مصداقية القنوات الأخبارية العربية والموجهة في تناول القضايا الخليجية كما يراها الجمهور الاماراتي

د/ خالد أحمد عبد الجواد (*)

مقدمة

شهدت السنوات الأخيرة من القرن الماضي والسنوات المبكرة من الألفية الثالثة اهتماما بالغا بدراسة مصداقية وسائل الإعلام من قبل الباحثين في مجال الاتصال الجماهيري بصفة عامة، وتأثيرات وسائل الإعلام بصفة خاصة، وتعد المصداقية من المفاهيم بالغة التعقيد حيث تتخطى مجرد الصدق أوالصحة إلى متغيرات ترتبط بدورها بالأنظمة الفرعية المختلفة في النظام الاجتماعي ممثلة في وسائل الإعلام والرأي العام والمناخ السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي السائد في المجتمع المعين[1].

وتشير نتائج بعض الدراسات إلى ان وسائل الاعلام المختلفة تشهد تراجعا ملحوظا في مستويات مصداقيتها حيث أكدت تلك الدراسات ان السنوات الأخيرة شهدت تراجعا حادا في مصداقية وسائل الإعلام إلى الحد الذي نطلق فيه مصطلح أزمة المصداقية على السنوات المبكرة من القرن الحالي.

وهناك العديد من المتغيرات التي تتدخل وتحدد وتؤثر في مفهوم المصداقية؛ منها خصائص الجمهور، وخصائصه ،والسلطة ومدى تدخلها وتأثيرها على حرية القناة الإخبارية، وحجم الحدث وما يمثله من أهمية للجمهور، بالإضافة إلى درجة تعرض الوسيلة لنفوذ المال والسلطة، ومدى التزام القائم بالاتصال بأخلاقيات العمل والضمير المهني، وخبرة الجمهور مع الوسيلة، والقائم بالاتصال واتجاهاته وأفكاره الخاصة[2].

وتتجسد الأهمية الخاصة لقضية المصداقية في ظل جمهور نشط أصبح امامه العديد من البدائل والخيارات التي يستطيع من خلالها أن يتحرى الصدق والدقة فيما ينقل له من أخبار، وأن يقارن بين مصادر الأخبار المختلفة سعيا الى المصداقية المنشودة من تلك الوسائل، وتكمن الخطورة في أنه إذا شعر الجمهور ان هناك من يخدعه او لا يحترم عقليته فإنه سرعان ما يفقد الثقة في تلك الوسيلة-القناة- لتصبح جهود القائم بالاتصال في هذه الحالة عديمة الجدوى أو قد يحصل على عكس ما يريد من نتائج وأهداف، بل قد يفقد جمهوره ومصداقية وسيلته لفترات طويلة يصعب فيها تغيير الصورة الذهنية المنطبعة عنها[3].

مصداقية القنوات الإخبارية الموجهة:

نتيجة زخم المنطقة العربية بالأحداث السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها، فقد سعت معظم الدول الكبرى إلى إطلاق قنوات اخبارية تحمل اسم دولها بتمويل حكومي

(*) استاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الزقازيق

لتخاطب الجمهور العربي بساعات بث على مدار 24 ساعة، من خلال نشرات وبرامج إخبارية تجذب المشاهد العربي، بهدف تقديم رؤيتها للأحداث والقضايا ووضع قدم لها في المنطقة، وتغيير صورتها الذهنية التي رسمها العقل العربي عنها على مر السنين. إن ازدياد أعداد تلك القنوات الموجهة دليل على أن تلك الدول تولي الرأي العام في العالم العربي أهمية كبرى بعكس ما يظنه البعض.

لقد أصبح النشاط الإعلامي لأي دولة لا يقتصر على الاتصال بجماهيرها داخل الحدود الإقليمية، بل أدركت مختلف الدول أهمية مخاطبة الشعوب خارج حدودها، أي أن العملية الاتصالية أصبحت عابرة الحدود. وهنا يبرز دور وسائل الإعلام على المستوى الدولي، حيث تستخدم الدول المختلفة هذه الفضائيات في الدعاية الخارجية لسياستها وشرح وجة نظرها تجاه القضايا المختلفة.

وقد يرى البعض أنه من قبيل الصدفة أن تكون للدول الخمس الأعضاء في مجلس الأمن والمتمثلة في الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وفرنسا وروسيا والصين، إضافة إلى ألمانيا، قنوات إخبارية تبث نشراتها وبرامجها باللغة العربية من خلال بث تلفزيوني مباشر إلى العالم العربي، إلا ان الأحداث أظهرت أنه منذ حرب الخليج الثانية عام 1991 والدور القوي للإعلام في إدارة تلك الحرب، والدول الكبرى تحرص بشدة على الوصول الإعلامي المباشر إلى الجمهور العربي. فتلك الفضائيات الأجنبية الناطقة باللغة العربية التي تنتمي لهذه الدول قد حلت محل الإذاعات الموجهة التي كانت تتسيد الساحة الإعلامية منذ أربعينيات وخمسينيات القرن الماضي .

تُجمع التعريفات المتداولة في الأوساط العلمية على ان الاتصال الدولي هو المجال البحثي الذي يُعني بنقل القيم والاتجاهات والإفكار والمعلومات إلى الأفراد والجماعات والحكومات السائدة في الدول والمجتمعات الإقليمية والدولية. ويرى بعض علماء الاتصال أن تسمية هذا التخصص بالإعلام الدولي يعكس تحيز المؤسسات الغربية التي تُطلق اسم الدولية على أي ظاهرة تقع خارج إطار الدول الغربية[4].

وقد أكدت نتائج العديد من الدراسات ان البعد السياسي يؤثر إلى حد كبير على طبيعة ومدى الموضوعية أو التحيز اللذان تتسم بهما التغطية الإخبارية في القنوات الإخبارية الدولية، حيث يمكن القول أن هناك حالة من التبعية الإعلامية للعملية السياسية، فالشبكات الغربية تنحاز ضد القضايا العربية، فتقدمها بطريقة متحيزة ومشوهة بدرجات نسبية تزيد في حالة بعض القنوات مثل الـ CNN وتقل في قنوات مثل Euronews مرورا ب BBC، رغم كل ادعاءات الحياد والموضوعية، وأخذا في الاعتبار ظروف وطبيعة عمل هذه الشبكات وتنافسها من أجل تحقيق السبق الاخباري. ورأت مثل تلك الدراسات أن هذه التغطية المتحيزة متعمدة بدليل عدم حدوثها في قضايا أخرى أوروبية وأمريكية أو على الأقل حدوثها بشكل أقل حدة[5].

وتعد المصداقية واحدة من العوامل المؤثرة في نجاح العملية الاتصالية لوسائل الإعلام بأنماطها المتعددة، وقد اختلفت رؤية الباحثين حول مفهومها، فيرى بعضهم انها تعني الثقة في الوسيلة أو إمكانية الاعتماد عليها، وآخرون يرون أنها تعني احترام الوسيلة وتقديرها وتفضيلها كمصدر للمعلومات والآراء مقارنة بغيرها من الوسائل، وآخر يعتقد أنها تعني رضا الجمهور عن أداء الوسيلة، وتعني عند البعض الأداء الصائب للوسيلة[6].

وقد يكون من الصعب دراسة مصطلح المصداقية دون الاشارة إلى مصطلح الثقة، لأن الثقة كانت ومازالت أساسا في بناء الكثير من المفاهيم والأبعاد التي تؤطر المصداقية.

كما إننا نجد أن مفاهيم مثل الموضوعية والتحيز قد خضعت في المجال الاخباري إلى العديد من الدراسات التي حاولت رصد المفهوم وتحديد أبعاده، وعلى الرغم من الكم الهائل من هذه الدراسات إلا انها لم تصل إلى اتفاق نهائي حول هذا المفهوم ليس فقط بسبب تركيبه وتعقده، بل بسبب نسبته، فما هو موضوعي من جانب محدد قد لا يكون موضوعي من جانب آخر، إما بسبب السلطة أو المصلحة او الضغوط المتعددة التي تمارس على القائمين بالاتصال، والتي أفردت لها نماذج حراسة البوابة العديد من التفسيرات[7].

وقد حاول فوج Fogg(2001) وضع تعريفا للمصداقية، أكد فيه ان المصداقية تعني "درجة الثقة التي يمنحها الأفراد لأشخاص معينة أو لمعلومات ما"، وأضاف أن هناك عنصران أساسيان يسهمان في توضيح مفهوم المصداقية، الأول: أن المصداقية هي إدراك "النوعية" فهي لا تكمن في موضوع أو شخصية أو معلومة، لذلك حينما تتم مناقشة مصداقية شيء ما فإنه في الواقع يتم مناقشة مدى إدراك الأفراد لمصداقيتها، والعنصر الثاني: اتفق العلماء على أن إدراك المصداقية ينتج عن تقييم مجموعة من الأبعاد المركبة معا بشكل متزامن[8].

لقد طرح البعض مفاهيم متعددة غطت كثيرا من الجوانب المختلفة لمعنى المصداقية، لعل من أبرزها أن مصداقية الصحافة تعني امرين، الأول: مصداقيتها بالنسبة للقارئ، حيث تعني مدى دقة وصحة المعلومات التي تنشرها الجريدة، ومدى موضوعية صاحب الرأي فيها، لأن الخبر معياره الدقة، والرأي معياره موضوعية الكاتب . والثاني: مصداقيتها بالنسبة لصانع القرار أو مصدر الأخبار عموما، حيث تعني القدرة على معرفة ما يجري بالنسبة للشعب او الجمهور، وإلى أي مدى يستفيد صانع القرار من انعكاسات ما يجري في الصحف، والاهتمام بالتوازن في عرض الرأي الآخر أثناء التغطية الصحفية الشاملة، والدقة في مراجعة الصحيفة قبل نشرها بحيث تصبح الدقة من السمات الواضحة للصحيفة[9] وتكمن أهمية متغير المصداقية في كونه يمثل المتغير الفاعل والرئيسي في عملية الإقناع وتعديل اتجاهات الرأي العام

نحو القضايا البارزة في المجتمع خلال فترة أو فترات زمنية معينة.

لقد قام بعض الباحثين بمحاولة لحصر المؤشرات المكونة لمفهوم المصداقية تمثلت في : [10]

- معالجة القضايا التي تمس مصالح واهتمامات الجمهور.
- الالمام بعناصر الموضوع والشمولية.
- تعددية أبعاد كل عنصر من العناصر المكونة للموضوع.
- عرض وجهتي النظر" تعددية الاتجاهات".
- التوازن في عرض أبعاد وعناصر الموضوع.
- الاستناد إلى الأدلة والوثائق " التنوير".
- الدقة في إثبات المصدر والتواريخ والأسماء والأرقام والاحصاءات.
- الثقة في الصحيفة ومصادرها.
- الموضوعية والتجرد من الأهواء الشخصية.

أزمة المصداقية

لقد تناقصت مصداقية وسائل الإعلام خلال التسعينيات من القرن الماضي، حيث أكدت استطلاعات الرأي العام ان الثقة في وسائل الإعلام قد تناقصت، وأكدت هذه الاستطلاعات ان أعدادا متزايدة من الجمهور أصبحوا لا يصدقون الصحافة ولا يثقون في المعلومات التي يحصلون عليها من وسائل الإعلام [11].

ويؤكد الخبراء والمراقبون لأداء وسائل الإعلام على المستوى العالمي على ان ثمة جهودا تبذلها وسائل الإعلام للحد من فجوة الثقة بينها وبين الجماهير، على حين يشير هؤلاء الخبراء إلى أن تلك الجهود الإيجابية تتعرض لبعض المعوقات المستترة؛ حيث دأبت وسائل الإعلام وبخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية وبعض البلدان الأوروبية على تكريس نمط مستتر من التحيز الإعلامي ألا وهو " التحيز الإجرائي The Operational Bias من خلال اعتماد تلك الوسائل على انماط بعينها من المحللين والخبراء الذين يطرحون تفسيرا أحاديا للقضية أو القضايا المهمة دون التعرض للسياقات المعرفية والتاريخية لتلك القضايا ويؤدي ذلك حتما إلى تضليل الرأي العام. وقد حذر الخبراء انفسهم من أن تقتدي وسائل الإعلام في الديموقراطيات الناشئة – ومنها مصر والدول العربية- بذلك النموذج الأمريكي [12].

