية	١	٠.٧٨٤١**	٦	٠.٨٢٠٥**	١١	٠.٤٨٣٧**
	٢	٠.٦٤٨٢**	٧	٠.٨٧٢٢**	١٢	٠.٨٤٧٩**
	٣	٠.٨١١٧**	٨	٠.٧٣٧٦**	١٣	٠.٨١٥٠**
	٤	٠.٨٤١٦**	٩	٠.٧٧٦٥**	١٤	٠.٨٦٩٥**
	٥	٠.٧٦٨٩**	١٠	٠.٤٢٥٨**	١٥	٠.٨٠٠١**
مصداقية قناة الإخبارية	١	٠.٧٥٧٣**	٧	٠.٩٥٦٥**	١٣	٠.٩٢٣٣**
	٢	٠.٨٩٧٠**	٨	٠.٩٥٣٣**	١٤	٠.٩٤٨١**
	٣	٠.٨١٣٧**	٩	٠.٩٠٤١**	١٥	٠.٩٤١٤**
	٤	٠.٨٤٩٥**	١٠	٠.٩٥٠٧**	١٦	٠.٩٢٨٨**
	٥	٠.٩٤٢٠**	١١	٠.٩٣٨٣**	١٧	٠.٩١٤٨**
	٦	٠.٩٥٦٨**	١٢	٠.٩١٩٤**		
عناصر التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني	١	٠.٩٢٥١**	٧	٠.٩٦٥٢**	١٣	٠.٩٦١٣**
	٢	٠.٨٢٣٤**	٨	٠.٩٥٤٥**	١٤	٠.٩٣٣٠**
	٣	٠.٩٥٨١**	٩	٠.٨٧٦٩**	١٥	٠.٩٦٢٤**
	٤	٠.٩٦٢٩**	١٠	٠.٩٦٩٠**	١٦	٠.٩٦٣٧**
	٥	٠.٩٦١٦**	١١	٠.٩٢٣٥**		
	٦	٠.٨٧١٢**	١٢	٠.٩٤٧٥**		
العوامل التي قد تؤثر على متابعة الجمهور للقناة الإخبارية	١	٠.٦٢٧٤**	٧	٠.٦٥٣١**	١٣	٠.٨٧٥٢**
	٢	٠.٣١٦٩*	٨	٠.٨٢٥٩**	١٤	٠.٨١٤٢**
	٣	٠.٦٨٢٠**	٩	٠.٩٠٤٥**	١٥	٠.٦٨٠٥**
	٤	٠.٧٩٨٩**	١٠	٠.٧٩٣٩**	١٦	٠.٨١٩٠**
	٥	٠,٨٠٥٠**	١١	٠,٨٩٦٧**	١٧	٠,٧٩٣٣**
	٦	٠,٦٦٩٨**	١٢	٠.٨٣٥٠**	١٨	٠.٨٦٠٨**

* دالة عند مستوى ٠,٠٥ ** دالة عند مستوى ٠,٠١

الثبات:

للتأكد من ثبات استبانة دراسة العلاقة بين الأداء المهني لقناة الإخبارية ومصداقيتها لدى الجمهور السعودي، وباستخدام معامل ثبات (ألفا كرومباخ) تم حساب الثبات لمحاور الدراسة على العينة الاستطلاعية المكونة من (٤٠) فرد حيث أظهرت النتائج كما يبين الجدول رقم (٥) أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات حيث تراوحت معاملات الثبات ما بين (٠.٩٤) لمحور الأسباب التي تدفع الجمهور لمتابعة القناة الإخبارية، و(٠.٩٩) لمحور مصداقية قناة الإخبارية، ثم (٠.٩٩) لمحور عناصر التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني، في حين بلغ معامل الثبات لمحور العوامل التي قد تؤثر على متابعة القناة الإخبارية (٠,٩٦)، وهذا يشير إلى ثبات أداة الدراسة وصلاحيتها للتطبيق.

جدول رقم (٥) معاملات ثبات ألفا كرونباخ لمحاور الاستبانة (العينة الاستطلاعية: ن=٤٠)

المحور	عدد البنود	معامل ثبات ألفا كرونباخ
الأسباب التي تدفع الجمهور لمتابعة القناة الإخبارية	١٥	٠,٩٤
مصداقية قناة الإخبارية	١٧	٠,٩٩
عناصر التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني	١٦	٠,٩٩
العوامل التي قد تؤثر على متابعة القناة الإخبارية	١٨	٠,٩٦

نتائج الدراسة:

أولاً: السمات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة:

توضح الجداول الآتية السمات الديموغرافية لأفراد العينة التي بلغت ستة متغيرات هي: النوع، والحالة الاجتماعية، والسن، والدخل الشهري، والمؤهل العلمي، والمهنة.

جدول رقم (٦) توزيع أفراد العينة وفقاً للسمات الديموغرافية

المتغيرات	التصنيف	التكرار	النسبة
النوع	ذكر	٣٧٣	٨٥,٩
	أنثى	٦١	١٤,١
الحالة الاجتماعية	متزوج/متزوجة	٣٦٩	٨٥,٠
	غير متزوج/غير متزوجة	٦٥	١٥,٠
السن	أقل من ٣٠ سنة	٣٠	٦,٩
	من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة	٩٥	٢١,٩
	من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة	١٤٩	٣٤,٣
	من ٥٠ سنة فما فوق	١٦٠	٣٦,٩
الدخل الشهري	أكثر من ١٥٠٠٠ ريال	٢٧٥	٦٣,٤
	من ١٠٠٠١ إلى ١٥٠٠٠ ريال	٨٥	١٩,٦
	من ٥٠٠١ إلى ١٠٠٠٠ ريال	٥٢	١٢,٠
	أقل من ٥٠٠٠ ريال	٢٢	٥,١

المتغيرات	التصنيف	التكرار	النسبة
المؤهل العلمي	بكالوريوس	١٩٢	٤٤,٢
	ماجستير	١٠٨	٢٤,٩
	دكتوراه	٦٣	١٤,٥
	دبلوم قبل الجامعة	٢٧	٦,٢
	دبلوم بعد الجامعة	٢٣	٥,٣
	ثانوي فأقل	٢١	٤,٨
المهنة	موظف/موظفة حكومي	١٩٠	٤٣,٨
	موظف عسكري	٧٠	١٦,١
	موظف/موظفة قطاع خاص	٦٢	١٤,٣
	بدون عمل	١٠٦	٢٤,٥
	طالب/طالبة	٦	١,٣
الإجمالي		٤٣٤	%١٠٠

يبين الجدول رقم (٦) أن (٨٥,٩%) من المبحوثين ذكور، مقابل (١٤,١%) إناث، وأن (٨٥%) من المبحوثين متزوجين مقابل (١٥%) غير متزوجين، كما يوضح الجدول أن (٦,٩%) من أفراد العينة أعمارهم أقل من ٣٠ سنة، وبلغت نسبة من أعمارهم من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة (٢١,٩٪)، فيما بلغت نسبة من أعمارهم من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة (٣٤,٣%)، في حين بلغت نسبة من أعمارهم من ٥٠ فما فوق (٣٦,٩%) من إجمالي المبحوثين، وفيما يتعلق بالدخل الشهري يبين الجدول أن أفراد العينة الذين دخلهم يزيد عن ١٥٠٠٠ريال بلغت نسبتهم (٦٣,٤%)، يليهم الذين يتراوح دخلهم بين ١٠٠٠١إلى ١٥٠٠٠ ريال بنسبة (١٩,٦%)، ثم من دخلهم من ٥٠٠١ إلى ١٠٠٠٠ ريال بنسبة قدرها (١٢,٠%)، أما الذين دخلهم الشهري أقل من ٥٠٠٠ ريال فيمثلون أقل الفئات في هذه الدراسة بواقع (٥,١%) من إجمالي المبحوثين.

كما يشير الجدول السابق أن أفراد العينة الحاصلين على البكالوريوس هم الأكثر تمثيلاً في هذه الدراسة بنسبة (٤٤,٢%)، يليهم الحاصلين على الماجستير بنسبة (٢٤,٩%)، ثم الحاصلين على الدكتوراه بنسبة (١٤,٥%)، فالحاصلين على دبلوم قبل الجامعة بنسبة (٦,٢%)، ثم الحاصلين على الدبلوم بعد الجامعة بنسبة (٥,٣%)، أما من مؤهلهم العلمي ثانوي فأقل فكانوا هم أقل فئات العينة تمثيلاً حيث بلغت نسبتهم (١,٣%) من إجمالي المبحوثين، وفيما يتعلق بالمهنة فيظهر الجدول أن الموظفين الحكوميين (المدنيين) يمثلون أكبر فئة في العينة، حيث بلغت نسبتهم (٤٣,٨%) من إجمالي المبحوثين، يليهم في المرتبة الثانية الذين لا يعملون بنسبة (٢٤,٥٪)، ثم الموظفين العسكريين بنسبة (١٦,١%)، يليهم موظفي القطاع الخاص بنسبة قدرها (١٤,٣%)، أما الطلاب فكانوا أقل فئات العينة تمثيلاً حيث بلغت نسبتهم (٠,٥%) من إجمالي المبحوثين.

ثانياً: متابعة الجمهور السعودي للقناة الإخبارية:

توضح الجداول الآتية: متابعة أفراد عينة الدراسة للقناة الإخبارية، وأسباب متابعتها، والبرامج والقضايا والموضوعات التي يحرص الجمهور على متابعتها في القناة الإخبارية.

١- مدى متابعة القناة الإخبارية:

جدول رقم (٧) مدى متابعة أفراد العينة للقناة الإخبارية

مدى المتابعة	التكرار	النسبة
أتابعها بشكل قليل	١٨٨	٤٣,٣
أتابعها إلى حد ما	١٦٧	٣٨,٥
أتابعها إلى حد كبير	٧٩	١٨,٢
الإجمالي	٤٣٣	%١٠٠

استهدفت الدراسة التعرف على مدى متابعة أفراد العينة للقناة الإخبارية ويوضح الجدول رقم (٧) أن (٤٣,٣٪) من أفراد العينة يتابعونها بشكل قليل، أما من يتابعونها إلى حد ما فبلغت نسبتهم (٣٨,٥%)، في حين بلغت نسبة من يتابعونها إلى حد كبير (١٨,٢%)، من إجمالي المبحوثين.

٢- أسباب متابعة قناة الإخبارية:

جدول رقم (٨) أسباب متابعة أفراد العينة للقناة الإخبارية

أسباب المتابعة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
للتعرف على المشكلات التي تواجه المجتمع	٣,٥١	١,٠٨
للتفاعل مع قضايا ومشكلات المجتمع	٣,٤٥	١,٠٨
لأنها تطرح قضايا مجتمعية صالحة للنقاش مع الآخرين	٣,٣٧	١,١١
لأنها تعكس القضايا من منظور المواطنين أنفسهم جنبا إلى جنب مع منظور الدولة	٣,٢٩	١,١٦
لأنها تتيح للخبراء والمختصين المشاركة فيها	٣,٢٧	١,١٥
لأن طرحها يساعد الأفراد في إدراك حقائق قضايا المجتمع	٣,٢٣	١,١٠
لسرعة تغطيتها للأحداث والقضايا	٣,٢٣	١,١٣
لشمولية وتكامل تغطياتها للأحداث والقضايا	٣,١٦	١,١١
لأنها توفر مراسلين في مواقع الأحداث فور وقوعها	٣,٠٩	١,١٧
لأنها تتناول قضايا تتعلق باهتماماتي الشخصية المباشرة	٣,٠٠	١,١٤
لأنها تتيح للجمهور العام المشاركة فيها	٣,٠٠	١,١٦
لأن برامجها تزودني بالحلول العملية للكثير من قضايا المجتمع	٢,٨٠	١,١١
لتساعدني في اتخاذ القرار والرأي الصائب	٢,٧٩	١,١٤
لقضاء وقت الفراغ	٢,٦٨	١,١٧
للتسلية والترفيه	٢,٤٣	١,٠٩
المتوسط* العام	٣,٠٩	٠,٨٨

* المتوسط الحسابي من ٥ درجات

يشير الجدول رقم (٨) أن المتوسط العام لأسباب متابعة أفراد العينة للقناة الإخبارية بلغ (٣,٠٩) وبانحراف معياري (٠,٨٨)، كما يبين الجدول السابق أن "التفاعل مع قضايا

ومشكلات المجتمع" كان هو السبب الأول في متابعة الجمهور السعودي للقناة الإخبارية بمتوسط حسابي (٣,٥١) من المقياس الخماسي الذي يتراوح بين (موافق بشدة إلى غير موافق على الإطلاق) وانحراف معياري (١,٨)، يليه في المرتبة الثانية "التفاعل مع قضايا ومشكلات المجتمع" بمتوسط حسابي قدره (٣,٤٥) وانحراف معياري (١,٠٨)، ثم في المرتبة الثالثة بسبب "لأنها تطرح قضايا مجتمعية صالحة للنقاش مع الآخرين "بمتوسط حسابي (٣,٣٧) وانحراف معياري (١,١١)، ثم بسبب "أنها تعكس القضايا التي تطرحها من منظور المواطنين أنفسهم جنبا إلى جنب مع منظور الدولة" بمتوسط حسابي (٣,٢٩) وانحراف معياري (١,١٦)، ثم في المرتبة الخامسة "لأنها تتيح للخبراء والمختصين المشاركة فيها" بمتوسط حسابي (٣,٢٨) وانحراف معياري (١,١٥)، يليه في المرتبة السادسة بسبب" لأن طرحها يساعد الأفراد في إدراك حقائق قضايا المجتمع"، وبسبب " سرعة تغطيتها للأحداث والقضايا" بمتوسط حسابي واحد (٣,٢٣) وبانحراف معياري (١,١٠)، للأول و(١,١٣) للثاني، ثم بسبب " شمولية وتكامل تغطياتها للأحداث والقضايا" في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي قدره (٣,١٦) وانحراف معياري (١,١١)، يليه في المرتبة الثامنة "لتوفيرها مراسلين في مواقع الأحداث فور وقوعها" بمتوسط حسابي قدره (٣,٠٩) وانحراف معياري (١,١٧)، وجاء سبب "لأنها تتناول قضايا تتعلق بالاهتمامات الشخصية المباشرة"، و"اتاحة القناة للجمهور العام بالمشاركة فيها" في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي واحد (٣,٠) وانحراف معياري (١,١٤)، للأول، (١,١٦) للثاني، ثم في المرتبة العاشرة "لأن برامجها تزود بالحلول العملية للكثير من قضايا المجتمع" بمتوسط حسابي (٢,٨٠) وانحراف معياري (١,١١)، كما جاء سبب "المساعدة في اتخاذ القرار والرأي الصائب" في المرتبة الحادية عشر بمتوسط حسابي (٢,٧٩) وانحراف معياري (١,١٤)، أما المتابعة بسبب "قضاء وقت الفراغ"، "والتسلية والترفيه" فجاءا في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (٢,٦٨) وانحراف معياري (١,١٧) للأول ومتوسط حسابي (٢,٤٣)، وانحراف معياري (١,٠٩) للثاني.

٣- البرامج التي يحرص أفراد العينة على متابعتها في قناة الإخبارية:

جدول رقم (٩) البرامج التي يحرص أفراد العينة على متابعتها في قناة الإخبارية

البرامج	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
النشرات الإخبارية	٣,٥٦	١,٢٥
برنامج الراصد	٢,٨٦	١,٣٢
برنامج اليوم	٢,٤٣	١,١٩
برنامج هنا الرياض	٢,٤١	١,٢١
برنامج ١٢٠	٢,٣٦	١,٢٠
برنامج ورقة رابحة	٢,٢٣	١,١٤
برنامج يوم عمل	٢,٢١	١,١٧
برنامج أوراق تداول	٢,١٨	١,١٤
برنامج البورصة العقارية	٢,١٦	١,١٤
برنامج الغوار	٢,٠٨	١,٠٨
برنامج في المنتصف	٢,٠٦	١,٠٧
برنامج بوضوح	٢,٠٤	١,٠٦
برنامج المدى	٢,٠٤	١,٠٩
برنامج سيُقال	٢,٠١	١,٠٦
المتوسط* العام	٢,٣٣	٠,٩٧

* المتوسط الحسابي من ٥ درجات

سعت الدراسة إلى التعرف على البرامج التي يحرص الجمهور السعودي على متابعتها في القناة الإخبارية، ويوضح الجدول رقم (٩) أن المتوسط العام لمتابعة برامج القناة بلغ (٢,٣٣) وانحراف معياري (٠,٩٧)، كما يشير الجدول السابق أن نشرات الأخبار هي البرنامج الرئيسي الذي يحرص أفراد العينة على متابعتها وذلك بمتوسط حسابي قدره (٣,٥٦) وانحراف معياري (١,٢٥) من المقياس الخماسي الذي يتراوح بين (دائماً إلى لا اتابعها)، وجاء برنامج الراصد بالدرجة الثانية في المتابعة بمتوسط حسابي (٢,٨٦) وانحراف معياري (١,٣٢)، أما باقي برامج القناة الإخبارية وهي برنامج اليوم، وبرنامج هنا الرياض، وبرنامج ١٢٠، وبرنامج ورقة رابحة، وبرنامج يوم عمل، وبرنامج أوراق تداول، وبرنامج البورصة العقارية، وبرنامج الغوار، وبرنامج المنتصف، وبرنامج بوضوح، وبرنامج المدى وبرنامج سيقال) فيشير الجدول إلى ندرة متابعة هذه البرامج فقد بلغ المتوسط الحسابي لهذه البرامج من (٢,٤٣ إلى ٢,٠١).

٤- القضايا والموضوعات التي يحرص أفراد العينة على متابعتها في قناة الإخبارية:

جدول رقم (١٠) القضايا والموضوعات التي يحرص أفراد العينة على متابعتها في قناة الإخبارية

القضايا والموضوعات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الموضوعات الاجتماعية	٣,٣٥	١,٢٩
الموضوعات السياسية	٣,١٩	١,٣٢
الموضوعات الاقتصادية	٣,١٩	١,٣٥
الموضوعات الرياضية	٢,٩٥	١,٣٣
الموضوعات الصحية	٢,٩٤	١,٢٦
الموضوعات العسكرية	٢,٩١	١,٣٠
الموضوعات الأمنية	٢,٨٧	١,٣١
الموضوعات التعليمية	٢,٧٩	١,٢٩
الموضوعات الثقافية	٢,٧٩	١,٣٢
الموضوعات الفنية	٢,٧١	١,٢٨
الموضوعات العلمية	٢,٧٠	١,.٢٨
الموضوعات البيئية	٢,٤٧	١,٢٠
المتوسط* العام	٢,٩١	١,٠٣

* المتوسط الحسابي من ٥ درجات

يبين الجدول رقم (١٠) أن أفراد العينة من الجمهور السعودي لا يحرصون بشكل دائم على متابعة القضايا والموضوعات التي تقوم القناة الإخبارية بعرضها، ورغم أن المتابعة كما يُظهر الجدول السابق لم تكن كبيرة إلا أن القضايا الاجتماعية جاءت في صدارة القضايا التي يحرص الجمهور السعودي عينة الدراسة على متابعتها وذلك بمتوسط حسابي قدره (٣,٣٥) من المقياس الخماسي الذي يتراوح ما بين (دائماً إلى لا اتابعها) وانحراف معياري (١,٢٩)، يليها في المتابعة القضايا السياسية والاقتصادية بمتوسط حسابي واحد (٣,١٩) وانحراف معياري (١,٣٢) للأولى، و(١,٣٥) للثانية، وجاءت ثمانية قضايا وموضوعات وهي (الرياضية، الصحية، والعسكرية، والأمنية، والتعليمية، والثقافية، والفنية، والعلمية بدرجة تالية في المتابعة من قبل المبحوثين بمتوسط حسابي قدره (٢,٩٥)، و(٢,٩٤)، و(٢,٩١)، و(٢,٨٧)، و (٢,٧٩)، و(٢,٧١)، و(٢,٧٠) لكل قضية وموضوع على التوالي، أما القضايا والموضوعات البيئية فيشير الجدول إلى ندرة متابعتها من قبل أفراد العينة بمتوسط حسابي قدره (٢,٤٧) وانحراف معياري (١,٢٠).

ثالثاً: مستوى أداء وتغطية قناة الإخبارية لأخبار وقضايا المجتمع السعودي:

توضح الجداول الآتية رؤية أفراد عينة الدراسة لمستوى أداء وتغطية واهتمام القناة الإخبارية بأخبار وقضايا المجتمع السعودي.

١- مستوى أداء قناة الإخبارية:

جدول رقم (١١) مستوى أداء القناة الإخبارية

مستوى الأداء	التكرار	النسبة
ممتاز	٥٤	١٢,٤
جيد جداً	١٣٨	٣١,٨
جيد	١١٨	٢٧,٢
مقبول	٦٤	١٤,٧
ضعيف	٦٠	١٣,٨
الإجمالي	٤٣٤	%١٠٠

يشير الجدول رقم (١١) أن (١٢,٤٪) من إجمالي أفراد العينة فقط هم من يرون أن مستوى أداء القناة الإخبارية ممتاز، في حين أن (٣١,٨٪) من المبحوثين يرون أن مستوى أدائها جيد جداً أما من يرون أن مستوى أدائها جيد فبلغت نسبتهم (٢٧,٢٪)، كما بلغت نسبة من يرون أن مستواها مقبول (١٤,٧٪)، أما من يرون أن مستواها ضعيف فبلغت نسبتهم (١٣,٨٪) من أفراد العينة.

٢- مستوى تغطية القناة الإخبارية للأخبار المحلية السعودية

جدول رقم (١٢) مستوى تغطية القناة الإخبارية لأخبار وقضايا المجتمع السعودي

مدى التغطية	التكرار	النسبة
تغطية شاملة	١٥٩	٣٦,٦
تغطية متوسطة	٢١٠	٤٨,٤
تغطية ضعيفة	٦٥	١٥,٠
الإجمالي	٤٣٤	%١٠٠

يوضح الجدول رقم (١٢) أن (٤٨,٤٪) من أفراد العينة يرون أن مستوى تغطية القناة الإخبارية لأخبار وقضايا المجتمع السعودي كانت تغطية متوسطة، في حين أن (٣٦,٦٪) يرون أن تغطياتها الإخبارية كانت شاملة، أما أفراد العينة الذين يرون أن تغطية القناة الإخبارية للأخبار والقضايا السعودية ضعيفة فبلغت نسبتهم (١٥,٠٪) من إجمالي أفراد العينة.

رابعاً: مصداقية القناة الإخبارية ومستوى أدائها المهني والثقة بما تطرحه القناة:

١- مصداقية قناة الإخبارية لدى الجمهور السعودي:

جدول رقم (١٣) مصداقية قناة الإخبارية لدى أفراد العينة

عناصر المصداقية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
توثيق المعلومات ونسبتها إلى مصادرها	٣,٨٥	٠,٩٩
البعد عن الإثارة والتهويل	٣,٧٢	١,٠٨
دقة المعلومات	٣,٦٢	١,١١
السمعة الجيدة لأخبارها	٣,٦٢	١,١٢
قوة وموثوقية المصادر التي تعتمد عليها	٣,٦١	١,١٠
الشفافية والصدق والأمانة في نقل الأحداث	٣,٥٤	١,١٢
التوازن بين الحقائق والآراء	٣,٥١	١,٠٦
معالجة الأخبار والموضوعات بتجرد ونزاهة	٣,٥١	١,٠٧
التحلي بالموضوعية عند عرض القضايا والموضوعات	٣,٥١	١,١١
آنية أخبارها	٣,٤٨	١,١٠
المهنية التحريرية في تقديم الأخبار والموضوعات	٣,٤٨	١,١١
عرض الأحداث والموضوعات بشكل محايد	٣,٤٧	١,١١
شمولية معلوماتها وتغطياتها لمختلف الأحداث والقضايا	٣,٤٢	١,٠٧
تنويع اهتماماتها الصحفية والإعلامية	٣,٤٢	١,٠٨
التعبير بصدق عن قضايا وهموم أفراد المجتمع	٣,٤٢	١,١٢
الاعتماد على إعلاميين ذوي خبره وكفاءة عالية	٣,٣٩	١,٠٩
العمق في معالجة الأحداث والقضايا	٣,٣٤	١,١٠
المتوسط* العام	٣,٥٢	٠,٩٦

* المتوسط الحسابي من ٥ درجات

استهدفت الدراسة التعرف على رؤية الجمهور السعودي لمصداقية القناة الإخبارية ويبين الجدول رقم (١٣) أن المتوسط الكلي لمصداقية القناة الإخبارية بلغ (٣,٥٢) وبانحراف معياري (٠,٩٦)، كما يوضح الجدول السابق أن "توثيق المعلومات ونسبتها إلى مصادرها"، كان من أهم عناصر المصداقية التي يرى أفراد العينة أن القناة قد التزمت بها، وذلك بمتوسط حسابي قدره (٣,٨٥) وانحراف معياري (٠,٩٩) من المقياس الخماسي الذي يتراوح ما بين (موافق بشدة إلى غير موافق على الإطلاق)، يليه في المرتبة التالية عنصر "الابتعاد عن الإثارة والتهويل" بمتوسط حسابي (٣,٧٢) وانحراف معياري (١,٠٨)، ثم عنصري "دقة المعلومات"، "والسمعة الجيدة لأخبار القناة الإخبارية" بمتوسط حسابي واحد (٣,٦٢) وانحراف معياري (١,١١) للأول، و(١,١٢) للثاني، وجاء عنصر "قوة وموثوقية المصادر التي تعتمد عليها القناة الإخبارية" تالياً لهما بمتوسط حسابي (٣,٦١) وانحراف معياري (١,١٠)، ثم عنصر "الشفافية والصدق والأمانة في نقل الأحداث" بمتوسط حسابي (٣,٥٤) وانحراف معياري (١,١٢)، ويبين الجدول أن ثلاثة عناصر من عناصر المصداقية جاءت في مرتبة واحدة وهي "التوازن بين الحقائق والآراء"، "ومعالجة الأخبار والموضوعات بتجرد ونزاهة"، "والتحلي بالموضوعية عند عرض القضايا والموضوعات" وذلك بمتوسط حسابي قدره (٣,٥١) للجميع وبانحراف معياري (١,٠٦)، (١,٠٧)،

و(١,١١) لكل عنصر على التوالي، يليهم عنصري "آنية أخبارها"، "والمهنية التحريرية في تقديم الأخبار والموضوعات" بمتوسط حسابي واحد (٣,٤٨) وانحراف معياري (١,١٠) للأول، و(١,١١) للثاني، يليه عنصر "عرض الأحداث والموضوعات بشكل محايد" بمتوسط حسابي (٣,٤٧) وانحراف معياري (١,١١)، في حين جاءت عناصر "شمولية معلوماتها وتغطياتها لمختلف الأحداث والقضايا"، "وتنويع اهتماماتها الصحفية والإعلامية"، "والتعبير بصدق عن قضايا وهموم أفراد المجتمع" في مرتبة واحدة بمتوسط حسابي واحد قدره (٣,٤٢) وبانحراف معياري (١,٠٧)، و(١,٠٨)، و(١,١٢) لكل عنصر على التوالي، كما يُظهر الجدول السابق أن عنصري "الاعتماد على إعلاميين ذوي خبره وكفاءة عالية" "والعمق في معالجة الأحداث والقضايا" جاء في درجة متأخرة في عناصر المصداقية التي يرى أفراد العينة أن القناة الإخبارية قد التزمت بها وذلك بمتوسط حسابي (٣,٣٩) للأول، و(٣,٣٤) للثاني.