وقد حدد عدد من الباحثين الغربيين العوامل التي أدت إلى تناقص مصداقية وسائل الإعلام وهي [13]:

- ضعف إحساس الصحفيين بالمسؤولية وغرورهم وسلوكهم السيئ أحيانا.
- عدم الدقة وعدم الشمول في تغطيتهم للأحداث والممارسات المهنية السيئة.
- اعتماد بعض الصحفيين بشكل مكثف على المصادر المجهولة.
- عدم رضى الجمهور عن انتهاك وسائل الإعلام لحق المواطنين في الخصوصية.
- عدم اهتمام وسائل الإعلام لآراء الجمهور وشكواهم.
- احساس الجمهور بأن الصحفيين أصبحوا جزءا من طبقة النخبة الليبرالية.

كما أكد البعض على وجود بعض العوامل مثل تطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والتي أدت إلى ظهور بعض المشاكل الأخلاقية، من أبرزها تناقص مصداقية وسائل الإعلام، الأمر الذي يمكن أن يفقد هذه الوسائل مبررات وجودها، وشرعية حريتها، كذلك أدت التطورات التكنولوجية الى زيادة القدرة على النقل الحي للأحداث من مواقعها وفي الوقت الذي تحدث فيه، فقد كان لذلك أثر سيء على عدة معايير أخلاقية للتغطية الصحفية تمثلت في[14]:

- لم يعد هناك وقت للتأكد من صحة المعلومات أو دقتها أو وصفها في سياقها التاريخي او التأكد من توافر المعايير الأخلاقية فيها .

- حدوث الخلط بين ما هو حدث بالفعل وبين الاستعانة بما تم تسجيله وتركيبه من قبل، مما يعني أنه من الممكن الخلط بين الحقيقة وما هو غير حقيقي، ويؤكد" باول" أن مثل هذه الامكانيات قد تطبق في التغطيات الاخبارية الحية في مناطق الصراعات والحروب لصالح تيار معين او شخص معين أو حتى لخدمة مصالح الشركات الاحتكارية المالكة، مما يؤكد ضرورة الإعلاء من القيم الأخلاقية وإلا انهارت مصداقية وسائل الإعلام.

-أن السعي وراء الإعلانات وزيادة التوزيع اصبحت تولي معايير المكسب أهمية أكبر من المعايير المهنية ومفهوم المسؤولية تجاه المجتمع مما أدى إلى زيادة موضوعات الإثارة على حساب الموضوعات الجادة.

- أن التكنولوجيا المعلوماتية والاتصالية الحديثة أصبحت تهدد الوسائل الإعلامية التقليدية ومن أهمها الصحافة المطبوعة التي أصبحت تواجه خطرا كبيرا، وأن جمهور الصحف المطبوعة قد بدأ يتناقص بشكل حاد.

وفي ضوء ازمة مصداقية وسائل الإعلام؛ فقد شهدت الآونة الأخيرة طرحا جادا من قبل المتخصصين في مجال الإعلام والاتصال السياسي يمثل بدوره حملة عالمية للمطالبة بمزيد من الشفافية في أداء وسائل الإعلام، وقد عضدت بعض المؤسسات الدولية هذه الحملة التي أكدت أن ثم أزمة في مصداقية وسائل الإعلام بمختلف بلدان العالم، مما يؤثر سلبا عبر الزمن في المكانة الاجتماعية لتلك الوسائل بوصفها نظاما

اتصاليا يضطلع بمهام الوظائف بالغة الأهمية في إطار النظام الاجتماعي للدول المختلفة. حيث يشير خبراء وأساتذة الإعلام إلى ان مصداقية وسائل الإعلام تتأثر بعدد من العوامل من أبرزها[15]:

- الأطر الأيدلوجية والمتغيرات السياسية والاقتصادية والثقافية .
- أنماط وأساليب ممارسة وسائل الإعلام.
- مكانة النظام الإعلامي في منظومة الأنظمة المختلفة المكونة للنظام المجتمعي.
- الالتزام الموضوعي والمعنوي بأخلاقيات المجتمع واحترام ديناميات تطوره فكريا وثقافيا.
- التفسيرات النسبية لمفهوم الصدق والصحة والأمانة الإعلامية.
- التباين الثقافي بين الدول المختلفة.
- الجدل حول دور وسائل الإعلام في المجتمع بمعنى اقتصار هذا الدور على عكس الواقع الاجتماعي؛ أي ان تكون تلك الوسائل مرآة للواقع أم ان المحررين الاخباريين يقدمون الواقع للجمهور في ضوء تحيزاتهم وميولهم ومواقفهم الشخصية المسبقة ،ويرى بعض الباحثين ان وسائل الإعلام تعبر-غالبا- عن مصالح مجتمعية معينة، تجعل من تقديم التغطية الموضوعية مهمة صعبة إن لم تكن مستحيلة، لذلك فإن تغطية وسائل الإعلام لقضايا المجتمع عادة ما توصف بأنها متحيزة ومائلة[16].

كما يشير خبراء وأساتذة الإعلام إلى ان مصداقية وسائل الإعلام تتأثر بعدد من العوامل من أبرزها: الأطر الأيديلوجية والمتغيرات السياسية والاقتصادية والثقافية، و أنماط وأساليب ممارسة وسائل الإعلام، ومكانة النظام الاتصالي بوصفه نظاما فرعيا- Sub-System في منظومة الأنظمة المختلفة المكونة للنظام المجتمعي،وكذلك الالتزام الموضوعي والمعنوي بأخلاقيات المجتمع واحترام ديناميات تطوره فكريا وثقافيا، إلى جانب التفسيرات النسبية لمفهوم الصدق والصحة والأمانة الإعلامية، والتباين الثقافي بين الدول المختلفة[17].

إن مصداقية وسائل الإعلام هي احد العناصر المهمة في تقييم الأداء الإعلامي لمختلف وسائل الإعلام بالنسبة لكافة الأحداث والقضايا التي تتصدى هذه الوسائل لمعالجتها. فلا شك أن هذه المصداقية لها أبعاد مختلفة منها ما يتعلق بالهيئات الإعلامية أو المؤسسة الإعلامية ذاتها والنظام الإعلامي الذي تمارس عملها من خلاله، ومنها ما يتعلق بالقائمين بالعملية الإعلامية من إعلاميين وصحفيين، وأخيرا المعلومات أو المضمون الذي تبثه هذه الوسائل. فقد حدد بعض خبراء الإعلام ثلاثة مجالات أساسية للبحث في مصداقية الاتصال تتمثل في الثقة في وسائل الاتصال، والأمانة والمعايير الأخلاقية، والتصورات عن اتجاهات الجمهور نحو الوسائل فيما يتعلق بكل من قابلية التصديق والدقة، وأخيرا الإنصاف والتحيز[18].

لقد كانت من أبرز تداعيات أزمة 11 سبتمبر 2001 ما أثير من جدل حول مصداقية وسائل الإعلام وقت الأزمات، وهي قضية أثيرت دوما في أزمات مماثلة، ذلك أنه

وقت الحروب والأزمات يمارس نوعا من الرقابة على المضمون، سواء أكانت رقابة مباشرة او غير مباشرة، وإن كان قد حدث تطور طفيف وهو لجوء السلطة العسكرية إلى فتح المجال أمام البيانات العسكرية كبديل لنشر المعلومات عما يجري في ميدان القتال رغم خضوع هذه البيانات لسيطرة مسبقة[19].

كما كان للكيفية التي أرادت بها وسائل الإعلام وتناقلت من خلالها أنباء الحرب الدائرة في أفغانستان تأثير واضح على عنصر المصداقية، ففي دراسة قام بها الباحثون في مركز الامتياز الصحفي الأمريكي وشملت 246 تقريرا تناقلتها شبكات التلفزيون والصحف ومحطات الراديو الأمريكية في الفترة من منتصف سبتمبر إلى منتصف ديسمبر 2001، توصل الباحثون إلى أن وسائل الإعلام قد حرصت على مبدأ الاختصار والاعتماد على البيانات العسكرية والالتزام بالموقف الأمريكي الرسمي، كما تبين أن شبكات التلفزيون الأمريكية كانت أقل انتقادا للموقف الأمريكي من الصحف الأمريكية[20].

كذلك فإن السنوات المبكرة في الألفية الثالثة قد شهدت تراجعا في مصداقية وسائل الإعلام بمختلف دول العالم؛ ومن ثم فقد حذر منظرو المدخل المؤسسي في دراسة الإعلام من خطورة تراجع مصداقية وسائل الإعلام على اعتبار أن ذلك يمثل تهديدا لعدد من المفاهيم المؤسسية، وبخاصة تلك المتعلقة بحرية الإعلام والسلطة الرابعة او دور وسائل الإعلام في حماية مصالح المجتمع ومقدرتها المادية والمعنوية. فثمة عوامل متداخلة أدت بدورها إلى تفاقم أزمة المصداقية ومن أبرزها؛ علاقة وسائل الإعلام بالنظم والسلطات السياسية، والتحيز في أنماط وأساليب الممارسة المهنية، وخبرات الجمهور مع وسائل الإعلام عبر الزمن؛ فضلا عن الغموض المصاحب للتحولات المجتمعية التي يشهدها المجتمع المعين خلال فترات زمنية قصيرة نسبيا[21].

وإذا كانت بعض المحطات الإخبارية لا تراعي مثل هذه الجوانب في الدول النامية بسبب محليتها من جانب، وخضوعها للسيطرة الحكومية من جانب آخر، فإن الشبكات الإخبارية الكبرى من المفترض أن تتحرر من هذه القيود بسبب حرصها على سمعتها العالمية وبسبب توافر المصادر والمواد الإخبارية العالمية المصورة، حيث قامت هذه الشبكات ببناء صورة ذهنية معينة جعلت منها الشبكات الأكثر شهرة ومكانة على المستوى العالمي[22].

ومن ثم أصبحت دراسة العوامل المؤثرة في مصداقية وسائل الإعلام لدى الجمهور ذات اهمية بالغة في الوقت الراهن، خاصة في ظل المنافسة الشديدة من جانب وسائل الإعلام، وطبيعة الأحداث التي تتميز بالسرعة في التغطية الاخبارية، حيث يعد الاعتماد على وسائل الإعلام ومدى الثقة فيها في غاية الأهمية، وخاصة عندما يتعرض الأفراد لمعلومات متضاربة حول الأحداث المختلفة من خلال التعرض للعديد من المضامين الإعلامية في وسائل الإعلام[23].

مقاييس المصداقية

تعددت محاولات الباحثين لوضع مقاييس محددة لدراسة مصداقية وسائل الإعلام، ففي دراستهما بعنوان " قياس مفهوم المصداقية"، حدد كل من Gaziano and Mcgrath ضرورة وجود عناصر أساسية لقياس هذا المفهوم تتضمن"قابلية الجمهور لتصديق معلومات المصدر، ومدى مراعات هذا المصدر لدقة معلوماته، ومدى تمتعه بالثقة لدى الجمهور، ومدى تحييزه أو انتقاصه لبعض العناصر المؤثرة على اكتمال الحقائق، إضافة إلى احترامه لخصوصية الجمهور ومصالحهم، واهتمامه بذوق الجمهور العام، وفصل الحقائق المقدمة عن الآراء الشخصية[24].

وبناء على ذلك، فقد وضع الباحثان عددا من العبارات تشكل مقياسا للمصداقية، حيث تقيس هذه العبارات اتجاهات الجمهور تجاه وسائل الإعلام وفق عدد من الأبعاد، تم دمجها في 12 عبارة تهتم بمعرفة معدلات المصداقية في الصحف والتليفزيون وهي[25].

1-عادلة أم غير عادلة في التغطية.

2- متحيزة أم غير متحيزة.

3- تقول الحقيقة كاملة أم لا.

4- دقيقة أم غير دقيقة في نقل المعلومة.

5- تحترم خصوصية الأفراد.

6- تُعنى باهتمام المشاهد.

7- تهتم بالبناء المجتمعي.

8- تفصل الرأي عن الحقيقة.

9- يمكن الثقة فيها أم لا.

10- تهتم بالفائدة العامة أم تهتم بالفائدة التسويقية.

11- هل هي حقيقية أم ممزوجة بالرأي.

12- لديها مراسلون على درجة عالية من التدريب أم لا.

لقد اهتمت البحوث الإعلامية خلال السنوات القليلة الماضية بتناول مفهوم المصداقية في وسائل الإعلام (الصحافة- الإذاعة والتليفزيون- الإنترنت)، وتوصلت تلك البحوث إلى وضع مفاهيم وأبعاد متعددة للمصداقية في وسائل الإعلام وهي: الدقة، السمعة، الخبرة، الحالية، التكامل، العدالة، الوثوق بالمصدر، العملية التحريرية، العمق، الموضوعية، الأمانة، التفاعل، الأهمية الإخبارية، عدم التحيز[26].

مشكلة الدراسة

لقد شكلت الأحداث الأخيرة التي العديد من دول الجوار العربية مع بداية العقد الثاني من الألفية الثالثة وهو ما أطلق عليه " ثوارث الربيع العربي"، وما تبعها من أحداث متلاحقة ومضطربة، بدت في بعضها توارث حقيقية، وفي بعضها الآخر صراعات دموية وحروب اهلية، شكل ذلك كله أمام وسائل الإعلام المختلفة تحديا حقيقيا.

ولعل وسائل الإعلام الغربية ممثلة في شبكاتها التليفزيونية العملاقة لم تكن بعيدة عن تلك الأحداث، بل كان اغلبها في القلب منها، من خلال شبكة قوية من المراسلين، تقوم بصياغة التقارير المختلفة حول كافة الموضوعات والاحداث العربية عامة ومنطقة الخليج بصفة خاصة كونه يمثل نموذجا مهما لحالة الاستقرار البعيد شكلا عن التطورات الحادثة في المنطقة ولكنها بامكانياتها وقدراتها ليست بمنأى عما يحدث، وهذا ما دفع دول الخليج للتحالف لاعادة النظام السياسي الشرعي في اليمن الى وضعه ومحاربة المعارضة المسلحة الممثلة في رئيس اليمن المعزول وجماعة الحوثيين المدعومين من ايران ، وبالتالي اصبح لدول الخليج نصيبا من الاحداث الجارية في المنطقة.

لقد اهتمت شبكات التليفزيون العالمية ببث قنوات لها ناطقة باللغة العربية إلى المنطقة لتخاطب من خلال نشراتها التي تذاع على رأس الساعة، وبرامجها الإخبارية والحوارية المختلفة المواطن العربي، فلم تعد تكتفي بأن يتابع جمهور معين القنوات الرئيسية لها الناطقة بلغتها الأصلية، بل حرصت على الوصول إلى كافة أبناء الوطن من خلال التواصل معهم بلغتهم العربية التي يسهل من خلالها تقديم الرؤى وطرح الأفكار والتفسيرات حول مجريات الأحداث في المنطقة.

وتؤكد البحوث والدراسات أنه من الأدوار الأساسية لوسائل الاتصال أنها قنوات اتصال بين الصفوة والجماهير، كما ان دورها لا يقتصر على مجرد تقديم المحتوى الإخباري، بل هي أيضا تقوم ببناء معنى لهذا المحتوى، حيث يستخدمها الأفراد والصفوات الذين يعتمدون عليها في تكوين معارفهم واتجاهاتهم نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع، وبالتالي تساعدهم في تكوين معارف واتجاهات نحو تلك القضايا، كما تقوم وسائل الإعلام بدور رئيسي في ترتيب اولويات الجمهور العام والصفوة تجاه القضايا الرئيسية في المجتمع، خاصة تلك القضايا التي تحظى بمعدلات نقاش مرتفعة.

وتعد دولة الامارات العربية المتحدة من الدول الخليجية المؤثرة في منطقة الخليج على المستوى السياسي والاقتصادي بما لديها من امكانيات وقدرات جعلها مطمعا للكثير، لذا فانها في موقفها من الازمة اليمنية كان لسعي الدولة للوقوف امام الخطر الطائفي ، وأن نهج الدولة هو مد يد العون والمساعدة لنصرة القضايا العربية وصونا للأن القومي الخليجي والعربي ومصالحها الاقتصادية.[27]

ويرتبط المواطن الاماراتي بحكومته وحكامه ارتباطا خاصا ينعكس في كثير من الرضا والقناعة بهم وسياستهم الداخلية والخارجية ويقف دائما الى جانبهم في قرارتهم ، ويقف أمام منتقديهم سواء كانوا أفرادا أو محاولات من وسائل اعلامية للنيل منهم ومواقفهم ، وعلى ضوء ذلك فان الدراسة تسعى الدراسة و تتحدد المشكلة البحثية لها في رصد وتحليل وتفسير مصداقية القنوات الإخبارية الدولية الموجهة باللغة العربية في تغطيتها للأحداث الخليجية بصفة عامة والامارتية ومواقفها السياسية بوجه خاصة في ضوء توجهات بعض هذه القنوات بعد أحداث اليمن وانضمام دولة الامارات الى دول التحالف وسقوط شهداء من مواطنيها في الحرب الدائرة هناك ومدى ثقة المواطن الامارتي وتصديقه للمضامين التي تقدمها هذه القنوات .

أهداف الدراسة

ومن هذا المنطلق تتجه الدراسة الى تحقيق الأهداف التالية :

1-رصد معدلات اعتماد المواطن الاماراتي على القنوات الإخبارية الدولية الموجهة بالعربية كمصادر أساسية للحصول على المعلومات .

2- التعرف على تقييم المواطن الاماراتي لأداء القنوات الإخبارية الدولية الموجهة بالعربية في تغطيتها للأحدث المرتبطة والمتعلقة بدولة الامارات .

3-الكشف عن أهم القنوات الدولية الموجهة بالعربية التي يلجأ إليها المواطن الاماراتي لاستقاء المعلومات وقت الأزمات.

4- التعرف على مستويات مصداقية القنوات الإخبارية الدولية الموجهة بالعربية لدى المواطن

5- الكشف عن مدى تأثير نمط ملكية القناة على مستوى مصداقيتها لدى المواطن الاماراتي.

6- معرفة اتجاهات المواطنين الامارتيين عينة الدراسة نحو أداء القنوات الإخبارية الموجهة بالعربية..

الدراسات المرتبطة

يستعرض الباحث الدراسات المرتبطة بموضوع دراسته التي استفاد منها و تطرح العناصر والمتغيرات ذات العلاقة بالدراسة والتي تشمل كلا من المصداقية والقنوات الإخبارية الموجهة حيث تناولت دراسة بسنت مراد (2014) [35]. تحليل القضايا العربية بالخطاب التليفزيوني الأوروبي الموجه باللغة العربية حيث طبقت دراستها على قنوات BBC عربي، وروسيا اليوم ودتش فليه DW والتعرف على علاقة الصفوة المصرية بالخطاب الإخباري المقدم بتلك القنوات وأجرت دراستها على عينة قوامها 180 مبحوثا من الصفوة المصرية وتوصلت الدراسة إلى أن القناة الألمانية

DW جاءت في مقدمة القنوات الموجهة فيما يتعلق بعنصر التوازن في عرض القضايا، وأن هناك تأثير في سياسة الدولة الباثة للقناة في قنوات روسيا وبريطانيا وألمانيا على طريقة معالجة بعض القضايا العربية، وظهر أكثر مباشرة في روسيا اليوم، وغير مباشر في قناة BBC ، بينما DW فقد كانت أكثر حيادية.

وفي دراسة صفا عثمان (2013) [36]. حول مصداقية وسائل الإعلام الجديد والتقليدي فقد كشفت ارتفاع درجة مصداقية الإعلام الجديد عن وسائل الإعلام التقليدي لدى جمهور عينة الدراسة التي شملت 300 مبحوثا من الجمهور العربي من سن 18 فأكثر،وترجع المصداقية إلى انها أي الوسائل الجديدة تقدم مصالح الجمهور على مصالح ملاك الوسيلة الإعلامية، وأنها تتميز بالموضوعية والمهنية.

وفي دراسة هيثم فالح الموسوي 2013[37] توصل إلى اهتمام القنوات الموجهة التي اجرت عليها الدراسة (الحرة الأمريكية -العالم الإيرانية- روسيا اليوم) بالقضايا السياسية العراقية وركزت على قضايا الإرهاب والأكراد والانتخابات المحلية في العراق.

واختلف التناول والمعالجة وفق الدول الباثة، حيث سعت "الحرة والعالم " إلى التوازن في عرض قضية الأكراد بينما سعت " العالم وروسيا اليوم" إلى التوازن في عرض قضايا الإرهاب.

وقد رصدت هبة شاهين (2012) [38] في دراستها حول مصداقية القنوات التليفزيونية الإخبارية في الأزمات أن المبحوثين اعتمدوا على قناتي العربية والجزيرة في متابعة اخبار 25 يناير، وتصدرت قناة لBBC القنوات الإخبارية من حيث إجمالي المصداقية ويليها قناة العربية ثم الجزيرة، وتصدر دافع الفهم قوائم دوافع الاعتماد والتأثيرات الوجدانية قوائم تأثيرات الاعتماد، وأن هناك علاقة بين مصداقية القنوات والاعتماد عليها كمصادر للاخبار المتعلقة بثورة 25 يناير.

وفي دراسة فاطمة محمد صالح (2012) [39] التي سعت للتعرف على العوامل المؤثرة على مصداقية المادة الإخبارية التلفيزيونية والمتغيرات المؤثرة توصلت إلى ان فورية تغطية الأحداث والقضايا الجارية جاء في الترتيب الأول من بين الأسباب التي تزيد من مصداقية القناة وأخبارها لدى الجمهور، ثم الأخبار التي تهم الجمهور ثانيا وكم الشمولية في تغطية الأخبار، وأن هناك علاقة طردية بين مصداقية كل من قنوات النيل الإخبارية وقناة الجزيرة وزيادة معدل مشاهدتها.

ورصدت داليا عثمان (2012) [40] الاهتمام الكبير للقنوات الاخبارية الموجهة (الحرة- العالم- فرنسا 24) بالقضايا السياسية العربية ومحاولة الوصول إلى التوازن في عرض تلك القضايا من خلال طرح وجهات نظر متعددة كما أكدت ارتفاع نسبة الأخبار السلبية بشكل عام في النشرات والبرامج الإخبارية، وأكدت التحيز الواضح والاختلاف بين القنوات محل الدراسة في تغطية القنوات العربية وفقا لسياسة الدولة المالكة للقناة وعلاقتها السياسية بالدول العربية.

وأكدت دراسة محمد شريف(2012) [41] اهتمام قناتي فرنسا 24، والحرة بالقضايا السياسية المتعلقة بالصراع العربي الإسرائيلي وحوادث الإرهاب وإن اختلفت في أسلوب المعالجة والتناول، حيث حاولت قناة فرنسا24 عرض وجهات النظر المختلفة بينما اتضح تحيز قناة الحرة نحو الرؤية الأمريكية وأهمية دورها كفاعل حقيقي في حل قضايا الشرق الأوسط واعتمدت كل قناة لتوضيح وجهة نظرها على الأساليب الفنية الخاصة بالتعامل مع الصورة في اللقطات وحركات الكاميرا وزواياها واستخدام الجرافيك والرسوم الثابتة.