٢- رؤية الجمهور السعودي لمدى التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني:

جدول رقم (١٤) رؤية أفراد العينة لمدى التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني

معايير الأداء المهني	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
تعمل على توثيق المعلومات ونسبتها إلى مصادرها	٣,٧٦	١,٠٣
تبتعد عن الإثارة والتهويل	٣,٧٠	١,٠٧
تعتمد على مصادر قوية وموثوقة	٣,٦٠	١,٠٧
تنوع من اهتماماتها الصحفية والإعلامية	٣,٥٩	١,٠٣
يتحلى عرض القضايا والموضوعات فيها بالموضوعية	٣,٥٦	١,٠٣
تنقل الأحداث بشفافية وصدق وأمانة	٣,٥٦	١,٠٨
تقدم معلومات دقيقة	٣,٥٣	١,٠٨
شمولية معلوماتها وتغطياتها لمختلف الأحداث والقضايا	٣,٥١	١,٠٥
تعالج الأخبار والموضوعات بتجرد ونزاهة	٣,٥١	١,٠٨
توازن بين الحقائق والآراء	٣,٥٠	١,٠٤
آنية أخبارها	٣,٤٩	١,٠٤
تعرض الأحداث والموضوعات بشكل محايد	٣,٤٩	١,٠٧
تعبر بصدق عن قضايا وهموم أفراد المجتمع	٣,٤٤	١,١٤
تقدم الأخبار والموضوعات بمهنية تحريرية عالية	٣,٤٣	١,٠٤
تعالج الأحداث والقضايا بعمق	٣,.٣٩	١,٠٧
تعتمد على إعلاميين ذوي خبره وكفاءة عالية	٣,٣٦	١,٠٩
المتوسط* العام	٣,٥٢	٠,٩٧

* المتوسط الحسابي من ٥ درجات

سعت الدراسة إلى التعرف على رؤية الجمهور السعودي التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني، ويكشف الجدول رقم (١٤) أن المتوسط الكلي للأداء المهني بلغ (٣,٥٢) وانحراف معياري (٠,٩٧)، كما يبين الجدول السابق أن عمل القناة الإخبارية على "توثيق المعلومات ونسبتها إلى مصادرها" جاء في المرتبة الأولى في المعايير التي يرى أفراد العينة أن القناة الإخبارية قد التزمت بها في إدائها المهني وذلك بمتوسط حسابي قدره (٣,٧٦) وانحراف معياري (١,٠٣) من المقياس الخماسي الذي يتراوح ما بين (موافق بشدة إلى غير موافق على الإطلاق)، يليه في المرتبة الثانية عامل "تبتعد عن الإثارة والتهويل" بمتوسط حسابي (٣,٧٠) وانحراف معياري (١,٠٧)، ثم في المرتبة الثالثة عامل "تعتمد على مصادر قوية وموثوقة" بمتوسط حسابي (٣,٦٠) وانحراف معياري (١,٠٧)، يليه عامل "تنوع من اهتماماتها الصحفية والإعلامية" بمتوسط حسابي (٣,٥٩) وانحراف معياري (١,٠٣)، وجاء عاملي "يتحلى عرض القضايا والموضوعات فيها بالموضوعية"، "وتنقل الأحداث بشفافية وصدق وأمانة" في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي واحد قدره (٣,٥٦) وانحراف معياري (١,٠٣) للأول، و(١,٠٨) للثاني، يليهما في المرتبة السادسة عامل "تقدم معلومات دقيقة" بمتوسط حسابي (٣,٥٣) وانحراف معياري (١,٠٨) ، ثم عاملي "شمولية معلوماتها وتغطياتها لمختلف الأحداث والقضايا"، "وتعالج الأخبار والموضوعات بتجرد ونزاهة" بمتوسط حسابي (٣,٥١) وانحراف معياري (١,٠٥)، و(١٠,٨) على التوالي، يليه عامل "توازن بين الحقائق والآراء" بمتوسط حسابي قدره

(٣,٥٠) وانحراف معياري (١,٠٤)، وجاء عاملي "آنية أخبارها"، "وتعرض الأحداث والموضوعات بشكل محايد" في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (٣,٤٩) وانحراف معياري (١,٠٤) للأول، و(١,٠٧) للثاني، ثم عامل "تعبر بصدق عن قضايا وهموم أفراد المجتمع" بمتوسط حسابي (٣,٤٤) وانحراف معياري (١,١٤)، يليه عامل "تقدم الأخبار والموضوعات بمهنية تحريرية عالية" بمتوسط حسابي (٣,٤٣) وانحراف معياري (١,٠٤)، في حين جاء عاملي "تعالج الأحداث والقضايا بعمق"، "وتعتمد على إعلاميين ذوي خبره وكفاءة عالية" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (٣,٣٩)، و(٣,٣٦) على التوالي.

٣- ثقة الجمهور السعودي بما تطرحه القناة الإخبارية من أخبار وموضوعات في برامجها:

جدول رقم (١٥) ثقة أفراد العينة بما تطرحه قناة الإخبارية من أخبار وموضوعات في برامجها المختلفة

درجة الثقة	التكرار	النسبة
أثق بها بدرجة عالية جداً	١٠٥	٢٤,٢
أثق بها بدرجة عالية	١٢٩	٢٩,٧
أثق بها بدرجة متوسطة	١٣٦	٣١,٣
أثق بها بدرجة ضعيفة	٤٧	١,.٨
لا أثق بها أبداً	١٧	٣,٩
الإجمالي	٤٣٤	%١٠٠

يظهر الجدول رقم (١٥) أن أفراد العينة يثقون بما تطرحه قناة الإخبارية من أخبار وموضوعات في برامجها المختلفة بدرجة متوسطة وذلك بنسبة (٣١,٣٪)، من إجمالي عينة الدراسة، أما من يثقون بالقناة الإخبارية بدرجة عالية فبلغت نسبتهم (٢٩,٧٪) في حين بلغت نسبة من يثقون بها بدرجة عالية جداً (٢٤,٢٪)، يليهم من يثقون بها بدرجة ضعيفة بنسبة (٣,٩٪)، ثم من يثقون بها بدرجة ضعيفة (١,٨٪).

خامساً: العوامل المؤثرة على متابعة الجمهور السعودي للقناة الإخبارية:

١- العوامل المؤثرة على متابعة القناة الإخبارية:

جدول رقم (١٦) العوامل المؤثرة على متابعة أفراد العينة لقناة الإخبارية

العوامل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
لأني أفضل مشاهدة قنوات أخرى أكثر مهنية	٣,٧٨	١,١٥
لأنها قناة رسمية	٣,٧١	١,٢٥
لأن إمكانياتها أقل من القنوات الأخرى المنافسة	٣,٥٤	١,٢٦
تركيزها بشكل كبير على الأخبار ذات الطابع الرسمي	٣,٤٩	١,٢١
عدم الجرأة في تناول القضايا والموضوعات	٣,٣٦	١,٢٢
لا تستضيف محللين وخبراء ومتخصصين مناسبين للتعليق على الأحداث	٣,٢٧	١,٢٤
لا تقدم تغطيات شاملة وفورية للأحداث والقضايا	٣,١٨	١,٢١
لأن خبرة وحضور مذيعيها على الشاشة ضعيف	٣,١٦	١,٢١
سطحية معالجتها للأحداث والقضايا	٣,١٦	١,٢٢
لا تعرض وجهات النظر المختلفة	٣,١٤	١,٢٥
لا تعبر بصدق عن قضايا وهموم أفراد المجتمع	٣,٠٩	١,٢٤
لا تتيح للجمهور العام المشاركة في برامجها	٣,٠٩	١,٢٦
لا تهتم بالتقارير الإخبارية والصور الحية المرافقة	٣,٠٦	١,٢٠
لأنها تستخدم القضية التي تطرحها كمنبر إعلامي	٣,٠٤	١,١٣
لأن عرض القضايا والموضوعات لا يتحلى بالموضوعية	٢,٩٧	١,١٨
لا تعرض الأحداث والموضوعات بشكل محايد	٢,٩٥	١,٢١
لأنها تهتم بالجوانب المثيرة في الحدث	٢,٩٤	١,١٤
ضعف توثيق المعلومات ونسبتها إلى مصادرها	٢,٩٠	١,٢٠
المتوسط* العام	٣,٢١	٠,٩١

* المتوسط الحسابي من ٥ درجات

استهدفت الدراسة التعرف على العوامل التي قد تؤثر على متابعة أفراد العينة لقناة الإخبارية، ويبين الجدول رقم (١٦) أن المتوسط الكلي لهذه العوامل بلغ (٣,٢١) وبانحراف معياري (٠,٩١)، كما يكشف الجدول السابق أن" تفضيل مشاهدة قنوات أخرى أكثر مهنية" كان العامل الأول من العوامل المؤثرة في متابعة القناة الإخبارية وذلك بمتوسط حسابي (٣,٧٨) وانحراف معياري (١,١٥) من المقياس الخماسي الذي يتراوح ما بين (موافق بشدة إلى غير موافق على الإطلاق)، يليه في المرتبة الثانية عامل "لأنها قناة رسمية" بمتوسط حسابي (٣,٧١) وانحراف معياري (١,٢٥)، ثم عامل "لأن إمكانياتها أقل من القنوات الأخرى المنافسة" بمتوسط حسابي (٣,٥٤) وانحراف معياري (١,٢٦)، وجاء عامل "تركيز القناة بشكل كبير على الأخبار ذات الطابع الرسمي" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٣,٤٩) وانحراف معياري (١,٢١)، يليه عامل "عدم الجرأة في تناول القضايا والموضوعات" بمتوسط حسابي (٣,٣٦) وانحراف معياري (١,٢٢)، ثم عامل "لا تستضيف محللين وخبراء ومتخصصين مناسبين للتعليق على الأحداث" بمتوسط حسابي (٣,٢٧) وانحراف معياري (١,٢٤)، يليه عامل "لا تقدم تغطيات شاملة وفورية للأحداث

والقضايا" بمتوسط حسابي (٣,١٨) وانحراف معياري (١,٢١)، وجاء عاملي "لأن خبرة وحضور مذيعيها على الشاشة ضعيف"، "وسطحية معالجتها للأحداث والقضايا" في مرتبة واحدة بمتوسط حسابي (٣,١٦) وانحراف معياري (١,٢١) للأول، و(١,٢٢) للثاني، يليه عامل "لا تعرض وجهات النظر المختلفة" بمتوسط حسابي (٣,١٤) وانحراف معياري (١,٢٥).

كما يبين الجدول السابق أن عاملين من العوامل التي قد تؤثر على مشاهدة القناة الإخبارية وهما "لا تعبر بصدق عن قضايا وهموم أفراد المجتمع"، "ولا تتيح للجمهور العام المشاركة في برامجها" جاءا في مرتبة واحدة بمتوسط حسابي (٣,٠٩) وانحراف معياري (١,٢٤) للأول، و(١,٢٦) للثاني، يليهم عامل "لا تهتم بالتقارير الإخبارية والصور الحية المرافقة" بمتوسط حسابي (٣,٠٦) وانحراف معياري (١,٢٠)، ثم عامل "لأنها تستخدم القضية التي تطرحها كمنبر إعلامي" بمتوسط حسابي (٣,٠٤) وانحراف معياري (١,١٣) يليه عامل "لأن عرض القضايا والموضوعات لا يتحلى بالموضوعية" بمتوسط حسابي (٢,٩٧) وانحراف معياري (١,١٨)، ثم عامل " لأنها تهتم بالجوانب المثيرة في الحدث" بمتوسط حسابي (٢,٩٤) وانحراف معياري (١,١٤)، وجاء عامل "ضعف توثيق المعلومات ونسبتها إلى مصادرها" في المرتبة الأخيرة في العوامل التي قد تؤثر على متابعة القناة الإخبارية بمتوسط حسابي (٢,٩٠) وانحراف معياري (١,٢٠).

اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في متابعة القناة الإخبارية، تبعا لسماتهم الديموغرافية:

وللتعرف على مدى وجود فروق بين أفراد العينة في متابعة القناة الإخبارية تبعاً لسماتهم الديموغرافية يتضح من الجدول رقم (١٧) ووفقاً المؤهل العلمي أن قيمة مربع (كا^{2}) دالة عند مستوى (٠.٠٥)، مما يشير إلى أن المتغيرين غير مستقلين أي أن متابعة أفراد العينة للقناة الإخبارية يعتمد على المؤهل العلمي لأفراد العينة.

جدول رقم (١٧) الفروق بين أفراد العينة في متابعتهم للقناة الإخبارية باختلاف المؤهل العلمي

مدى متابعة القناة الإخبارية / المؤهل العلمي	يتابعها بشكل قليل		يتابعها إلى حد ما		يتابعها إلى حد كبير		المجموع	
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
ثانوي فأقل	١٠	٤٧,٦	٨	٣٨,١	٣	١٤,٣	٢١	١٠٠
دبلوم	٦	٢٢,٢	١٩	٧٠,٤	٢	٧,٤	٢٧	١٠٠
بكالوريوس	٧٦	٣٩,٦	٧٩	٤١,١	٣٧	١٩,٣	١٩٢	١٠٠
دبلوم بعد الجامعة	١٢	٥٢,.٢	٥	٢١,٧	٦	٢٦,١	٢٣	١٠٠
ماجستير	٥٠	٤٦,٣	٣٩	٣٦,١	١٩	١٧,٦	١٠٨	١٠٠
دكتوراه	٣٤	٥٤,٠	١٧	٢٧,٠	١٢	١٩,٠	٦٣	١٠٠
المجموع	١٨٨	٤٣,٣	١٦٧	٣٨,٥	٧٩	١٨,٢	٤٣٤	١٠٠
قيمة مربع كاي (كا٢)	٢٠,١١٥							
مستوى الدلالة	٠,٠٢٨							

ولم تشر نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى متابعتهم للقناة الإخبارية وفقاً للنوع، والسن، والدخل الشهري، والحالة الاجتماعية، والمهنة.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية الجمهور السعودي لمصداقية القناة الإخبارية تبعا لسماتهم الديموغرافية:

وللتعرف على مدى وجود فروق بين أفراد العينة في رؤيتهم لمصداقية القناة الإخبارية تبعاً لسماتهم الديموغرافية يتضح من الجدول رقم (١٨) ووفقاً للحالة الاجتماعية أن قيمة (ت) دالة عند مستوى (٠.٠٥)، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول رؤيتهم لمصداقية قناة الإخبارية، تعود لاختلاف الحالة الاجتماعية لأفراد العينة: (متزوج/متزوجة - غير متزوج/غير متزوجة)، وكانت تلك الفروق لصالح أفراد العينة الغير متزوجين.

جدول رقم (١٨) الفروق بين أفراد العينة في رؤيتهم لمصداقية قناة الإخبارية وفقاً للحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة	التعليق
متزوج/متزوجة	٣٦٩	٣,٤٨	٠,٩٧	٢,١٠	٠,٠٣٧	دالة عند مستوى ٠,٠٥
غير متزوج/غير متزوجة	٦٥	٣,٧٥	٠,٩٠			

وفيما يتعلق بالسن يكشف تحليل التباين الأحادي كما يشير الجدول رقم (١٩) أن قيمة (ف) بلغت (٤,٩٣) وهي دالة عند مستوى (٠,٠١)، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول رؤيتهم لمصداقية قناة الإخبارية، تعود لاختلاف سن أفراد العينة، وباستخدام اختبار شيفيه للكشف عن مصدر تلك الفروق تبين وجود فروق دالة عند مستوى (٠,٠٥) بين أفراد العينة في سن: (من ٥٠ سنة فما فوق)،

وبين أفراد العينة في سن: (من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة)، وذلك لصالح أفراد العينة في سن: (من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة).

جدول رقم (١٩) اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في استجابات أفراد العينة حول رؤيتهم لمصداقية قناة الإخبارية وفقاً للسن

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	التعليق
بين المجموعات	١٣,٣٦	٣	٤,٤٥	٤,٩٣	٠.٠٠٢	دالة عند مستوى ٠,٠١
داخل المجموعات	٣٨٨,٠٥	٤٣٠	٠,٩٠			

وفيما يتعلق بالدخل الشهري يشير تحليل التباين الأحادي كما يكشف الجدول رقم (٢٠) أن قيمة (ف) بلغت (٧,٣٥) وهي دالة عند مستوى (٠,٠١)، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول رؤيتهم لمصداقية قناة الإخبارية، تعود لاختلاف الدخل الشهري لأفراد العينة، وباستخدام اختبار شيفيه للكشف عن مصدر تلك الفروق تبين وجود فروق دالة عند مستوى (٠,٠٥) بين أفراد العينة ذوي الدخل الشهري: (أكثر من ١٥٠٠٠ ريال)، وبين أفراد العينة ذوي الدخل الشهري: (من ٥٠٠١ إلى ١٠٠٠٠ ريال)، وذلك لصالح أفراد العينة ذوي الدخل الشهري: (من ٥٠٠١ إلى ١٠٠٠٠ ريال)، ووجود فروق بين أفراد العينة ذوي الدخل الشهري: (أكثر من ١٥٠٠٠ ريال)، وبين أفراد العينة ذوي الدخل الشهري: (من ١٠٠٠١ إلى ١٥٠٠٠ ريال)، وذلك لصالح أفراد العينة ذوي الدخل الشهري: (من ١٠٠٠١ إلى ١٥٠٠٠ ريال).

جدول رقم (٢٠) اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في استجابات أفراد العينة حول رؤيتهم لمصداقية قناة الإخبارية وفقاً للدخل الشهري

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	التعليق
بين المجموعات	١٩,٥٧	٣	٦,٥٢	٧,٣٥	٠,٠٠٠	دالة عند مستوى ٠,٠١
داخل المجموعات	٣٨١,٨٣	٤٣٠	٠,٨٩			

وفيما يتعلق بالمؤهل العلمي يشير الجدول رقم (٢١) ووفقاً لتحليل التباين الأحادي قيمة (ف) بلغت (٣,٦٢) وهي دالة عند مستوى (٠.٠١)، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول رؤيتهم لمصداقية قناة الإخبارية، تعود لاختلاف المؤهل العلمي لأفراد العينة، وباستخدام اختبار شيفيه للكشف عن مصدر تلك الفروق تبين وجود فروق دالة عند مستوى (٠.٠٥) بين أفراد العينة الحاصلين على (دكتوراه)، وبين أفراد العينة الحاصلين على: (بكالوريوس)، وذلك لصالح أفراد العينة الحاصلين على (بكالوريوس).

جدول رقم (٢١) اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في استجابات أفراد العينة حول رؤيتهم لمصداقية قناة الإخبارية وفقاً للمؤهل العلمي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	التعليق
بين المجموعات	١٦,٢٧	٥	٣,٢٥	٣,٦٢	٠,٠٠٣	دالة عند مستوى ٠,٠١
داخل المجموعات	٣٨٥,١٤	٤٢٨	٠,٩٠			

ولم تشر نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في رؤيتهم لمصداقية قناة الإخبارية، وفقاً للنوع، والمهنة.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية الجمهور السعودي لمدى التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني تبعا لسماتهم الديموغرافية:

وللتعرف على مدى وجود فروق بين أفراد العينة حول رؤيتهم لمدى التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني تبعاً لسماتهم الديموغرافية يتضح من الجدول رقم (٢٢) ووفقاً للحالة الاجتماعية أن قيمة (ت) دالة عند مستوى (٠.٠١)، وكانت تلك الفروق لصالح أفراد العينة الغير متزوجين.

جدول رقم (٢٢) الفروق بين أفراد العينة في رؤيتهم لمدى التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني وفقاً للحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة	التعليق
متزوج/متزوجة	٣٦٩	٣,٤٨	٠,٩٧	٢,٣٦	٠,٠١٩	دالة عند مستوى ٠,٠٥
غير متزوج/غير متزوجة	٦٥	٣,٧٨	٠,٨٩			

وفيما يتعلق بالسن يكشف تحليل التباين الأحادي كما يشير الجدول رقم (٢٣) أن قيمة (ف) بلغت (٦,٥٨) وهي دالة عند مستوى (٠,٠١)، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول رؤيتهم لمدى التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني، تعود لاختلاف سن أفراد العينة، وباستخدام اختبار شيفيه للكشف عن مصدر تلك الفروق تبين وجود فروق دالة عند مستوى (٠,٠٥) بين أفراد العينة في سن: (من ٥٠ سنة فما فوق)، وبين أفراد العينة في سن: (أقل من ٣٠ سنة)، وذلك لصالح أفراد العينة في سن: (أقل من ٣٠ سنة)، ووجود فروق دالة بين أفراد العينة في سن: (من ٥٠ سنة فما فوق)، وبين أفراد العينة في سن: (من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة)، وذلك لصالح أفراد العينة في سن: (من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة).

جدول رقم (٢٣) اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في استجابات أفراد العينة حول لمدى التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني وفقاً للسن

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	التعليق
بين المجموعات	١٧,٧٢	٣	٥,٩١	٦,٥٨	٠,٠٠٠	دالة عند مستوى ٠,٠١
داخل المجموعات	٣٨٥,٩٣	٤٣٠	٠,٩٠			

وفيما يتعلق بالدخل الشهري يكشف تحليل التباين الأحادي كما يشير الجدول رقم (٢٤) أن قيمة (ف) بلغت (٨,٠٩) وهي دالة عند مستوى (٠,٠١)، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول رؤيتهم لمدى التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني، تعود لاختلاف الدخل الشهري لأفراد العينة، وباستخدام اختبار شيفيه للكشف عن مصدر تلك الفروق تبين وجود فروق دالة عند مستوى (٠,٠٥) بين أفراد العينة ذوي الدخل الشهري: (أكثر من ١٥٠٠٠ ريال)، وبين أفراد العينة ذوي الدخل الشهري: (من ٥٠٠١ إلى ١٠٠٠٠ ريال)، وذلك لصالح أفراد العينة ذوي الدخل الشهري: (من ٥٠٠١ إلى ١٠٠٠٠ ريال)، ووجود فروق دالة بين أفراد العينة ذوي الدخل الشهري: (أكثر من ١٥٠٠٠ ريال)، وبين أفراد العينة ذوي الدخل الشهري: (من ١٠٠٠١ إلى ١٥٠٠٠ ريال)، وذلك لصالح أفراد العينة ذوي الدخل الشهري: (من ١٠٠٠١ إلى ١٥٠٠٠ ريال).

جدول رقم (٢٤) اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في استجابات أفراد العينة حول لمدى التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني وفقاً للدخل الشهري

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	التعليق
بين المجموعات	٢١,٥٧	٣	٧,١٩	٨,٠٩	٠,٠٠٠	دالة عند مستوى ٠,٠١
داخل المجموعات	٣٨٢,٠٨	٤٣٠	٠,٨٩			

وفيما يتعلق بالمؤهل الدراسي يبين الجدول رقم (٢٥) ووفقاً لتحليل التباين الأحادي أن قيمة (ف) بلغت (٣,٨٨) وهي دالة عند مستوى (٠,٠١)، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول رؤيتهم لمدى التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني، تعود لاختلاف الدخل الشهري لأفراد العينة، وباستخدام اختبار شيفيه للكشف عن مصدر تلك الفروق تبين وجود فروق دالة عند مستوى (٠,٠٥) بين أفراد العينة الحاصلين على: (دكتوراه)، وبين أفراد العينة الحاصلين على: (ثانوي فأقل)، وذلك لصالح أفراد العينة الحاصلين على: (ثانوي فأقل).

جدول رقم (٢٥) اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في استجابات أفراد العينة حول لمدى التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني وفقاً للمؤهل العلمي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	التعليق
بين المجموعات	١٧,٤٩	٥	٣,٥٠	٣,٨٨	٠,٠٠٢	دالة عند مستوى ٠,٠١
داخل المجموعات	٣٨٦,١٦	٤٢٨	٠,٩٠			

ولم تشر نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة حول رؤيتهم لمدى التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني، وفقاً للنوع، والمهنة.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين الأداء المهني لقناة الإخبارية ومصداقيتها لدى الجمهور:

وللتعرف على مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأداء المهني للقناة الإخبارية ومصداقيتها لدى الجمهور السعودي، يكشف معامل ارتباط (بيرسون) كما يبين الجدول رقم (٢٦) أن هناك علاقات طردية (موجبة) بين مدى التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني وبين مصداقيتها، مما يشير إلى أنه كلما ارتفعت رؤية الجمهور السعودي لمدى التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني، ارتفع مستوى رؤيتهم لمصداقيتها، وكانت تلك العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١).