واستهدفت دراسة فاطمة شعبان [42] التعرف على المعالجة الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط السياسية والأمنية في قنوات(الحرة الأمريكية، العالم الإيرانية، النيل للأخبار) وحجم الاختلاف بينها، وكذلك التعرف على البيئة الاتصالية للجمهور المصري وانعكاسها على ادراكه لقضايا الشرق الوسط السياسية والأمنية من خلال التعرف على قائمة أولويات الجمهور وتصوراتهم وأطرهم الخاصة وكشفت نتائج الدراسة الاختلاف الواضح بين أولويات الجمهور مشاهدي القنوات وقائمة أولويات القنوات الإخبارية الثلاث، مما يعني انخفاض تأثير قنوات الدراسة على آراء واتجاهات المبحوثين نحو قضايا الدراسة، وأن القنوات استخدمت الأخبار المعالجة بشكل تام مقابل الاخبار المجردة.

وحاولت دراسة هبة الله فتحي(2011) [43] التعرف على كيفية معالجة قناتي الحرة الأمريكية و32 الإسرائيلية للقضية الفلسطينية والقضية العراقية والإصلاح السياسي في الوطن العربي، وتبين من الدراسة سعي قناة الحرة لتكون أكثر توازنا في عرض القضايا لجذب المشاهد في حين اتضح مدى حرص القناة الإسرائيلية على إبراز التوجهات الإسرائيلية وأن إطار الصراع هو الشكل الأبرز في الأطر التي استخدمتها القناتان وتبين أيضا وجود أجندة خاصة لكل قناة تعكس توجهها الأيديلوجي.

وسعت دراسة ميرال مصطفى (2011) [44] إلى تحليل الصورة الإعلامية التي تقدمها المواد الإخبارية في القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية عن العرب والدول العربية وتأثير هذه الصورة على اتجاهات الجمهور الأجنبي نحو العرب والدول العربية وكشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الصورة المقدمة عن العرب في القنوات CNN،BBC محل الدراسة، والصورة المشكلة لدى الجمهور الأجنبي.

وحاولت دراسة هبة حسين (2010) [45] التعرف على مستويات المصداقية في القنوات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفوة المصرية" السياسية والأكاديمية والإعلامية" مستخدمة في ذلك مستويين الأول عام Macro Level والثاني فرعي Micro Level، وكشفت النتائج أن الصفوة تشاهد قناتي العربية والجزيرة CNN و BBC, كقنوات عربية وأجنبية، وكانت قناتيCNN ،BBC

هما الأكثر مصداقية لديهم، ومن اهم معايير المصداقية في الفورية في نقل الحدث" ارتفاع مستوى أداء المذيعين، ومراسلين على درجة عالية من التدريب والكفاءة، أما المعايير عند فتتلخص في الدقة في نقل المعلومة وكفاءة المراسلين.

أما دراسة فاطمة الزهراء (2010) [46] فقد حاولت رصد درجة اهتمام القنوات الاخبارية الدولية الناطقة بالعربية بالقضايا المصرية، وأولويات اهتمام الشباب الجامعي، من خلال رصد أطر المضمون الإخباري وأساليب المعالجة الإعلامية، بالتطبيق على قنوات الجزيرة، الحرة، روسيا اليوم BBC عربي وخاصة نشرات الأخبار الرئيسية والبرنامج السياسي الرئيسي، وتوصلت الدراسة إلى أن قناة الجزيرة تتبع أسلوب المعالجة المكثفة مقارنة مع القنوات الأخرى وأنها لا تهتم بكل الأخبار المصرية ولكنها تنتقي منها، وأنها الأكثر استخداما للأسلوب السلبي في معالجة القضايا المصرية، رغم ذلك كشفت الدراسة ان الشباب الجامعي المصري يرى أن قناة الحرة الأمريكية هي الأكثر اهتماما بالشأن المصري الداخلي.

كما كشفت دراسة نهى العبد(2009) [47] في دراستها حول مستويات اعتماد الجمهور العربي على القنوات الأجنبية الموجهة باللغة العربية في وقت الأزمات، كشفت ان القنوات الأجنبية احتلت الترتيب الخامس في الاعتماد على المعلومات، وجاءت الBBCالعربية على رأس القنوات الموجهة في المشاهدة يليهاTV5 الفرنسية ثم الحرة الأمريكية ومن وجهة نظرهم فإن اهم ما يميز هذه القنوات الامكانيات الفنية والجرأة والمصداقية، وتتمثل أهم دوافع الاعتماد عليها في معرفة وجهة النظر الغربية في الأحداث، في حين أبرز أوجه القصور هي عدم الموضوعية في عرض الأخبار المختلفة والتحيز الواضح لإسرائيل.

وفي دراسة ماجدة مراد (2008) [48] لمعرفة رؤية الصفوة المصرية الجامعية تجاه مصداقية القنوات الإخبارية وحرية الإعلام، تبين أن الفضائيات العربية الاخبارية في مقدمة مصادر المعلومات لعينة الدراسة، وأكدت الدراسة على تفوق قناة الجزيرة من وجهة نظر العينة في فورية نقل الحدث ومتابعة تطوراته وعدم تجاهل أي حدث مهم والدقة في نقل البيانات، كما كشفت وجود علاقة ارتباط ايجابية بين مستوى مصداقية القنوات الاخبارية ومعدل مشاهدة أفراد العينة لها ما عدا قناة النيل للأخبار لم يثبت وجود هذه العلاقة، كذلك علاقة ارتباط إيجابية بين مستوى مصداقية الفضائيات الاخبارية ومستوى الحرية الإعلامية المنشودة من وجهة نظر افراد العينة وذلك بالنسبة لقناة الجزيرة، العربية، .

وقد حاولت دراسة أشرف جلال(2008) [49] الاجابة على تساؤل رئيس هو : ما طبيعة وحدود الحرية والمسئولية المهنية في أداء الشبكات الإخبارية العالمية، والجزيرة الدولية، BBC ، Euronews ، CNN ، في تغطيتها للأحداث والقضايا العربية، وما أثر هذه التغطية على اتجاهات جمهور الأجانب نحو هذه الأحداث بالتطبيق على قضيتين هما

الاحتلال الأمريكي للعراق، واختيار الرئيس اللبناني، وأكدت الدراسة على التغطية المشوهة للقضايا العربية من جانب الشبكات الغربية، فقد اتخذت قناتا CNN ، BBC موقفا مؤيدا لكل ما تقوم به الولايات بشكل اقترب الى الاطلاق ويورونيوزEuronews ولكن بشكل أقل، أما الجزيرة الدولية فكانت أكثر تعبيرا عن الموقف العربي والأكثر قربا من مفهوم الحياد والتوازن، وأن هناك علاقة ارتباطية بين التعرض للشبكات الاخبارية محل الدراسة والمعرفة بالقضايا العربية، وأن هناك ارتفاع كبير في مستوى التعرض والمعرفة بقضايا الدراسة وإن كان هناك فروقا في الاتجاه سواء نحو التغطية الاعلامية أو نحو القضايا محل الدراسة.

واختبرت عزة عبدالعظيم (2007) [50] مكونات مصداقية الأخبار في الصحف والتلفزيون والانترنت بين الجمهور الإماراتي للتعرف على مدى وجود اختلاف أو تشابه بين إدراك الجمهور لمصداقية الوسائل الحديثة "الانترنت" في الحصول على الأخبار مقابل الوسائل التقليدية "التلفزيون والصحف" وأثبتت الدراسة أن التليفزيون لايزال يحظى بالمصداقية الأعلى من بين الوسائل التقليدية والحديثة بين جميع الفئات الديمجرافية المختلفة للجمهور الإماراتي وأن هناك ثلاثة عوامل تحدد المصداقية بين عينة الدراسة وهي" الاهتمام بالمجتمع والثقة والحرفية في إعداد الأخبار" وملاحقة الأحداث، وأن وسائل الإعلام الثلاث تشترك في عاملين أساسيين يحددان المصداقية الخاصة لها وهما: عامل" الاهتمام بالمجتمع والثقة في الوسيلة " وعامل" الحرفية في الأداء" بينما اختلفوا في العامل الثالث، وأظهرت الدراسة أن هناك ارتباطا بين الاعتماد والمصداقية أقوى في الوسائل الحديثة من الوسائل التقليدية، بينما هذه العلاقة أقل بالنسبة للصحف وتختفي في التليفزيون ، وتثبت وجود علاقة ارتباط إيجابية دالة احصائيا بين درجة الثقة في الوسيلة وإدراك الجمهور لمصداقيتها.

واستهدفت دراسة أمين سعيد (2007) [51] التعرف على كيفية معالجة قضايا العالم العربي في القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية، حيث اجرى دراسته على قناتي "العالم" الإيرانية "والحرة" الأمريكية الموجهتين باللغة العربية ، وخلصت الدراسة أن القضية العراقية جاءت على رأس أولويات الاهتمام لدى القناتين، ثم الملف اللبناني ثم جاءت القضية الفلسطينية في الترتيب الثالث، وارتفاع نسبة الاخبار السلبية عن الأخبار الإيجابية وأن القناتين يتبنيان الخط السياسي لدولة البث.

وفي دراسة William P.Cassidy (2007) [52] سعى فيها إلى مقارنة مفاهيم الصحفيين بالصحف اليومية المطبوعة والصحف الإلكترونية من حيث مصداقية الأخبار المنشورة على الإنترنت، وتأثير بعض العناصر في هذه المفاهيم وأهمها "الدور المهني"، وكشفت الدراسة أن المشاركين وجدوا ان الأخبار على الانترنت متوسطة المصداقية، وأن كل مهني ينتمي إلى وسيلة يؤكد انها الأكثر مصداقية، وهذه ما اكده العاملون في الصحف الالكترونية والصحف المطبوعة، ولم تظهر أية تأثيرات للعوامل الديمجرافية.

في دراسة خالد صلاح الدين (2006) [53] حول مصداقية وسائل الإعلام لدى الجمهور المصري، استخدم مستويين رئيسيين الأول المستوى العام أو الكلي ويتضمن التصديق العام من الجمهور لوسائل الإعلام، والمستوى الفرعي المحدد ويتضمن المقارنة بين قابلية الجمهور لتصديق الوسائل التقليدية في مقابل الوسائل الحديثة ممثلة في الانترنت، وأشارت النتائج إلى ان التلفزيون جاء في الترتيب الأول من حيث المصداقية ثم الصحف الحزبية ثم الصحف القومية، وأظهرت الدراسة تفوق المواقع الاخبارية الالكترونية على مختلف الوسائل التقليدية من حيث درجة مصداقيتها ومصداقية وسائل الإعلام التقليدية والحديثة فيما يخص القضايا البارزة كالبطالة، وتبين وجود علاقة ارتباط بين مستوى الثقة في المؤسسة الإعلامية من ناحية وكل من المستوى الخاص بمصداقية القائم بالاتصال والمصادر الاخبارية كما ظهر وجود ارتباط بين الاعتماد والمصداقية.

وفي رصد للعلاقة بين الأيديلوجية الحزبية وإدراك مصداقية المصدر في إطار التأثير المعادي لوسائل الإعلام أجرى Zeng Jun Ping (2005) [54] حدد تأثير ذلك على مصداقيتهم المدركة لثلاث شبكات تلفزيونية إخبارية أمريكية وأجرى الدراسة على عينة 1005 فرد، وكشفت نتائج الدراسة ان الانتماء الحزبي يؤثر بشكل ذي دلالة واضحة في إدراك الأفراد لمدى مصداقية المصادر الإخبارية للشبكات الثلاث محل الدراسة، وخلصت إلى أن وسائل الإعلام الإخبارية ليست منطقية بشان توجهاتها الأيديلوجية

وللكشف عن مدى مصداقية الانترنت كوسيلة جديدة في نقل المعلومات والأخبار أجرى James Watt (etal) (2006) [55] دراسة على عينة من الأمريكين من أصل عربي في مدينة بورتلاند (الأمريكية) الذين يعارضون الحرب في العراق وتوصلت الدراسة إلى وجود ارتباط سلبي قوي بين ادراك مواقف الحكومة المؤيدة للحرب وادراك مصداقية الانترنت، وأن تنوع المعلومات والرؤى حول هذه الحرب جعلت من الانترنت الرافد الإخباري الأكثر مصداقية لديهم، وأن من أبرز عوامل مصداقية الانترنت لدى أفراد العينة التوازن في العرض"، الحالية وإعطاء أسباب وتفسيرات للحدث

وطرحت دراسة Ann Marie (2006) [56] تأثير العامل الأيديلوجي على تأطير المادة الإخبارية في نشرات الأخبار في قناتي "المنار" التابعة لحزب الله اللبناني،"والحرة" الأمريكية وأشارت الدراسة أن قناة المنار تمثل الموقف الرافض للتدخلات الأمريكية في المنطقة وأن الولايات المتحدة هي العدو الأكبر، في حين تحاول قناة الحرة تجميل صورة الولايات المتحدة وسياستها في المنطقة وتشرح السياسة الأمريكية للجمهور العربي والهجوم على حركات المقاومة المسماة بالارهاب من وجهة النظر الأمريكية، وأشارت الدراسة إلى أن قناة المنار ربما تكون قد عبرت عن رغبة داخلية لدى الكثير من أفراد الجمهور العربي.

في دراسة إبراهيم صالح (2006) [57] سعى الباحث إلى التعرف على أساليب التغطية الإخبارية لقضية الصراع العربي الإسرائيلي في قناة النيل الدولية وقناة BBC WorldNews، والقناة الثانية الإسرائيلية، وكشفت الدراسة التباين في حجم التغطية الإخبارية للقضية في كل من الثلاث قنوات حيث ارتفعت في القناة الإسرائيلية ولكنها أقل في قناة النيل الدولية وقد كانت منخفضة في قناة BBC بشكل كبير، وهذا قد يرجع من وجهة نظر الباحث إلى فلسفة وأهمية الموضوع في كل قناة حسب سياسة الدول التابعة لها.

ورصدت Kelly Kinner (2005) [58] في دراسة الأطر الإعلامية لأزمة دارفور السودانية في موقع قناة الجزيرة على شبكة الانترنت وموقع BBC العربية وقارن بينهما من خلال التحليل المي والكيفي، وتوصلت دراستها إلى الاختلاف بين الموقعين في المعالجة حيث أبرز موقع الجزيرة مسؤولية الحكومة السودانية والاتحاد الافريقي عن إنهاء الصراع في حين ركزت ال على الأمم المتحدة والاتحاد الافريقي، وأبرزت ال BBC الصورة السلبية للحكومة السودانية في إغلاق معسكرات اللاجئين وتجاهل جماعات حقوق الإنسان، كذلك الاختلاف بين الموقعين في استخدام تعبيرات مثل الإبادة الجماعية،التصفية العرقية، بينما يشير موقع الجزيرة إلى الإبادة الجماعية المزعومة

أما هويدا مصطفى (2003) [59] فقد كشفت في دراستها حول مصداقية وسائل الإعلام كما تراها الصفوة في مصر، من حيث التزام هذه الوسائل بمعايير وعناصر المصداقية من موضوعية، ودقة، وثقة، ونزاهة في التغطية، فضلا عن الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية، وتطبيق ذلك على التغطية الاخبارية للحرب على العراق. وكشفت أن الصفوة المصرية تعتمد بشكل اكبر على الشبكات العالمية والمجلات الأجنبية أكثر من اعتمادها على التلفزيون المصري في متابعة الأحداث، كما كشفت عدم التزام وسائل الإعلام بشكل كامل بالمصداقية، كما كانت الكفاءة او الحرفية المهنية الأقل بروزا في التغطية الإعلامية في حين كانت "الحرية" من أبرز عناصر المصداقية المفتقدة في التغطية الإخبارية للحرب على العراق من وجهة نظر الصفوة المصرية، كما ظهرت عناصر اخرى لعدم المصداقية من اهمها"التحيز"، " الإثارة" ، " وعدم المسئولية" وعدم الالتزام بالدقة في المعلومات الواردة في التقارير الإخبارية.

وفي دراسة Rasha Abdulla (2002) [60] حول مصداقية الأخبار المقدمة في الصحف وقنوات التليفزيون ووسائل الإعلام الحديثة ممثلة في الانترنت، توصلت إلى ان هناك اختلافا بين الأخبار الأكثر أهمية في كل من الصحف والتلفزيون والاخبار الاكثر أهمية على الانترنت، وأنا أهم ما يميز الصحف الأمانة والدقة،أما مصداقية التلفزيون تمثلت في عدالة التقديم اما الانترنت فكانت استحقاق الخبر للنشر وصدقه ودقته واكتماله وتوازنه وعدالته وأمانته من وجهة نظر عينة الدراسة البالغة 536 مبحوثا.

وكشفت دراسة Johnson and Kays (2000)[61] حول مصداقية الصحف الالكترونية عند ذوي الاهتمام السياسي، أن نصف العينة تقريبا تستخدم الانترنت لمعرفة الأخبار السياسية، واعتمادهم بشكل اساسي في استقصاء المعلومات السياسية اكثر من الاعتماد على الوسائل التقليدية وتبين وجود علاقة ارتباط بين الاعتماد على الوسائل التقليدية والمواقع الخاصة بها على الانترنت وكذلك وجود ارتباط ضعيف بين الخصائص الديمجرافية ومصداقية ما يقدم على الانترنت فذوي التعليم المرتفع أكثر انتقادا وتحليلا لما يقدم على الشبكة عن غيرهم من ذوي التعليم الأقل.

الاستفادة من الدراسات المرتبطة

وبعد الاطلاع على الدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة يستطيع الباحث ان يؤكد ان هذه الدراسات قد ساهمت بشكل مميز في توضيح صورة القنوات الاجنبية الموجهة ومدى مصداقيتها في تناول الكثير من القضايا العربيةحيث تبين طبيعة توجهات القنوات وعلاقتها السياسية بالدول الباثة وانعكاس ذلك على مواقفها التحريرية وبخاصة في القضايا الخلافية مثال القضية الفلسطينية والحرب على العراق وغيرها من المواقف ، كما اتضح درجة ثقة الجمهور في هذه القنوات حيث تباينت ثقة الجمهور في القنوات وفق طبيعة وتوجه هذه القنوات والعلاقات الارتباطية القوية أوالضعيفة بين المصداقية والخصائص الديموجرافية لعينات الدراسة ، ولاشك أن الباحث استفاد من نتائج الدراسات في اجراء دراسته وتطبيق وتوظيف مقاييس وعوامل المصداقية على الجمهور الاماراتي في علاقاتهم بالقنوات الاخبارية العربية والموجهة بالعربية التي تعرض الموضوعات المتعلقة بالخليج ودولة الامارات ، وكانت الخطوات المنهجية لهذه الدراسات عنصرا مهما اضاف للباحث قدرا كبيرا من التوجيه لتطبيق دراسته .

الإطار النظري للدراسة: (مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام):

يُعد مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام أحد المداخل التكاملية التي تربط بين العوامل النفسية والاجتماعية في إطار مرجعي اجتماعي وثقافي يفرض نفسه على طبيعة وسائل الاتصال وطبيعة تأثيرها على الجمهور[28].

ويعتبر اعتماد الفرد المكثف على معلومات وسائل الإعلام سمة تميز المجتمعات المتحضرة؛ لفهم العالم الاجتماعي المحيط والقيام بالسلوك الاجتماعي بشكل ذي معنى، بالاضافة إلى الهروب إلى عالم الخيال والمتعة من مشاكل الحياة اليومية وما تسببه من توتر، فكلما زادت الحاجة إلى وسائل الإعلام، زاد الاعتماد عليها. وبالتالي زاد احتمال أن تغير المعلومات من معارف الجمهور ومشاعره وسلوكه، وكلما زاد اتجاه المجتمع نحو التحضر، وزادت درجة التغيير او الصراع في المجتمع؛ زاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام. فالجمهور في المجتمع المركب يعتمد بشكل خاص على المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام؛ وهذا بدوره يؤدي إلى تفاعل مركب بين

وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع؛ فالفكرة الرئيسية للنظرية تكمن في " ان قدرة وسائل الإعلام على تحقيق قدر اكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة وجود عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير. وبالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغييرسلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيرا مرتدا لتغير كل من المجتمع ووسائل الإعلام، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع[29].

ومن هنا تعتبر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي إحدى النظريات البيئية التي تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيبا عضويا، بحث كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة بغيرها، ثم يحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات. ومن المفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءا مهما من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث. وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى، وقد تتسم

هذه العلاقات بالتعاون أو بالصراع وقد تكون ديناميكية متغيرة أو ساكنة ثابتة وقد تكون مباشرة وقوية أو غير مباشرة وضعيفة[30].

وتعد كثافة علاقة أفراد الجمهور بوسائل الاتصال بمثابة مقياس لأهداف الفرد التي يسعى إلى تحقيقها وتختلف هذه الكثافة وفقا لاختلاف أهداف الأفراد واختلاف الجماعات والأنظمة البيئية والاجتماعية والاتصالية والتي يحيا بداخلها الجمهور وأيضا نتيجة لاختلاف فئات هذا الجمهور واختلاف ثقافته[31].

وتقوم نظرية اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام على دعامتين رئيسيتين :

- الأولى: أن هناك أهداف للأفراد يريدون تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة سواء كانت اهداف شخصية أو اجتماعية.

- الثانية: اعتبار نظام وسائل الإعلام نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد وتتمثل هذه المصادر في مراحل استقاء المعلومات ونشرها مرورا بعملية الاعداد والترتيب والتنسيق لهذه المعلومات ثم نشرها بصورة اخرى.

تأثيرات اعتماد الفرد على وسائل الإعلام.

أ) الآثار المعرفية Cognitive Effects :

تضم هذه الآثار التغيرات في المعارف والمعلومات لدى الجمهور، مما يترتب عليه التأثير في أولوياتهم واهتماماتهم بالقضايا المختلفة من جهة، والتأثير في بناء القيم لديهم من جهة أخرى، وتتمثل تلك الآثار المعرفية في إزالة الغموض، ترتيب الأولويات، اتساع المعتقدات، القيم، تكوين أو تشكيل الاتجاهات.

ب) الآثار الوجدانية Affective Effects:

يؤدي الاعتماد على وسائل الإعلام إلى تأثيرات وجدانية ترتبط بالمشاعر والعواطف التي يكونها الأفراد تجاه ما يحيط بهم، وتتضمن تلك التأثيرات: الفتور العاطفي، الخوف والقلق، الدعم المعنوي والاغتراب.

ت) الآثار السلوكية Behavioral Effects:

وهي محطة التأثيرات المعرفية والوجدانية التي لن يكون لها تأثير اجتماعي؛ إن لم تتحول إلى سلوك. وهذا التأثير مستمد من المبدأ القائل: المعرفة تشكل التصرف.. نتائج المعرفة الخيار بين عدة بدائل للسلوك. ويرى " ملفين ديفاير" و " ساندرا روكيتش" أن لوسائل الإعلام آثارا سلوكية تنحصر في سلوكين أساسيين هما : التنشيط والخمول.

مستويات الاعتماد على وسائل الإعلام:

- يرى بعض الباحثين أن هناك خمسة أنواع من مستويات اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام هي[32].

- الاعتماد المطلق: يعني الاعتماد على وسيلة محددة فقط لإستيقاء المعلومات، حيث لا ترافقها وسيلة أخرى.