جدول رقم (٢٦) معاملات ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين إجابات عينة الدراسة حول مدى التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني وبين مدى مصداقيتها لدى الجمهور

المتغيرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	وصف العلاقة
مدى التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني × مصداقية قناة الإخبارية لدى الجمهور	٠,٩٠٤٨	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين متابعة الجمهور السعودي لقناة الإخبارية والعناصر المعززة لمصداقيتها:

وبهدف التعرف على مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة الجمهور السعودي لقناة الإخبارية والعناصر المعززة لمصداقيتها يكشف معامل ارتباط (بيرسون) كما يبين الجدول رقم (٢٧) أن هناك علاقات طردية (موجبة) بين مدى متابعة القناة الإخبارية وبين مصداقيتها، مما يشير إلى أنه كلما زادت متابعة الجمهور السعودي للقناة الإخبارية، ربما يؤدي ذلك لارتفاع مستوى رؤيتهم لمصداقيتها، وكانت تلك العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١).

جدول رقم (٢٧) معاملات ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين إجابات عينة الدراسة حول مدى متابعتهم للقناة الإخبارية وبين رؤيتهم لمصداقيتها

المتغيرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	وصف العلاقة
مدى متابعة الجمهور السعودي للقناة الإخبارية × رؤيتهم لمصداقية قناة الإخبارية	٠,٤٢١٤	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين متابعة الجمهور السعودي لقناة الإخبارية والتزامها بالأداء المهني:

وللتعرف على مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة الجمهور السعودي لقناة الإخبارية والتزامها بالأداء المهني يكشف معامل ارتباط (بيرسون) كما يبين الجدول رقم (٢٨) أن هناك علاقات طردية (موجبة) بين مدى متابعة القناة الإخبارية وبين التزامها بالأداء المهني، مما يشير إلى أنه كلما زادت متابعة الجمهور السعودي للقناة الإخبارية، ربما يؤدي ذلك لارتفاع مستوى رؤيتهم لالتزامها بالأداء المهني، وكانت تلك العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١).

جدول رقم (٢٨) معاملات ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين إجابات عينة الدراسة حول مدى متابعتهم للقناة الإخبارية وبين مدى التزامها بالأداء المهني

المتغيرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	وصف العلاقة
مدى متابعة الجمهور السعودي للقناة الإخبارية × مدى الالتزام بمعايير الأداء المهني	٠,٤٤٠٦	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مصداقية القناة الإخبارية والعوامل المؤثرة على متابعة القناة الإخبارية:

وللتعرف على مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مصداقية قناة الإخبارية وبين العوامل المؤثرة على متابعتها، يكشف معامل ارتباط (بيرسون) كما يبين الجدول رقم (٢٩) أن هناك علاقة عكسية (سالبة) بين مصداقية قناة الإخبارية وبين العوامل المؤثرة على متابعتها، مما يشير إلى أنه كلما ارتفعت درجات رؤية الجمهور السعودي لمصداقية قناة الإخبارية، ربما يؤدي ذلك لانخفاض مستوى العوامل المؤثرة على متابعتها، وكانت تلك العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥).

جدول رقم (٢٩) معاملات ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين إجابات عينة الدراسة حول رؤيتهم لمصداقية قناة الإخبارية وبين العوامل المؤثرة على متابعتها

المتغيرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	وصف العلاقة
مصداقية قناة الإخبارية × العوامل المؤثرة على متابعة القناة الإخبارية	-٠.١١٦٣	دالة عند مستوى ٠.٠٥	عكسية (سالبة)

الفرض الثامن: توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين ثقة الجمهور السعودي بقناة الإخبارية والعناصر المعززة لمصداقيتها:

وبهدف التعرف على مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة أفراد عينة البحث بما تطرحه القناة الإخبارية من أخبار وموضوعات في برامجها المختلفة وبين رؤيتهم لمصداقيتها، يكشف معامل ارتباط (بيرسون) كما يبين الجدول رقم (٣٠) أن هناك علاقة طردية (موجبة) بين الثقة بما تطرحه القناة الإخبارية من أخبار وموضوعات في برامجها المختلفة وبين مصداقيتها، مما يشير إلى أنه كلما ارتفعت ثقة الجمهور السعودي بما تطرحه القناة الإخبارية من أخبار وموضوعات في برامجها المختلفة، ربما يؤدي ذلك لارتفاع مستوى رؤيتهم لمصداقيتها، وكانت تلك العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى(٠.٠١).

جدول رقم (٣٠) معاملات ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين ثقة أفراد عينة الدراسة بما تطرحه القناة الإخبارية

من أخبار وموضوعات في برامجها المختلفة وبين رؤيتهم لمصداقيتها

المتغيرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	وصف العلاقة
الثقة بما تطرحه القناة الإخبارية من أخبار وموضوعات في برامجها المختلفة × مصداقية قناة الإخبارية	٠.٧٠٦٥	دالة عند مستوى ٠.٠١	طردية (موجبة)

مناقشة النتائج:

سعت هذه الدراسة بشكل رئيسي إلى التعرف على مدى تمتع القناة الإخبارية السعودية بالمصداقية لدى الجمهور السعودي، وما إذا كان هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأداء المهني للقناة الإخبارية ومصداقيتها لدى الجمهور السعودي، وقد قام الباحث بقياس المصداقية في هذه الدراسة من خلال سبعة عشة عنصراً تشكل في مجموعها العناصر المعززة لمصداقية القناة الإخبارية والمتمثلة في توثيق المعلومات ونسبتها إلى مصادرها، والاعتماد على إعلاميين ذوي خبره وكفاءة عالية، وتنويع الاهتمامات الصحفية والإعلامية، آنية الأخبار، والتحلي بالموضوعية عند عرض القضايا والموضوعات، والمهنية التحريرية في تقديم الأخبار والموضوعات، وقوة وموثوقية المصادر التي تعتمد عليها، والتوازن بين الحقائق والآراء، والتعبير بصدق عن قضايا وهموم المجتمع، والشفافية والصدق والأمانة في نقل الأحداث، والسمعة الجيدة لأخبارها، والبعد عن الإثارة والتهويل، وشمولية المعلومات وتغطياتها لمختلف الأحداث والقضايا، ومعالجة الأخبار والموضوعات بتجرد ونزاهة، والعمق في معالجة الأحداث والقضايا، وعرض الأحداث والموضوعات بشكل محايد، ودقة المعلومات، ، كما سعت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى متابعة الجمهور السعودي للقناة الإخبارية، ورؤية الجمهور السعودي لمدى التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني في ممارساتها المهنية عند انتاج المواد والبرامج الإخبارية، ومستوى تغطية القناة للأخبار المحلية السعودية، والعوامل التي قد تؤثر في متابعة الجمهور السعودي عينة الدراسة للقناة الإخبارية، وما إذا كان هناك فروق بين أفراد العينة من الجمهور السعودي في رؤيتهم لمصداقية القناة الإخبارية تبعاً لسماتهم الديموغرافية **وانتهت الدراسة إلى النتائج التالية:**

أولاً: متابعة قليلة للقناة الإخبارية:

بينت نتائج الدراسة أنه بالرغم من أن القناة الإخبارية هي القناة الإخبارية الوحيدة في المملكة العربية السعودية التي تهتم بالأخبار السعودية المحلية في المقام الأول والعربية والعالمية ثانياً إلا أن نتائج الدراسة بينت أن متابعة الجمهور السعودي من أفراد العينة كانت قليلة، فنسبة من يتابعونها من أفراد العينة بشكل كبير (١٨,٢٪) فقط، وهذه النتيجة تتفق مع كل من دراسة أمين (٢٠٢١) في انخفاض اعتماد الجمهور على التلفزيون الرسمي في الحصول على الأخبار والمعلومات، ودراسة عبدالله (٢٠٢١)، وتتفق جزئياً مع دراسة الحفناوي (٢٠٢١)، ويرى الباحث أن قلة من يتابعون القناة الإخبارية يعززها ما بينته الدراسة الميدانية في هذه الدراسة، فوفقاً للجدولين رقم (٩،١٠) فإن الجمهور السعودي نادراً ما يشاهد برامج القناة الإخبارية، ولا يحرص على متابعة ما تطرحه من قضايا فقد بلغ المتوسط العام لمتابعة برامج القناة (٢,٣٣)، إضافة إلى أن أفراد العينة وفقاً للجدول رقم (١٢) يرون عدم شمولية تغطية القناة الإخبارية لأخبار وقضايا المجتمع السعودية حيث يرى (٤٨,٤٪) من أفراد العينة أن مستوى تغطية القناة لأخبار وقضايا المجتمع السعودي كانت تغطية متوسطة، كما أن الأسباب التي تدفع الجمهور السعودي من أفراد العينة لمتابعة القناة الإخبارية لم تكن أسباب كبيرة فقد بلغ المتوسط الحسابي العام بحسب ما بينه الجدول رقم (٨) (٣,٠٩)، وإضافة لما سبق فقد تعود قلة متابعة القناة إلى ما كشفت عنه العديد من الدراسات من أن الجمهور السعودي بات اليوم يعتمد بشكل كبير جداً في المعرفة بأخبار وقضايا المجتمع على مواقع التواصل الاجتماعي ولا سيما منصة (X)؛ فهي من المنصات المفضلة لدى السعوديين حيث يبلغ عدد مستخدمي منصة (X) في السعودية وفقاً لإحصائيات ٢٠٢٣ (١٨,٣٣) مليون مستخدم،[٤٥] وهذا قد يكون له دور كبير في قلة متابعة القناة الإخبارية لذلك فمن الطبيعي أن تكون متابعة القناة الإخبارية من قبل الجمهور السعودي قليلة.

ثانياً: محدودية أسباب متابعة الجمهور السعودي للقناة الإخبارية:

رغم أن أبرز سببين لمتابعة القناة الإخبارية كما بينت النتائج التفصيلية لهذه الدراسة تركزا في التعرف على المشكلات التي تواجه المجتمع، والتفاعل مع هذه القضايا والمشكلات، فإن هذا من وجه نظر الباحث أمر طبيعي كون القناة الإخبارية قناة محلية وبالتالي فهي المعنية بشكل رئيسي بمعالجة وتغطية أخبار وقضايا المجتمع السعودي، فالجمهور يحرص من خلال متابعته للوسيلة الإعلامية إلى متابعة شؤنه المحلية، وفهم البيئة المحيطة به، وفهم واقعه الاجتماعي، ومع ذلك فقد بلغ المتوسط العام لأسباب متابعة الجمهور السعودي من أفراد العينة للقناة الإخبارية (٣,٠٩) وهذا يعني أن أسباب المتابعة للقناة أسباب محدودة، وما سبق يتفق جزئياً مع دراسة عبدالله (٢٠٢١) وهيام (٢٠١٩) من وجود مؤشرات وأسباب تجعل الجمهور ينصرف عن متابعة القنوات التلفزيونية المحلية إلى متابعة قنوات فضائية أخرى غير محلية، ووفقاً لما سبق فيرى الباحث أن محدودية أسباب متابعة الجمهور السعودي للقناة الإخبارية مرتبط بالنتيجة السابقة والمتعلقة بقلة متابعة القناة بشكل عام، وهذا يؤكد على أن الجمهور المتلقي لا يجد أسباب قوية تجعله يتابع القناة الإخبارية بشكل كبير فتغطيتها للأخبار والقضايا ذات الصلة بالمجتمع السعودي كما جاء في

الدراسة الميدانية تغطيات متوسطة، كما قد يعود ذلك إلى نظرة الجمهور للقناة على أنها قناة رسمية، وتفضيله مشاهدة قنوات تلفزيونية ذات مهنية عالية وفقاً للجدول رقم (١٦)، وما سبق يشير إلى أن الجمهور السعودي لم يعد يرى أن في هذه القناة مادة إعلامية تلبي احتياجاته واهتماماته، وتشكل بالتالي أسباباً قوية لمتابعة القناة.