- الاعتماد الكلي: فيقصد به الاعتماد على هذه الوسيلة المحددة مع وجود وسائل اخرى، لكن لا توازيها في درجة الأهمية.

- الاعتماد المتوسط: أي الاعتماد على هذه الوسيلة المحددة لاستيقاء المعلومات، مع وجود وسيلة اخرى توازيها في الأهمية

- الاعتماد المنخفض: أي الاعتماد على هذه الوسيلة المحددة لاستيقاء المعلومات، مع وجود وسائل إعلامية أخرى أكثر منها أهمية لدى الفرد لاستيقاء معلوماته من خلالها.

- الاعتماد الغائب أو المفقود: يعني عدم الاعتماد على هذه الوسيلة نهائيا، حيث تنوب عنها وسائل إعلامية أخرى كليا في إمداد الفرد بالمعلومات.

أهداف الاعتماد على وسائل الإعلام:

أكد " ملفين ديفاير" و " ساندرا بول روكيتش" أن اعتماد الجمهور على نظام وسائل الإعلام يكون بهدف تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية تتمثل في:

1-الفهم: فهم الذات وفهم العالم المحيط من خلال التعليم والحصول على الخبرات من الاتصال بالنظام الاجتماعي وكذلك فهم البيئة المحيطة.

2- التوجيه: وتوجيه الفرد إلى الأنماط السلوكية والقرارات الخاصة والاجتماعية

بمعنى التفاعل مع الأفراد في المجتمع والتعامل مع المواقف الجديدة او الصعبة بسهولة ويسر.

3- التسلية: بمعنى تمضية الوقت التي أخطأ الكثير من الباحثين؛ استبعادها باعتبارها بعد غير مهم من الدوافع الإنسانية لكن من الحكمة النفسية والإنسانية الأخذ بأهمية التسلية واللعب الذي يساعد- على سبيل المثال- في تنمية الطفل وربما لاكسابه اللغة وتكوين هويته وأيضا تسهم التسلية في تماسك التضامن الاجتماعي من خلال الاحتفالات والمسابقات[33].

أسباب الاعتماد ودرجة الثقة في وسائل الإعلام:

تعددت الأسباب التي يعتمد الجمهور من أجلها على وسائل الإعلام، وأوضحت الدراسات التي استخدمت نظرية الاعتماد أن من أهم هذه الأسباب[34]:

1-أن التحول السياسي يخلق حالة من عدم الاستقرار ويجعل المواطنين أكثر حساسية تجاه ما تتركه وسائل الإعلام من تأثيرات أواتجاهات.

2- سرعة نقل الخبر والمتابعة الفورية والمستمرة للأحداث.

3- تقديم تفاصيل مهمة ووجهات نظر عديدة تتضمن تحليلات وتفسيرات بالإضافة إلى الموضوعية والدقة في نقل الحدث.

4- الفهم الاجتماعي والفهم الذاتي والتوجيه الفعلي والتسلية الاجتماعية والفردية، وأن متغير التهديد يرتبط بكل هذه الدوافع(الفهم- التوجيه- التسلية).

5- أن مستوى الاعتماد يزداد كلما شعر المواطنون بالثقة والارتياح في الوسيلة الإعلامية.

6- وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين ثقة المبحوثين في وسائل الإعلام وبين اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات.

7- أنه كلما زادت الثقة في وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات؛ زاد الاعتماد عليها خلال الأزمات.

8- كما تعد الثقة من أسباب الاعتماد والتفضيل لوسائل الإعلام إذ أن الجمهور يزيد اعتماده على وسائل الإعلام التي يزداد ثقته فيها

الاجراءات المنهجية للدراسة

نوع ومنهج الدراسة

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بالعينة، حيث يتم مسح آراء من عينة من الجمهور الاماراتي الذين يتابعون القنوات الاخبارية

الموجهة باللغة العربية لرصد آراء واتجاهات تلك الفئة من الجمهور تجاه ما تتمتع به تلك القنوات الإخبارية الموجهة من مستويات مصداقية وبخاصة حين تناولها للقضايا والموضوعات الخليجية ودولة الامارات العربية المتحدة.

تساؤلات وفروض الدراسة:

في إطار النظرية التي تعتمد عليها الدراسة تحاول الدراسة الإجابة على التساؤلات التالية :

1- ما مدى اعتماد المواطن الاماراتي على القنوات الإخبارية الدولية الموجهة بالعربية كمصادر أساسية للحصول على المعلومات ..

3-ما أهم القنوات الدولية الموجهة بالعربية التي يلجأ إليها المواطن الاماراتي لاستقاء المعلومات وقت الأزمات.

4- ما هي مستويات مصداقية القنوات الإخبارية الدولية الموجهة بالعربية لدى المواطن

5- ما مدى تأثير نمط ملكية القناة على مستوى مصداقيتها لدى المواطن الاماراتي.

6- ما اتجاهات المواطنين الامارتيين عينة الدراسة نحو أداء القنوات الإخبارية الموجهة بالعربية

فروض الدراسة

الفرض الأول: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين النوع والإعتماد على القنوات الإخبارية في الحصول على المعلومات"

الفرض الثاني: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين النوع والثقة في القنوات الإخبارية التي يعتمد عليها عينة الدراسة "

الفرض الثالث: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين النوع ومصداقية القنوات لإخبارية التي يتعامل معها عينة الدراسة"

عينة الدراسة

تم تطبيق الدراسة على عينة متاحة ، تتكون من 217 مبحوثا من طلاب ثلاث جامعات في دبي وبصفة خاصة الذين يدرسون الإعلام في هذه الجامعات ، حيث بلغ عددهم من الذكور 177 وبلغ عددها في الاناث 40، ويرجع التفاوت في حجم عينة بين الجنسين لطبيعة المجتمع وخاصة في مجال الاقبال على التعليم الجامعي حيث يقل الاقبال عليه من قبل الاناث حبذا لو كانت تعليم جامعي خاص والدراسة فيه مشتركة بين الجنسين وبصفة عامةكانت خصائص العينة كما هو موضح بالجدول التالي.

جدول رقم (1)

عينة الدراسة حسب الاقامة والنوع

الاقامة / النوع	الذكور	الاناث	الاجمالي
دبي	58	28	86
ابو ظبي	28	5	23
العين	30	3	33
الشارقة	24	6	30
رأس الخيمة	18	-	18
الفجيرة	11	-	11
عجمان	6	-	6
الاجمالي	177	40	217

جدول رقم (2)

عينة الدراسة حسب العمر والنوع

العمر – النوع	الذكور	الاناث	الاجمالي
17- 25	77	25	102
26 – 34	82	7	89
35 فأكثر	18	8	26
الاجمالي	177	40	217

. أداة جمع البيانات

اعتمد البحث على استمارة الاستبيان إحدى أدوات جمع البيانات المهمة في الدراسات الميدانية ، محددا فيها الهيكل العام الذي يراعي الإجابة على تساؤلات الدراسة ويستنتج منها التحقق من فروضها مراعيا طبيعة الأسئلة وتدرجها وبنائها اللغوي ، ومؤكدا على كفائتها كأداة بحثية ، وقدم الباحث استمارة لبعض الأساتذة والخبراء المحكمين المتخصصين للتعرف والتأكد من قياسها وصحتها الموضوعية والمنطقية والمنهجية *

أساليب المعالجة الإحصائية

بعد التأكد من صحة الاستمارة وإجراء التعديلات المطلوبة عليها ، وبعد الانتهاء من جمع بيانات الأسئلة، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية، وتم اللجوء الي معامل ارتباط بيرسون لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة.

نتائج الدراسة

أولا : مشاهدة القنوات الاخبارية العربية والموجهة

كشفت نتائج الدراسة ان 76.45% من عينة الدراسة تشاهد القنوات الاخبارية العربية منها والموجهة بشكل دائم ، في حين أن 24.88% يشاهدونها أحيان ، بينما 14.74% يشاهدون تلك القنوات نادرا ،أما 6.91 % فلايشاهدونها نهائيا والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (3)

عينة الدراسة حسب مشاهدتهم للقنوات الاخبارية العربية والموجهة حسب النوع

المشاهدة/ النوع	الذكور	%	الاناث	%	الاجمالي	%
دائما	93	52.54	23	57.5	116	76.45
احيانا	45	25.42	9	22.5	54	24.88
نادرا	28	15.81	4	10	32	14.74
لا	11	6.21	4	10	15	6.91
الاجمالي	177	100	40	100	217	100

وكما يبدو في الجدول فان التفاوت بين الذكور والاناث في حجم العينة انعكس على نتائج التحليل لذا تشير النتائج اجمالا أن 166 من الذكور يشاهدون القنوات العربية والموجهة الاخبارية وإن كان بدرجات متفاوتة حيث يشاهدها دائما 93 مبحوثا بنسبة 52.54 % ، 45 مبحوثا يشاهدونها أحيانا بنسبة 25.42% وأن 28 مبحوثا يشاهدونها نادرا بنسبة 15.81% في حين أن 36 من اجمالي عينة الاناث يشاهدنها بنسب متابينة فقد اتضح أن نسبة المشاهدة الدائمة عند الإناث تفوق الذكور فقد بلغت 57.5 % ، وبصفة عامة فإن النتائج تؤكد اهتمام عينة الدراسة بمتابعة القنوات الاخبارية إما بحكم التخصص أو بحكم طبيعة الاحداث الجارية الساخنة في منطقة الخليج أو على المستوى العالمي والاقليمي .

ثانيا : أهم القنوات الاخبارية العربية والموجهة التى يشاهدونها

جدول رقم (4)

أهم القنوات التي يتابعها الذين يشاهدون القنوات الاخبارية العربية والموجهة حسب النوع

القنوات/النوع	ذكور		إناث		الاجمالي	
	ك	%	%	%	ك	%
العربية	68	40.96	28	77.77	96	47.52
الجزيرة	23	13.85	8	22.22	31	15.34
سكاي نيوز	74	44.57	5	13.88	79	39.10
روسيا اليوم	17	10.24	9	25.00	26	12.87
BBC	33	19.87	12	33.33	45	22.27
الحرة	15	9.03	6	16.66	21	10.39
الاجمالي	166	100	36	100	202	100

ومن بيانات الجدول السابق (4) يتضح أن قناة العربية الاخبارية كانت القناة الرئيسية التي يتابعها من يشاهدون القنوات الاخبارية العربية والموجهة بنسبة 47,52 % من إجمالي من يشاهدون القنوات البالغ عددهم 166 ، يليها قناة سكاي نيوز بنسبة 39.10 %، وإن اختلفت النتيجة بين الذكور عن الاناث حيث إحتلت سكاي نيوز الترتيب الأول عند الذكور بينما جاءت في الترتيب الثاني عند الإناث 44.96 % ، 25.% على التوالي ، وجاءت"قناة العربية" في الترتيب الأول عند الإناث بينما جاءت في الترتيب الثاني عند الذكور 77.77% ، 40.96 % ويبدو من النتيجة إرتفاع نسبة مشاهدة الذكور لقناة "سكاي نيوز"ربما لإرتفاع أفراد العينة المقيمين في إمارة أبوظبي حيث مكان بث القناة التي اوجدت لها مكانة بين سكان الامارات وبصفة خاصة مدينتي أبو ظبي والعين ، ومما تظهره النتائج فقد جاءت قناة الجزيرة في الترتيب الرابع من بين القنوات العربية والاجنبية الاخبارية بنسبة 15.34% يسبقها قناة BBC العربية بنسبة 22.27 % ، ويبدو من هذه النتيجة تراجع قناة الجزيرة في ترتيب المشاهدة عن نتائج دراسات سابقة كانت تضع قناة الجزيرة في مقدمة القنوات الإخبارية العربية

ثالثا : الاعتماد على القنوات الاخبارية العربية والموجهة

وللتعرف على درجة اعتماد عينة الدراسة على القنوات الاخبارية العربية والاجنبية في الحصول على الاخبار والمعلومات ، كانت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي رقم (5)

جدول رقم (5)

درجة اعتماد عينة الدراسة على القنوات الاخبارية العربية والموجهة في الحصول على الأخبار والمعلومات

الاعتماد / التكرار	الذكور		الاناث		الاجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
الاعتماد المطلق	1	0.56	2	5.00	3	1.38
الاعتماد الكلي	8	4.52	4	10.00	12	5.52
الاعتماد المتوسط	152	85.87	24	60.00	176	81.10
الاعتماد المنخفض	5	2.82	6	15.00	11	5.06
الاعتماد الغائب	11	6.21	4	10.00	15	6.91
الاجمالي	177	100	40	100	217	100

ويتضح من الجدول السابق (رقم 5) أن 81.1 % من أفراد العينة يعتمدون على القنوات الاخبارية العربية والموجهة بشكل متوسط في الحصول على الاخبار والمعلومات، وقد تعني هذه النتيجة أن المواطن الاماراتي لديه بدائل أخرى يعتمد عليها في حصوله على المعلومات والأخبار سواء التي ترتبط بوطنه أوأية مسألة أو موضوع آخر ، وبسؤال أفراد العينة حول البديل الأفضل لهم من وسائل الاعلام في متابعة الاخبار المهمة التي ترتبط بدولة الامارات العربية كانت التنيجة كما هو موضح في الجدول التالي رقم (6)

جدول رقم (6)

البدائل التي أعتمدت عليها عينة الدراسة في متابعة الأخبار المهمة عن أوطانهم حسب النوع

البدائل / التكرار	الذكور		الاناث		الاجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
القنوات المحلية	57	32.20	14	35.00	71	32.72
الصحف المحلية	44	24.86	8	20.00	52	23.97
المواقع على الاترنت	62	35.03	17	42.5	79	36.40
أخرى	14	7.91	1	2.5	15	6.91
الاجمالي	177	100	40	100	217	100

وكما يبدو من الجدول السابق فإن الأنترنت يعد البديل الأول لعينة الدراسة بنسبة 36.40 % ولكن بفارق ليس بكبير عن القنوات المحلية التي احتلت الترتيب الثاني بنسبة 32.72 % وأكدت دراسة عزة عبد العظيم أن التليفزيون يحظى بالمصداقية الأعلى بين وسائل الإعلام لدى الجمهور الاماراتي ،ومن هذه النتيجة يتضح أيضا مدى ارتباط الجمهور الاماراتي بالانترنت كوسيلة مهمة يحصل منها على الكثير من معلوماته ، وتتفق النتيجة مع دراسة خالد صلاح التي أظهرت نتائجها تفوق الوسائل الالكترونية على الوسائل التقليدية في المصداقية ، وهو ماظهرته أيضا دراسة صفا عثمان حيث تفوق الإعلام الجديد على الإعلام التقليدي من حيث المصداقية ، والمتابع لسلوك المواطنين في الامارات يكتشف شدة علاقتهم بهذه الوسيلة ومدى ارتباطهم بها عبر التليفون المحمول ، فقد كشفت الكثير من الاحصائيات أن الامارات العربية هي الدولة الأولى عربيا في استخدام الانترنت [64]، وانها ايضا الاولى عربيا من حيث استخدام موقع الفيسبوك حيث إن 45% من سكانها لديهم حسابات على الموقع [65]

كما اتضح من النتائج أيضا أن 23.97 % من عينة الدراسة يستخدمون الصحف المحلية للحصول على المعلومات المهمة الخاصة بدولة الامارات التي قد تذيعها القنوات العربية الاخبارية أو الموجهة في حين أن نسبة 6.91 % يعتمدون على وسائل أخرى من أهمها القنوات الاخبارية العربية والأجنبية ، وتؤكد هذه النتائج مدى ثقة مواطن الإمارات في وسائل إعلامه ومدى ارتباطه بها في الحصول على معلومات تخص وطنه حيث لاتخفي عنهم الدولة الحقائق من وجهة نظرهم وأنهم يعتقدون أن ماتذيعه تلك القنوات أحيانا مبالغ فيه .

رابعا : الثقة في القنوات الإخبارية العربية والموجهة بالعربية

اختلفت درجات الثقة في القنوات العربية الاخبارية والموجهة بالعربية كما يوضح الجدول رقم (7) حيث ارتفعت ثقة العينة في قناة BBC التي جاءت في الترتيب الأول لمن يتابعونها وحازت على ثقة مرتفعة لديهم يليها قناة سكاي نيوز ثم العربية وروسيا اليوم ،بينما إنخفضت الثقة كثيرا في قناة الجزيرة بين الذين يتابعونها حيث

بلغت 61.29 % وعدم الثقة نهائيا بنسبة 22.58 % ، والملاحظ في نتائج الدراسة أيضا علاقة المواطن الاماراتي ودرجة ثقته في القنوات الاخبارية التي يتابعها حيث تتفاوت درجة الثقة إرتفاعا وإنخفاضا فهو أحيانا يرى أن قناته ذات مصداقية مرتفعة واحيانا منخفضة ، والجدول التالي يوضح التفاصيل

جدول رقم (7)

ثقة عينة الدراسة في القنوات الاخبارية العربية والموجهة بالعربية

القنـــوات / الثقة	مرتفعة الثقة		متوسطة الثقة		منخفضة الثقة		لايوجد ثقة		الاجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
العربية	51	53.12	34	35.41	8	8.33	3	3.12	96	100
الجزيرة	2	6.45	3	9.67	19	61.29	7	22.58	31	100
سكاي نيوز	47	59.49	23	29.11	5	6.32	4	5.06	79	100
روسيا اليوم	7	26.92	11	42.30	2	7.69	6	23.07	26	100
BBC	28	62.22	10	22.22	5	11.11	2	4.44	45	100
الحرة	6	28.57	8	38.09	4	19.04	3	14.28	21	100
الاجمالي	141	47.31	89	29.86	43	14.42	25	8.38	298	100

وتتفق نتيجة الدراسة فيما يتعلق بارتفاع المصداقية مع دراسة هبه شاهين حيث جاءت ال BBC في الترتيب الاول من حيث المصداقية في تناولها للازمات يليها العربية ثم الجزيرة ، كما تصدرت ال BBC و CNN القناتان الأكثر مصداقية لدى الصفوة في دراسة هبه حسين ، ولكن الثابت من النتائج وبشكل واضح انخفاض مصداقية قناة الجزيرة لحساب قنوات أخرى مثل العربية وسكاي نيوز و ال BBC ويبدو أن قناة الجزيرة في الفترات الاخيرة فقدت الكثير من مصداقيتها عند المواطن الاماراتي في تناولها للوضع في الخليج الذي ظهر من وجهة نظرهم بشكل كبير في أزمة اليمن والأزمة مع ايران مقارنة بقنوات أخرى.

خامسا : عوامل المصداقية في القنوات الاخبارية العربية والموجهة

وبسؤال أفراد العينة الذين يشاهدون القنوات العربية الاخبارية والاجنبية الموجهة باللغة العربية حول أهم العوامل التي ترفع من مصداقية القنوات الاخبارية العربية والموجهة كانت الاجابات على النحو التالي كما في جدول رقم (8):

جدول رقم (8)

عوامل المصداقية في القنوات الاخبارية العربية والموجهة

القنوات / العوامل	العربية			الجزيرة			سكاي نيوز			روسيا اليوم			BBC			الحرة		
	موافق	محايد	معارض	موافق	محايد	معارض	موافق	محايد	معارض	موافق	محايد	معارض	موافق	محايد	معارض	موافق	محايد	معارض
الحياد	83	1	1	-	4	1	58	10	2	6	9	3	29	5	4	2	2	10
التركيز في العرض	75	7	3	-	2	3	62	8	2	7	7	4	16	14	8	5	6	3
الفورية في النقل	85	-	-	5	-	-	64	5	1	8	5	5	10	21	7	8	3	3
التوازن في العرض	79	5	1	-	5	-	48	12	10	5	9	4	12	18	8	3	4	7
الاستقلالية في عرض الموضوعات	78	4	3	2	3	-	32	24	14	6	5	7	24	8	6	2	8	4
المهنية في تقديم الأخبار والموضوعات	70	10	5	-	5	-	44	16	10	6	4	8	28	6	4	4	6	4
عرض وجهات النظر المختلفة	60	15	5	5	-	-	51	14	5	4	5	9	26	7	5	2	4	8
خبرة العاملين في القناة	30	45	10	5	-	-	53	9	8	4	10	4	30	6	2	2	9	3

جاءت" الفورية في النقل" أهم عوامل الثقة لدى الذين يثقون بقناتي العربية وسكاي نيوز والحرة وروسيا اليوم والجزيرة بينما "خبرة العاملين في القناة " جاء في الترتيب الأول في قناة BBC ، في حين شغل "الحياد والموضوعية " الترتيب الثاني لقنوات العربية و BBC ، في ضوء تلك النتيجة يتبين رؤية العينة لمفهوم الثقة المبني

علـى فوريـة نقـل الاحـداث كمؤشـر رئيسـي علـى الثقـة فـي حـين أن "الحيـاد والموضـوعية" يمثـل مؤشـرا وعـاملا مهمـا ولكـن فـي الترتيـب الثـاني وتختلـف تلـك النتيجـة مـع دراسـة بسـنت مـراد حيـث جـاء "التـوازن فـي العـرض" العامـل الرئيسـي لقنوات روسيا اليوم و BBC ، بينمـا اتفقت مـع دراسـة فاطمـة صـالح الـذي جـاء فيهـا عامل "فورية التغطية" في الترتيب الاول لديها .

وكشفت النتائج أيضا أن "التوازن في العرض" كان العامل الثالث في قناة العربية يليه "الاستقلالية في العرض " و تبين أيضـا فـي نتيجـة مهمـة فقدان قنـاة الجزيـرة لعوامـل ربما كانت تتميز بها من قبل وهـي " الحيـاد والموضـوعية" و" الدقـة فـي العـرض" " والتوازن في تقديم الاخبار والموضوعات " وربما تعود النتيجـة الـى أن الجمهور فـي الامارات أصبح ينظر الى قنـاة الجزيـرة فـي تقديمها للأحداث بصـفة عامـة والخليجيـة والاماراتية بصفة خاصة على أنها تتبنى مواقف عدائية في بعض المواقف ومعالجتهـا قد تحمل اتجاها سلبيا . كذلك اتضح ايضا أن العامل الثالث للثقة فـي قنـاة سكاي نيـوز "الحيـاد والموضـوعية" وجـاء عامـل "الاستقلالية فـي العـرض " والمهنيـة فـي تقـديم الاخبـار والموضـوعات " كعامـل ثالـث فـي روسـيا اليـوم ، ايضـا حقـق نفـس العامـل الاخير هذا ترتيبا ثالثا لقناة BBCالذي جاء في الترتيب الاول في دراسة نهى العبد .