ثالثاً: تغطية متوسطة لأخبار وقضايا المجتمع السعودي:

بينت نتائج الدراسة أن مستوى تغطية القناة الإخبارية لأخبار وقضايا المجتمع كانت تغطية متوسطة بنسبة (٤٨,٤٪)، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة عبدالله (٢٠٢١) في جانب القصور الذي يعترى القنوات المحلية الإخبارية، كما أن هذه النتيجة تؤكد السبب الرئيسي في قلة متابعة الجمهور السعودي للقناة الإخبارية بحسب ما بينه الجدول رقم (٧)، وتؤكد أيضاً على وجود قصور من قبل القناة في عدم قيامها بأداء مهني كبير يجعل من تغطياتها تغطيات شاملة لكافة ما يحدث في المملكة، لا سيما وأنها القناة السعودية التي لا يوجد لها منافس محلي، كما يرى الباحث أن هذا القصور في التغطية قد يعود لضعف إمكانات القناة البشرية والمادية والفنية -رغم تبعيتها لهيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية- فالتغطيات المهنية الشاملة تحتاج إلى وجود عناصر بشرية مؤهلة وقادرة على قيادة العمل الإعلامي المهني، مع توفير إمكانات مادية وفنية تساعد القناة على تقديم تغطيات إعلامية شاملة وذات جودة عالية، فوفقاً لدراسة الشلهوب فإن وسائل الإعلام السعودية بشكل عام غير قادرة على مواكبة ما يشهده العالم من تغييرات في مجال التغطيات الإعلامية، ولا أن تكون الصوت المعبر عن احتياجات الجمهور، وتقديم صورة متكاملة لما تقوم به من تغطيات، فالمتلقي بات اليوم على وعي كبير فيما يقدم له من مضامين من قبل وسائل الإعلام [٤٦]، ومما يؤكد ذلك تعدد العوامل المؤثرة على متابعة الجمهور السعودي من أفراد العينة للقناة الإخبارية وفقاً للجدول رقم (١٦) في هذه الدراسة بتفضيلهم لمشاهدة قنوات تلفزيونية ذات مهنية عالية، وأن القناة الإخبارية قناة رسمية، وأن إمكاناتها المهنية بالمقارنة مع القنوات الأخرى المنافسة قليلة، ولعدم تقديمها تغطيات شاملة وفورية للأحداث، ويرى الباحث أن عدم قيام القناة الإخبارية بتقديم تغطيات تتسم بالشمول ومرتبطة باحتياجات الجمهور السعودي قد يجعل هذا الجمهور ينصرف عن متابعة القناة ويجعل منها بالتالي قناة غير فاعلة أو مؤثرة.

رابعاً: ندرة مشاهدة الجمهور السعودي لبرامج القناة الإخبارية:

رغم أن القناة الإخبارية تبث (١٤) برنامجاً إلا أن نتائج الدراسة بينت أن الجمهور السعودي من أفراد العينة نادراً ما يتابع هذه البرامج عدى نشرات الأخبار التي يتابعها بشكل غير دائم، بمتوسط عام (٢,٣٣)، وهذه الدراسة تتفق مع دراسة عبدالله (٢٠٢١) في انخفاض مشاهدة القنوات التلفزيونية ومتابعة برامجها مقابل كثافة متابعة مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا يشير إلى أن أفراد العينة لم يجدوا المضامين المناسبة التي تدفعهم لمتابعة برامج القناة الإخبارية، ويؤكد أيضاً على أن الجمهور لا يجد في برامجها ما يلبي احتياجاته، لا سيما وأن الجمهور هو أساس العملية الإعلامية، فهو يستخدم وسائل الإعلام بشكل يرتبط باحتياجاته، ويتفاعل معها وفقاً لذلك، ويسعى من خلال تعرضه للرسائل التي تقدمها الوسيلة الإعلامية إلى تحقيق هدف معين، فهو يعرف هذه الحاجات والرغبات ويحاول إشباعها من

خلال تعرضه لوسائل إعلامية مختلفة، وهو مسؤول عن اختيار ما يناسبه من مضامين إعلامية تحقق له حاجاته ورغباته، فالمتلقي اليوم ليس متلقي الأمس فهو مشارك نشط في عملية الاتصال يأخذ من مضمونه ما يحقق له إشباع احتياجاته، ويرى الباحث وفقاً لما سبق أن الأطر المهنية التقليدية التي يتم من خلالها انتاج برامج قناة الإخبارية، قد يكون لها دور في ندرة مشاهدة الجمهور السعودي لبرامج القناة، وهذا قد يجعل القناة الإخبارية غير فاعلة بالنسبة للجمهور المتلقي، وعليه ينبغي للقناة أن تدرك أن التغيرات الحادثة اليوم في البيئة الاتصالية قد اتاحت للمتلقين بمختلف فئاتهم خيارات متعددة تجعلهم قادرين على اختيار الوسيلة الإعلامية التي تلبي تطلعاتهم وتشبع احتياجاتهم، والتي من أهمها مواقع التواصل الاجتماعي فنحن اليوم نشهد نزوح كبير نحوها فقد اضحت هذه المواقع منافس قوي للإعلام التقليدي التي يتابعها (٧٩.٣٠٪)[٤٧] من إجمالي سكان المملكة العربية السعودية وباتت هذه المواقع نتيجة لذلك إلى إنتاج الأخبار والمعلومات وتحليلها وتوزيعها على جماهير مترابطة تقنياً لا تحدها أي حدود جغرافية.

خامساً: تأكيد الجمهور السعودي على مصداقية القناة الإخبارية:

كشفت نتائج الدراسة تأكيد الجمهور السعودي على مصداقية القناة الإخبارية، بمتوسط حسابي (٣,٥٢) وهذه النتيجة تتفق مع ما جاء مع دراسة كل من أبوحصير (٢٠٢١)، والحفناوي (٢٠٢١) وعبدالله (٢٠٢١)، وأحمد (٢٠٢١)، والتي أكدت جميعها بشكل عام على مصداقية القنوات الحكومية، والقنوات الفضائية، في حين أن دراسة هيام (٢٠١٩) أكدت على وجود مصداقية لكنها ليست مطلقة لدى الجمهور في القنوات الحكومية فهي مصداقية وفقاً لمعايير محدودة تتمثل في الفورية وعدم التهويل في عرض القضايا، كما أن نتائج هذه الدراسة اختلفت مع دراسة أمين (٢٠٢١) بالرغم من اختلاف بئيتي الدراستين، بأن مصداقية القناة الحكومية المصرية منخفضة، ويرى الباحث أن تأكيد الجمهور السعودي من أفراد العينة على مصداقية القناة الإخبارية رغم قلة متابعتها وعدم معالجتها للأخبار والقضايا السعودية بشمولية وندرة متابعة برامجها، وتعدد العوامل المؤثرة في متابعتها قد يعود إلى أن القناة الإخبارية قناة سعودية رسمية وهذا ما جعل الجمهور ينظر لها من هذا الجانب في إن القناة ذات مصداقية لتبعيتها الرسمية، فهي تتبع إدارياً هيئة الإذاعة والتلفزيون، التي يرأس مجلس إدارتها وزير الإعلام، وهي تقوم ببث المادة الإخبارية وإنتاج البرامج الإخبارية في مجالات شتى لكن وفق الالتزام بالسياسة الإعلامية السعودية، والضوابط التشريعية الخاصة بالإعلام السعودي، ولذلك نجد وفقاً للجدول رقم (١٣) أن "توثيق المعلومات ونسبتها إلى مصادرها"، "والابتعاد عن الإثارة والتهويل "،"ودقة المعلومات"، كانت العناصر الأولى في عوامل المصداقية التي يرى أفراد العينة أن القناة قد التزمت بها، وهذه العوامل جوانب رئيسية في العمل المهني في القناة لإخبارية فهي لا يمكن أن تقوم بنشر أي خبر قبل أن تتأكد من دقته ومصدره، وتوثق المصدر الذي استقت منها الأخبار، وإذا فقد الخبر أي عنصر من ذلك فلا يمكن أن تنشره وإلا تعرضت للمسائلة، ويؤكد ذلك أن من العوامل المؤثرة على متابعة الجمهور السعودي للقناة الإخبارية وفقاً للجدول رقم (١٦) يتمثل في تركيزها بشكل كبير على الأخبار ذات الطابع الرسمي، وعدم الجرأة في تناول القضايا والموضوعات، ويرى الباحث أن تأكيد الجمهور السعودي على

مصداقية القناة الإخبارية يتسق مع ما جاء في الإطار النظري وفقاً للنموذج البنائي والمدخل المؤسسي في هذا النموذج في وجود عوامل من الممكن أن تؤثر في الاستجابات المعرفية والوجدانية للجمهور والتي تسهم في الصورة الذهنية للوسائل الإعلامية لدى الجمهور، والتأثيرات الحكومية على الوسائل الإعلامية، فالصورة المتشكلة لدى الجمهور السعودي عن قناة الإخبارية أنها ذات موثوقية فيما تنشره لا يمكن أن تخالف مرجعيتها ولا أن تنشر أي مادة خبرية إلا بعد التأكد من صحة مضمون ما تنشره، إضافة إلى ذلك فإنها بحكم رسميتها فإن اهتمامها ينصب بشكل كبير على كسب ثقة الجمهور.

أما بشكل تفصيلي فبينت النتائج الدراسة أن أبرز عناصر المصداقية التي أكد عليها أفراد العينة تركزت في: توثيق المعلومات ونسبتها إلى مصادرها، والبعد عن الإثارة والتهويل، ودقة المعلومات، والسمعة الجيدة لأخبارها، وقوة وموثوقية المصادر التي تعتمد عليها، والعوامل السابق ذكرها تؤكد ما جاء في الإطار النظري من أن من أهم معايير المصداقية الدقة، والثقة، والجدارة، وعدم التهويل، والتوازن، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة عبدالله (٢٠٢١)، ويحيى (٢٠٢١)، وهيام (٢٠١٩) بالتزام القنوات التلفزيونية بالبعد عن الإثارة والتهويل، والدقة، والاعتماد على مصادر موثقة، كما أن هذه النتيجة تختلف مع دراسة أبو حصيرة (٢٠٢١) في العناصر التي أكدت عليها الدراسة الحالية فدراسة أبوحصيرة وجدت أن معايير المصداقية التي التزمت بها القنوات التلفزيونية تركزت في ثلاثة عناصر وهي: الاعتماد على إعلاميين لديهم خبرة وكفاءة عالية، ومعيار العمل من أجل المصلحة العامة، ومعيار الارتكاز على مبادئ مهنية واخلاقية.

كما بينت نتائج الدراسة أن عنصرين من عناصر المصداقية وهما: الاعتماد على إعلاميين ذوي خبره وكفاءة عالية، والعمق في معالجة الأحداث والقضايا، جاء في المرتبة الأخيرة بعكس دراسة أبو حصير التي وجدت أن الاعتماد على إعلاميين ذويي خبرة وكفاءة كان العامل الأول في عناصر التزام القنوات التلفزيونية بالمصداقية، ويرى الباحث أن مجيء هذين العاملين في المرتبة الأخيرة قد يؤثر مستقبلاً على رؤية الجمهور السعودي لمصداقية القناة الإخبارية، فمن أهم معايير قياس المصداقية إدراك الجمهور أن القائم بالاتصال ذو خبره ومعرفة بما يقدمه من مضامين، ويملك المعلومات الدقيقة وذات الثقة عن الموضوع، فالخبرة التي يتمتع بها القائم بالاتصال ستضفي قوة تأثيرية وعمق على المضمون، ونفوذاً قوياً على الجمهور المتلقي، وما سبق ذكره يؤكده ما جاء في الإطار النظري بأن تصورات الجمهور للمصداقية تنتج في الأغلب عن تقييم العنصريين الرئيسيين وهما الثقة والخبرة.

سادساً: تأكيد الجمهور السعودي على التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني:

بينت نتائج الدراسة تأكيد الجمهور السعودي على التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني بمتوسط حسابي (٣,٥٢)، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة الحفناوي (٢٠٢٢)، وجزئياً مع دراسة الحراحشة، وتختلف مع دراسة كل من ميلزي وبن شاعة، (٢٠٢٠)، وبوشيخ (٢٠١٨)، في عدم التزام الوسائل الإعلامية بمعايير الأداء الإعلامية، على أن لا نغفل اختلاف بيئة هاتين الدراستين عن بيئة هذه الدراسة، وكانت أبرز المعايير التي رأى

الجمهور من أفراد العينة أن القناة التزمت بها تعمل على توثيق المعلومات ونسبتها إلى مصادرها، وتبتعد عن الإثارة والتهويل، تعتمد على مصادر قوية وموثوقة، وهذه العناصر متقاربة مع عناصر المصداقية وهذا يعني وجود تلازم بين رؤية الجمهور لمصداقية القناة الإخبارية والعناصر التي يرون أنها معززة لأدائها المهني، لا سيما وأن الاختبار الإحصائي أكد على وجود علاقة طردية موجبة بين التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني ومصداقيتها، وهذا يشير إلى أنه كلما ارتفعت رؤية الجمهور لمدى التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني ارتفعت رؤيتهم لمصداقية القناة، وعليه فإن الوسيلة الإعلامية لا يمكن أن تكون ذات مصداقية من دون أن يكون لديها التزام بمعايير مهنية تحقق لها المصداقية لدى الجمهور، وهو ما تؤكده الدراسات التي تناولت الأداء المهني لوسائل الإعلام بأهمية قيام الوسيلة الإعلامية بالتحقق من المعلومات من مثل الدقة، والموضوعية والعادلة عند قيام الوسيلة بالتغطيات الإعلامية، والتوازن، وتعدد المصادر، وتنوع الآراء.[٤٨]

سابعاً: تراوح ثقة الجمهور السعودي بقناة الإخبارية ما بين المتوسطة والعالية

أظهرت نتائج الدراسة أن ثقة الجمهور السعودي من أفراد العينة بالقناة الإخبارية بما تطرحه من أخبار وموضوعات في برامجها المختلفة تراوحت ما بين المتوسطة والعالية، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة كل من (Edson at al) (٢٠٢١) وأمين (٢٠٢١)، وهيام (٢٠١٩) في ثقة الجمهور بالقنوات التلفزيونية، ويرى الباحث أن ثقة الجمهور السعودي بالقناة الإخبارية يعود إلى أن الإخبارية قناة رسمية وما يقدم فيها يخضع للرقابة المسبقة، وهذا مما يجعل الجمهور يثق بها، وهو ما تؤكده بعض الدراسات من وجود تمييز واضح بين التلفزيون الحكومي الأكثر موثوقية والتلفزيون الخاص الأقل موثوقية في ألمانيا واليابان والمملكة المتحدة، وأن البحوث التي تقارن بين الإنترنت والتلفزيون والجرائد بوصفها مصادر إخبارية في المانيا وأمريكا أوضحت أن الإنترنت متأخر بعض الشيء في الثقة المدركة من قبل الجمهور،[٤٩] وهو ما أكدت عليه كذلك دراسة الشلهوب بوجود ثقة من الجمهور بالقنوات التلفزيونية السعودية مقابل عدم ثقتهم بمنصة (X) رغم كثافة متابعة السعوديين لهذه المنصة، حيث أن كثرة المتابعة لا تعني الثقة في الوسيلة.

كما يرى الباحث أن ثقة الجمهور السعودي بما تطرحه القناة الإخبارية من أخبار وموضوعات قد يعود إلى ما أكدوا عليه في التزام القناة بعناصر المصداقية وفقاً للجدول رقم (١٤) والتي من أهما: توثيق المعلومات ونسبتها إلى مصادرها، والبعد عن الإثارة، والتهويل، ودقة المعلومات، وعليه فإن وجود ثقة من قبل الجمهور في الوسيلة الإعلامية عامل إيجابي مهم وهو أحد أهم معايير الحكم على مصداقية الوسائل الإعلامية، حيث يوجد تلازم ما بين المصداقية وثقة الجمهور بالوسيلة الإعلامية وفق ما جاء في الإطار النظري؛ فعنصر الثقة مرتبط بالمضمون المقدم من قبل الوسيلة، وهذا ما أكده الاختبار الإحصائي في هذه الدراسة بوجود علاقة طردية بين الثقة بما تطرحه القناة الإخبارية من أخبار وموضوعات في برامجها المختلفة وبين مصداقيتها، وهذا يشير إلى أنه كلما ارتفعت ثقة الجمهور السعودي بما تطرحه القناة الإخبارية من أخبار وموضوعات في برامجها المختلفة، ربما يؤدي ذلك لارتفاع مستوى رؤيتهم لمصداقيتها.

ثامناً: تفضيل الجمهور السعودي لمشاهدة القنوات ذات مهنية عالية، ورسمية القناة الإخبارية، وقلة إمكاناتها من العوامل المؤثرة على متابعة القناة:

بينت نتائج الدراسة تعدد العوامل المؤثرة على مشاهدة الجمهور السعودي عينة الدراسة للقناة الإخبارية بمتوسط حسابي (٣,٢١)، وكانت أهم العوامل التي يرى الجمهور أنها قد تؤثر على متابعتهم للقناة الإخبارية هي: تفضيلهم لمشاهدة قنوات تلفزيونية ذات مهنية عالية، ولكون القناة الإخبارية قناة رسمية، ولقلة إمكاناتها مقارنة بالقنوات الأخرى المنافسة، ولتركيزها على الأخبار ذات الطابع الرسمي، و تستضيف محللين وخبراء متخصصين للتعليق على الأحداث، ولا تقدم تغطيات شاملة وفورية للأحداث وعدم الجرأة في تناول القضايا والموضوعات، ويرى الباحث أن هذه العوامل وتعددها قد يعود إلى أن أفراد العينة وفقاً للجداول (٧، ٨، ٩) لا يجدون في القناة ما يشبع احتياجاتهم، ولعدم تقديم القناة الإخبارية تغطيات شاملة لما يحدث في المملكة، وإلى محدودية أسباب متابعة الجمهور السعودي للقناة الإخبارية، وندرة مشاهدة الجمهور السعودي لبرامج القناة، وإذا نظرنا إلى نتائج الدراسة الميدانية الأنف ذكرها نجدها متوافقة مع العوامل المؤثرة على متابعة الجمهور السعودي للقناة الإخبارية، وعليه فإن على القناة الإخبارية أن تدرك أن الفضاء الإعلامي مليء بالقنوات التلفزيونية المنافسة وتملك إمكانات مهنية عالية وقادرة، فإذا لم يجد المتلقي في القناة الإخبارية ما يلبي طموحاته ويشبع احتياجاته من مضامينها فإنه سوف ينصرف عنها إلى مشاهدة قنوات أخرى، إضافة إلى ذلك فإننا من خلال متابعة المشهد الإعلامي الحالي نلحظ انصراف كبير من الجمهور من متابعة الوسائل الإعلامية التقليدية إلى متابعة مواقع التواصل الاجتماعي حيث بات الجمهور يجد فيها كل ما يحتاجه، فهذه المواقع تقدم للجمهور مزايا لا يجدها في القناة الإخبارية، والتي من أهمها نقل الأحداث التي تقع في المملكة حال حدوثها لا تستطيع الوسائل الأخرى مجاراة هذه المنصات في هذا المجال، وهذا تؤكده النتيجة التي توصلت هيام في دراستها (٢٠١٩) في أن مواقع التواصل الاجتماعي هي البديل الذي يلجأ له الجمهور في حال عدم ثقتهم في الأخبار التي تقدمها القنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة.

وما سبق يؤكده ما جاء في الإطار النظري من أهمية معالجة القضايا والأحداث وفق اهتمامات الجمهور ونقل الأحداث بشكل صحيح، وهذه من مؤشرات المصداقية؛ فمتابعة الوسيلة الإعلامية مرتبطة بما يجده المتلقي فيها ومدى إدراكه لمصداقيتها، وقد بين الاختبار الاحصائي في هذه الدراسة بوجود علاقة عكسية (سالبة) بين مصداقية قناة الإخبارية وبين العوامل المؤثرة على متابعتها، وهذا يشير إلى أنه كلما ارتفعت درجات رؤية الجمهور السعودي لمصداقية قناة الإخبارية، فقد يؤدي ذلك لانخفاض مستوى العوامل المؤثرة على متابعة القناة الإخبارية.

وفيما يتعلق بنتائج اختبار الفروض تؤكد الدراسة على الآتي:

أولاً: بينت نتائج اختبار فروض الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من الجمهور السعودي في رؤيتهم لمصداقية القناة الإخبارية وفقاً لاختلاف الحالة الاجتماعية، والسن، والدخل الشهري، والمؤهل العلمي، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية

بين أفراد العينة في مدى التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني وفقاً لاختلاف الحالة الاجتماعية، والسن، الدخل الشهري، والمؤهل العلمي، وتتفق نتيجة هذا الفرض رغم اختلاف بيئة الدراستين مع دراسة (Andaleeb، Jamil، Rajeb) (٢٠٢٢) في تأثير متغيري الجنس والتعليم على تصورات المشاهدين في المصداقية العامة للأخبار التلفزيونية.

ثانياً: بينت نتائج اختبار فروض الدراسة وجود علاقة طردية (موجبة) بين مدى التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني وبين مصداقيتها، مما يشير إلى أنه كلما ارتفعت رؤية الجمهور السعودي لمدى التزام القناة الإخبارية بمعايير الأداء المهني، ارتفع مستوى رؤيتهم لمصداقيتها.

ثالثاً: بينت نتائج اختبار فروض الدراسة وجود علاقة طردية (موجبة) بين مدى متابعة القناة الإخبارية وبين مصداقيتها، مما يشير إلى أنه كلما زادت متابعة الجمهور السعودي للقناة الإخباري ربما يؤدي ذلك لارتفاع مستوى رؤيتهم لمصداقيتها، ووجود علاقة طردية (موجبة) بين مدى متابعة القناة الإخبارية وبين التزامها بالأداء المهني، مما يشير إلى أنه كلما زادت متابعة الجمهور السعودي للقناة الإخبارية، ربما يؤدي ذلك لارتفاع مستوى رؤيتهم لالتزامها بالأداء المهني.

رابعاً: بينت نتائج اختبار فروض الدراسة وجود علاقة عكسية (سالبة) بين مصداقية قناة الإخبارية وبين العوامل المؤثرة على متابعتها، مما يشير إلى أنه كلما ارتفعت درجات رؤية الجمهور السعودي لمصداقية قناة الإخبارية، ربما يؤدي ذلك لانخفاض مستوى العوامل المؤثرة على متابعتها.

خامساً: بينت نتائج اختبار فروض الدراسة وجود علاقة طردية (موجبة) بين الثقة بما تطرحه القناة الإخبارية من أخبار وموضوعات في برامجها المختلفة وبين مصداقيتها، مما يشير إلى أنه كلما ارتفعت ثقة الجمهور السعودي بما تطرحه القناة الإخبارية من أخبار وموضوعات في برامجها المختلفة، ربما يؤدي ذلك لارتفاع مستوى رؤيتهم لمصداقيتها.

ويخلص الباحث من خلال مناقشته لنتائج الدراسة إلى أن ارتفاع مستوى الأداء المهني للقناة الإخبارية يرتبط بزيادة مصداقيتها، كما أن الثقة في محتواها يعزز من مصداقيتها لدى الجمهور السعودي.

التوصيات

تثير النتائج التي تم التوصل إليها العديد من التوصيات على النحو الآتي:

١- في ضوء ما بينته نتائج الدراسة من قلة متابعة الجمهور السعودي من أفراد العينة للقناة الإخبارية فإن الباحث يدعو القائمين على إدارة القناة بمعالجة العوامل المؤدية لقلة المتابعة بالعمل على تطوير أدواتها المهنية، والسعي بشكل كبير إلى تقديم تغطيات إعلامية شاملة وفورية للأحداث والقضايا ذات البعد السعودي، ومرتبطة باحتياجات الجمهور السعودي وتلامس اهتماماتهم الحقيقية، لتكون قناة فاعلة ومؤثرة لدى هذا الجمهور، كما يوصي أيضاً بضرورة عمل القناة دراسات للتعرف على أسباب قلة متابعة الجمهور السعودي للقناة الإخبارية رغم أنها القناة السعودية التي لا يوجد لها منافس محلي في مجالها.

٢- تبعاً لما كشفت عنه نتائج الدراسة من عدم المتابعة الدائمة من قبل الجمهور السعودي لنشرات الأخبار في القناة الإخبارية، وندرة مشاهدة بقية برامجها البالغة (١٣) برنامج، فيوصي الباحث القناة بالبعد عن الأطر المهنية التقليدية التي يتم من خلالها إنتاج برامج القناة، والتركيز على عدد مناسب من البرامج تتوفر لها الإمكانات المادية والفنية والبشرية قادرة على تقديم نشرات إخبارية وبرامج عالية الجودة.

٣- في ضوء تأكيد الجمهور على مصداقية القناة الإخبارية وفق ما بينته نتائج الدراسة، فإن الباحث يوصي بمزيد من الاهتمام بالعناصر المعززة للمصداقية بالسعي إلى تقديم الأخبار والقضايا في سياقاتها المهنية، والعمل بمهنية عالية ووفقاً لأخلاقيات المهنة الإعلامية.

٤- وفقاً لما بينته نتائج الدراسة من تعدد العوامل المؤثرة في متابعة الجمهور للقناة الإخبارية، فعلى القناة العمل على الجوانب التي تجعل الجمهور يتابع القناة ولا ينصرف عنها لمتابعة قنوات أخرى وذلك بأن تقوم بتطوير أدواتها المهنية، وجلب الكفاءات الإعلامية المدربة وذات الخبرة من مذيعين ومعدين، ومعالجة ما تطرحه من قضايا وموضوعات بعمق، واستضافة خبراء ومحللين ومتخصصين ومناسبين للتعليق على الأحداث، والاهتمام بالتقارير الحية والمباشرة.

٥- يوصي الباحث بدراسة العلاقة بين تعرض الجمهور للقناة الإخبارية وببناء اتجاهاتهم نحو الهوية السعودية.

٦- يوصي الباحث بدراسة أطر معالجة القناة الإخبارية للقضايا السعودية في ضوء رؤية المملكة ٢٠٣٠.

الهوامش والمراجع

١ – جين فوريمان، أخلاقيات الصحافة، ترجمة محمد صفوت حسن، ط١ (القاهرة: دار الفجر، ٢٠١٢) ص٢٥٠.

٢- عبدالملك بن عبدالعزيز الشلهوب، العوامل المؤثرة على مصداقية الصحف السعودية لدى الشباب في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد: ٢٤ (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يناير-يونيه ٢٠٠٥م) ص٢٢.

٣ -عبدالقادر شعباني، وراغب جابر، ووائل قنديل، وأسامة قطينة، المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية (تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية، ٢٠٠٦م) ص١٦، ١٨.

٤- نهاوند القادري عيسى، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية: الوقوف على تخوم التفكك، ط١(بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨) ص١٠٩.

5- Edson C. Tandoc Jr., Andrew Duffy, S Mo Jones-Jang and Winnie Goh Wen Pin, Poisoning the information well? The impact of fake news on news media credibility, Journal of Language and Politics, 20(5), 783-802. https://www.jbe-platform.com/ content/ journals/ 10.1075/jlp.21029.tan›p784.

6-BANJO, ABOSEDE OLUBUNMI, ETHICAL PROBLEMS FACED BY JOURNALISTS IN NIGERIA AND THE ROLE OF MEDIA ORGANIZATIONS IN SUSTAINING PROFESSIONAL STANDARDS, INTERNATIONAL JOURNAL OF OFHUMANITIES, ITERATURE AND ART RESEARCH, VOL. 02 NO. 1 OCT-2023 ISSN: 1116 - 2619

7- Bossio, D. (2023). Journalists on Instagram: Presenting professional identity and role on image-focused social media. Journalism Practice, 17(8), 1773-1789. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512786.2021.2001359

8- Agustiani, R. R., Kusmayadi, I. M., & Karlinah, S. (2022). The Effect of Job Demands on Journalist Performance in Pikiran Rakyat Newspaper. Jurnal Kajian Jurnalisme, 6(1), 76-91 .http://jurnal.unpad.ac.id/kajian-jurnalisme/article/view/27205

٩- محمد أمزيان برغل، ونور الدين تواتي، تأثير الوضعية على الأداء الصحفي للعاملين في قطاع السمعي البصري في الجزائر: دراسة وصفية على عينة من صحفيي القنوات التلفزيونية الخاصة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي، إبريل ٢٠٢٢) ص. ص ٦٨٣-٧٠٣.

١٠- مينا عبدالستار العزاوي، العوامل المؤثرة في الأداء المهني للإعلاميات العراقيات: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة (عمان: جامعة الشرق الأوسط، ٢٠٢٢).

١١- رضوان رياح، الأداء المهني الإعلامي في ظل البيئة الإعلامية الرقمية: دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين الجزائريين، مجلة المعيار، مج٢٦، العدد:٥، ص.ص٥٣١-٥٥٤، http://search.mandumah.com/Record/1290299

١٢- محمد إبراهيم الحفناوي، دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي: دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين، المجلة المصرية لبحوث الصحافة، العدد:٢٣ (القاهرة: قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يونيو ٢٠٢٢) ص.ص٣٨٧-٤٤٥.

١٣- سهير عثمان عبدالحليم، اتجاهات الصحفيين والإعلاميين المصريين نحو دور المجلس الأعلى والهيئات الوطنية لتنظيم الصحافة والإعلام في ترشيد الأداء المهني للمؤسسات الصحفية والإعلامية المصرية:

دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد: ٨١ (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٢٢) ص. ص ١٤٧-٢٠١.

١٤ - أنس بكر عبدالكريم الحراحشة، العوامل المؤثرة على الأداء المهني للمراسل في القنوان التلفزيونية الأردنية: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة (إربد: جامعة اليرموك، كلية الإعلام، ٢٠٢٠).

١٥- يعقوب مليزي، وبران بن شاعة، الالتزام بالمعايير الأخلاقية المهنية في الصحافة الإليكترونية الجزائرية: دراسة تحليلية لموقع الشروق أون لاين، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، مج ١٧، العدد:٢ (سطيف-الجزائر: جامعة محمد لمين دباغين، ٢٠٢١) ص.ص ٤٠١-٤١٦.

١٦- حسينة بوشيخ، بيئة العمل في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة وأثرها على الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية: المراسلون المعتمدون بولاية عنابة أنموذجاً، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، العدد:٩ (أم البواقي- الجزائر: جامعة العربي بن المهيدي، ٢٠١٨) ص.ص ٢٧٤-٢٩٦.

17- Syed Saad Andaleeb1, Raihan Jamil and Mehdi Rajeb, Demographic Effects on TV News Credibility: Perceptions in Bangladesh, Media Watch, Vol. 13, No. 1, January 2022, PP49-68.

١٨ سالم بن ناصر الشريف، مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار لدى القائم بالاتصال في الصحف السعودية الإليكترونية: دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد:٧٩ (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يونيو ٢٠٢٢) ص.ص١٣٩-١٩٦.

19 - Amber Hinsley, Credibility in the time of COVID-19: Cues that audiences look for when assessing information on social media and building confidence in identifying fake news about the virus, Open Information Science, Vol. 6, No.1, May 22, 2022, PP 61–73.

-20 Edson C. Tandoc Jr., Andrew Duffy, S Mo Jones-Jang and Winnie Goh Wen Pin, Poisoning the information well? The impact of fake news on news media credibility, Journal of Language and Politics, 20(5), 783-802. https://www.jbe-platform.com/content/journals/ 10.1075/jlp.21029.tan

٢١- رامز محمد درويش أبوحصيرة، مصداقية القنوات التلفزيونية أثناء أزمة فيروس كورونا، المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل - العلوم الإنسانية والإدارية، مج٢٢، عدد خاص (الأحساء: جامعة الملك فيصل، ٢٠٢١) ص.ص١-٩.

٢٢ - هناء حفناوي يوسف حسن الحفناوي، مصداقية القنوات الفضائية العربية ووسائل التواصل الاجتماعي في تناول الأزمات الأسرية لدى الفتاة الجامعية السعودية: دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد: ٥٨، ج٢ (القاهرة: جامعة الأزهر، يوليو ٢٠٢١) ص.ص٨١٣-٨٧٤.

٢٣- سمر يسري جابر عبدالله، مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية العربية في تغطية أحداث العنف والإرهاب على المستوى المحلي والدولي: دراسة تحليلية في إطار مدخل التهديدات المجتمعية، دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين: الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات التكامل والمنافسة، مج٤(القاهرة: كلية الإعلام: جامعة القاهرة، يوليو ٢٠٢١) ص.ص٢١٢٧-٢١٥٦.

٢٤- أميرة محمد محمد أحمد، تقييم النخبة لمصداقية التغطية الإعلامية لمشروعات التنمية الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية في المواقع الإخبارية: دراسة مسحية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، مج١٠، العدد: ١(الجزائر: كلية العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكره، ٢٠٢١) ص.ص٥٧١-٦٠٥.

٢٥- جيهان سيد أحمد، التأثيرات النفسية والسلوكية لمحتوى الإعلام المرئي المقدم عن كورونا وعلاقته بمصداقية المصدر، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، ج٤، العدد: ٥٦ (القاهرة: جامعة الأزهر، يناير ٢٠٢١) ص.ص١٥٢٥-١٥٧٢.

٢٦- سارة طارق أحمد أمين، اتجاهات طلاب الجامعات المصرية نحو مصداقية المضامين الصحية على التلفزيون ومنصات التواصل الاجتماعي، دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين: الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات التكامل والمنافسة، مج٤(القاهرة: كلية الإعلام: جامعة القاهرة، يوليو ٢٠٢١) ص.ص٢٠٩٩-٢١٢٦.

٢٧- هيام محمد شرف الدين أحمد محمد، اتجاهات الشباب الجامعي نحو مؤشرات مصداقية الأخبار بالقنوات الفضائية: دراسة ميدانية، مجلة كلية الآداب، ج٤، العدد: ٥٣ (القاهرة: كلية الآداب، جامعة سوهاج، أكتوبر ٢٠١٩) ص.ص ٣٧٥-٣٩٨.

-28 Syed Saad Andaleeb1, Raihan Jamil and Mehdi Rajeb, Demographic Effects on TV News Credibility 2022, P51.

٢٩- عبدالملك بن عبدالعزيز الشلهوب، العوامل المؤثرة على مصداقية الصحف السعودية لدى الشباب في المملكة العربية السعودية، مرجع سابق، ص١.

٣٠- عزة عبد العزيز، مصداقية الاعلام العربي: المفاهيم والمعايير، ط١ (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦) ص٣٥.

-31 Fogg, B.J., Kameda, T., Boyd, J., Marshall, J., Sethi, R., Sockol, M., and Trowbridge, T. (2002). "Stanford Makovsky Web Credibility Study 2002: Investigating what makes Web sites credible today." A Research Report by the Stanford Persuasive Technology Lab & Makovsky & Company. Stanford University. Available at www.webcredibility.org,2002, P3.

٣٢- دينس ماكويل، نظرية ما كويل للاتصال الجماهير، ترجمه، أيمن باجنيد، وعبير خالد، ط٦ (الرياض: منتدى أسبار، ٢٠١٩م) ص٧٥٦.

٣٣- غادة عبدالتواب اليماني، مصداقية الأخبار المحلية في الصحف والمواقع الإخبارية: دراسة ميدانية، مجلة جامعة البحوث الإعلامية، العدد:٣٣ (القاهرة: جامعة الأزهر، يناير ٢٠١٠) ص٢٩٠.

٣٤- غادة عبدالتواب اليماني، بحوث ودراسات في الإعلام الصحفي: البناء المنهجي والاستدلال الإحصائي (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ٢٠١٤) ص٨٧، ٨٨.

٣٥- هشام رشدي خيرالله، الاتجاهات الحديثة في بحوث مصداقية وسائل الإعلام: دراسة تحليلية نقدية، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، مج١، ج٦، العدد: ١٨ (المنوفية: جامعة المنوفية، إبريل ٢٠١٩) ص١٦٣٧.

٣٦- حمدان خضر السالم، وخضير عباس الموسوي، مستويات مصداقية الصحافة في إطار النموذج البنائي للمصداقية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد: ٣١ (بغداد، جامعة بغداد، يناير ٢٠١٦) ص١٧٥.

٣٧ غادة عبدالتواب اليماني، بحوث ودراسات في الإعلام الصحفي، مرجع سابق، ص٩٠.

٣٨- سحر أحمد غريب محمد، مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار لدى القائم بالاتصال في الصحافة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج ٢٠، العدد٣(القاهرة: كلية الإعلام: جامعة القاهرة، سبتمبر ٢٠٢١) ص٢٠٦.

٣٩ خالد صلاح الدين حسن علي، مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور: دراسة كمية، كيفية في إطار النموذج البنائي للمصداقية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد: ٢٦ (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يناير-مارس ٢٠٠٦م) ص١٣٢، ١٣٣، وحمدان خضر السالم، وخضير عباس الموسوي، مستويات مصداقية الصحافة في إطار النموذج البنائي للمصداقية، مرجع سابق، ص١٧٤، ١٧٥.

٤٠- فوزي عبدالرحمن الزعبلاوي، معايير جودة العمل الصحفي في مواقع المؤسسات الصحفية وانعكاساتها على الأداء المهني، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد: ١٤، ج٢ (القاهرة: كلية الإعلام: قسم الصحافة، جامعة القاهرة، إبريل ٢٠١٨) ص٩١.

٤١ - هبه حسين عبدالوهاب نقلاً عن هيام محمد شرف الدين أحمد محمد، اتجاهات الشباب الجامعي نحو مؤشرات مصداقية الأخبار بالقنوات الفضائية، مرجع سابق، ص٣٦٥.

٤٢- جوهن كرسويل، تصميم البحوث الكمية، النوعية المزجية، ترجمة عبدالمحسن عايض القحطاني، ط١(الكويت: دار المسيلة للنشر والتوزيع،٢٠١٨) ص٢٧٣.

-43 https://www.surveysystem.com/sscalc.htm

-44https://www.stats.gov.sa/

* المحكمون هم: أ.د. محرز غالي الأستاذ بكلية الإعلام بجامعة القاهرة، وأ.د. السيد بخيت أستاذ الإعلام بجامعة زايد، وأ.د. وائل عبدالباري الأستاذ بكلية الآداب بجامعة عين شمس، ود. هيثم يونس الأستاذ المشارك بقسم الإعلام بجامعة الملك سعود، ود. عايض بن مرزوق الحربي الأستاذ المشارك بقسم الإعلام بجامعة الملك سعود ود. حسين القحطاني الأستاذ المساعد بقسم الإعلام بجامعة الملك سعود.

-45 https://www.globalmediainsight.com

٤٦- عبدالملك بن عبدالعزيز الشلهوب، الصورة الذهنية للإعلاميين السعوديين لدى الجمهور السعودي: دراسة مسحية، مجلة كلية الآداب، العدد:٤٧، ج١(سوهاج: كلية الآداب، جامعة سوهاج، ٢٠١٨) ص٣٦٢.

47- https://www.globalmediainsight.com

٤٨- سمر يسري جابر عبدالله، مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية العربية في تغطية أحداث العنف والإرهاب على المستوى المحلي والدولي، مرجع سابق، ص٢١٣١.

٤٩- دينس ماكويل، نظرية ماكويل للاتصال الجماهيري، مرجع سابق، ص٧٥٧.