سادسا : علاقة النوع بالمصداقية

كشفت الدراسة أن الجمهور الاماراتي يعي ويدرك وجود علاقة بين ملكية القنوات سواء كانت عربية أو أجنبية ولها توجهاتها وسياستها التي تتبناها في أخبارها وبرامجها، وأن كل قناة تحقق أهداف محددة وتسعى الى تنفيذها، كما يوضح الجدول التالي رقم (9)

جدول رقم (9)

العلاقة بين مصداقية القنوات الاخبارية العربية والموجهة والملكية حسب النوع

العلاقة بين النوع والمصداقية	الذكور		الاناث		الاجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
تؤثرعلى المصداقية	158	89.26	31	77.5	189	87.09
لا تؤثر على المصداقية	15	8.47	6	15.00	21	9.68
لا أعرف	4	2.25	3	7.5	7	3.23
الاجمالي	177	100	40	100	217	100

وكمـا يظهـر فـي الجـدول فـإن 87.09 % مـن عينـة الدراسـة تؤكـد ان ملكيـة القنـوات وانتماءها يؤثر على درجة مصداقيتها ، في حين أن 9.68 % لايرون ذلك ، والمتـابع لقنـاتي العربيـة والجزيـرة يكتشـف أن أجنـدة كـل منهمـا مختلفـة فـي تناولهـا للأخبـار المتعلقة بالاحداث العربية فتتصدر أخبار سوريا معظم نشرات قناة الجزيرة الاخباريـة فـي حين أخبـار اليمن هـي مـن أولويـات قنـاة العربيـة ، وهـذا يتسـق الـى حـد كبيـر مـع اجابـات المبحـوثين ، ومـا ينطبـق عليهمـا ينطبـق علـى القنـوات الاخـرى فمنـذ وعينـا بالاذاعات الدولية وأهدافها نكتشف الان نفس الامر فـي القنـوات الاخباريـة الموجهـة،

فقنـاة روسـيا اليـوم تسـعى لتحقيـق أهـدافها فـي المنطقـة وتأييـد وموقفهـا السياسـي والعسكري في سوريا ، وتتفق النتائج مع دراسة بسنت مراد في تـأثير سياسة الدولـة الباثة في معالجة بعض القضـايا العربيـة الـذي ظهـر أكثـر مباشـرة ووضـوحا فـي قنـاة روسيا اليوم ، وأقل في قناة BBC

سابعا : اسباب عدم مشاهدة القنوات العربية الاخبارية والموجهة

جدول رقم (10)

أسباب عدم مشاهدة القنوات الاخبارية والموجهة وعلاقتها بالنوع

الأسباب / النوع	ذكور		إناث		الاجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
عدم الثقة فيما تقدمه	10	90	3	75	13	86.66
لاتعالج قضايا مجتمعنا	4	36.36	2	50	6	40.00
عدم الدقة في التغطية	7	63.63	4	100	11	73.33
لاتعرض وجهات النظر المختلفة	3	27.27	1	25	4	36.36
التحيز لموقف دولتها	7	63.63	3	75	10	90.90
عدم المهنية	5	45.45	4	100	9	81.81
الاجمالي	11	100	4	100	15	100

وكمـا تكشـف نتـائج الجـدول السـابق فـإن "التحيـز "فـي القنـوات الاخباريـة هـو الـدافع الاول فـي عـدم الاقبـال علـى عـدم مشـاهدة القنـوات الاخباريـة العربيـة والموجهـة لـدى عينـة الدراسـة التـي بلغـت نسـبتها 90.9 % ، يليـه" عـدم الثقـة" فـي القنـوات الاخباريـة العربيـة والموجهـة بنسـبة 86.66 % ممـا يعنـي ان الجمهـور الامـاراتي الـرافض لمشـاهدة تلـك القنـوات يـدرك مـن وجهـة نظـره الاهـداف المتعلقـة بسياسـات القنـوات الاخباريـة وبخاصـة الموجهـة ، ويعلـم ايضـا توجهاتهـا التحريريـة التـي تدفعـه لعـدم متابعتهـا، يلـي ذلـك" عـدم المهنيـة" بنسـبة 81.81 % وان كـان هـذا المبـرر أو الـدافع مرتبط الى حد بمبررات أخرى تنعكس علـى أداء الخدمـة التليفزيونيـة الاخباريـة فعـدم الدقة ، والتحيز ، وعرض وجهة نظر واحدة لاشك يدخل ضـمن إطـار عـدم المهنيـة ، وقـد ذكرتهـا اجابـات المبحـوثين بنسـب أخـرى متفاوتـة 73.33 % لعـدم الدقـة فـي التغطية، ولا تعرض وجهات النظر المختلفة بنسبة 36.36% .

وفيما يتعلق بفروض الدراسة الدراسة فقد كشفت نتائج الدراسة على مايلي :

الفرض الأول: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين النوع والإعتماد علـى القنوات الإخبارية في الحصول على المعلومات

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتبـاط بيرسـون لقيـاس العلاقـة بـين الإعتمـاد علـى القنـوات الإخباريـة فـي الحصـول علـى المعلومـات والنـوع فقد ظهـرت النتائج كما يبدو في الجدول رقم 11:

(جدول 11)

المتغيرات	النوع			
	العدد	معامل الارتباط	مستوي المعنوية	الدلالة
الإعتماد على القنوات الإخبارية في الحصول على المعلومات	217	0.367	0.225	غير دالة

يشير الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين النوع والإعتماد على القنوات الإخبارية في الحصول على المعلومات، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.367) وهي قيمة غير دالة . مما يعني عدم وجود علاقة ارتباط بين النوع والإعتماد على القنوات الإخبارية كمصدر للأخبار بين عينة الدراسة ليؤكد أن الإعتماد على القنوات الإخبارية لا يفرق بين الذكور والإناث في طبيعة اعتمادهم على القنوات الإخبارية في الحصول على الأخبار

الفرض الثاني: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين النوع والثقة في القنوات الإخبارية التي يعتمد عليها عينة الدراسة "

(جدول رقم 12)

المتغيرات	النوع			
	العدد	معامل الارتباط	مستوي المعنوية	الدلالة
الثقة في القنوات الإخبارية	217	0.174	0.227	غير دالة

وكما يبدو من الجدول السابق رقم 12 وللتحق من مدى وجود علاقة ارتباط بين ثقة عينة الدراسة في القنوات الإخبارية والنوع الذي تنمي اليه العينة فقد اتضح عدم وجود علاقة ارتباط بينها ، مما يؤكد على تساوي الذكور والإناث في عدم الثقة في القنوات الإخبارية وفق بيانات الجدول رقم (7)

الفرض الثالث: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين النوع ومصداقية القنوات لإخبارية التي يتعامل معها عينة الدراسة

(جدول 13)

المتغيرات	النوع			
	العدد	معامل الارتباط	مستوي المعنوية	الدلالة
مصداقية القنوات الإخبارية	217	0.073	0.614	غير دالة

وبناء على استخدام معامل ارتباط بيرسون للتحقق من وجود علاقة أو عدم وجود علاقة بين مصداقية القنوات الإخبارية العربية والموجهة ، تأكد عدم وجو تلك العلاقة كما هو موضح في الجدول رقم 13

الخلاصة

ربما اتاحت فترة ما سمي بالربيع العربي مشاهدة كبيرة من قبل المواطن العربي للقنوات الإخبارية العربية والأجنبية وظل يتنقل من قناة الى أخرى لمتابعة الأحداث المتلاحقة في كثير من البلدان العربية التي بدأت تظهر عليها ملامح التغيير في انظمتها السياسية تحت الضغوط الجماهيرية ، وبصرف النظر عن تقييمنا للأحداث في هذه البلدان فقد كانت قناة الجزيرة من ضمن أهم القنوات التي حققت مشاهدات مرتفعة بين الجماهير وبخاصة في بلدان الأحداث الساخنة في تلك الفترة نظرا لتغطيتها المستمرة والفعالة للاحداث في تلك البلدان، وبسبب تجاهل الكثير من وسائل إعلام هذه الدول لما يدور في بلدانها فقد اقتصرت تغطيتها على جوانب كانت بعيدة تماما عن الحقيقة والواقع الذي يلمسونه ويشاهدونه والذي تناقلته قنوات أخرى إخبارية وسعت الى المعالجة الموضوعية أحيانا والمتحيزة في أحايين أخرى ، وربما كانت الصدفة العلمية - ان صح التعبير – كما تؤكدها نتائج الدراسة عدم ثقة المواطن الإماراتي في قناة الجزيرة الذي اثبت انه – أي المواطن الإماراتي - الى حد كبير مستشرف للمستقبل فكانت ثقته في قناة الجزيرة أقل كثيرا مما كانت عليه من قبل وليس لهذا الموقف أو هذه النتيجة علاقة بالمواقف التي اتخذتها دولة الإمارات بعد فترة الدراسة واجراء البحث حيث حدثت مجموعة من المتغيرات والتطورات المهمة على الساحة العربية وبخاصة مايتعلق بموقف بعض دول الخليج ومن بينها دولة الإمارات العربية المتحدة من دولة قطر وماترتب على ذلك من مقاطعة سياسية واقتصادية وإعلامية لها ، وبناء على هذا القرار أصبحت كل وسائل الإعلام القطرية تقريبا ممنوعة من الظهور لا ورقيا ولا الكترونيا في الإمارات ، وكما يبدو أيضا فإن الموقف الذي إتخذته دولة الإمارات لم يكن وليد موقف واحد فقط ولكن ايضا بناء على معالجات سابقة للقناة في موضوعات وأخبار عربية وخليجية فيها كثير من المغالطات وعدم المصداقية ويبدو من ورائها أهداف خبيثة ، حيث اتضح من نتائج الدراسة أن الثقة الأكبر في الحصول على الأخبار يوليها المواطن الاماراتي لوسائل إعلامه المحلية سواء كانت صحافة أوإذاعة أو تليفزيون ، كما أنه يعتمد بشكل كبيرأيضا في الحصول على الأخبار من وسائل الإعلام الجديدة وبخاصة ما يأتي اليه عبر الهاتف المحمول من مواقع إخبارية وطنية أو عربية أو صحف تقدم الخدمة الإخبارية على المحمول ، كما أن الدراسة أكدت أيضا أن المواطن الإماراتي يثق في قناتي العربية وسكاي نيوز عربية بدرجة كبيرة حيث حققتا أعلى نسبة ثقة عنده ، وكذلك كشفت الدراسة أيضا أن المصداقية مصدرها عندهم الفورية في نقل الحدث والحياد في المعالجة والتوازن في عرض الأخبار والموضوعات التي يتم تناولها ، كما تتأثر مصداقية القنوات - من وجهة نظرهم – وفق طبيعة الملكية سواء كانت لدولة أو أفراد مما يؤثر على طبيعة المعالجة الإعلامية ن وهذا يؤثر في عدم مشاهدتهم لبعض القنوات الإخبارية حيث يبدو عدم ثقتهم فيما تقدمه مثل هذه القنوات وفق سياستها أو ملكيتها بما يحقق أهدافها بعيدا عن الموضوعية والمصداقية.

المراجع والمصادر

(1) خالد صلاح الدين حسن علي (2006)، "مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور: دراسة كمية/ كيفية في إطار النموذج البنائي للمصداقية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد السادس والعشرون، يناير- مارس، ص127.

(2) فاطمة محمد صالح (2012)، العوامل المؤثرة على مصداقية المادة الإخبارية التلفزيونية دراسة مقارنة لاتجاهات الجمهور المصري نحو مصداقية قناتي النيل للأخبار والجزيرة الاخبارية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ص2.

(3) هبة حسين عبدالوهاب (2010)، مستويات مصداقية القنوات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفوة:دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ص4.

(4)عواطف عبدالرحمن، إيناس أبو يوسف ، هناء فاروق (2011)، " الدراسات العلمية المصرية في مجال الإعلام الدولي منذ السبعينات حتى العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي السابع عشر بعنوان: بحوث الإعلام في مصر في نصف قرن: الواقع واتجاهات المستقبل، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص3.

(5) أشرف جلال حسن (2008) "حدود الحرية والمسئولية المهنية في اداء الشبكات الإخبارية الفضائية العالمية وأثرها على اتجاه جمهور الأجانب نحو القضايا العربية: دراسة تطبيقية مقارنة"، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الرابع عشر بعنوان: الإعلام بين الحرية والمسؤولية، كلية الإعلام،جامعة القاهرة.

(6) محمود علم الدين (1989)، مصداقية الاتصال،(القاهرة:دار الوزان،ص 11).

(7) أشرف جلال حسن (2008)، مرجع سابق ص43

(9) عزة عبدالعظيم محمد(2006)،" مصداقية مصادر الأخبار بين الجمهور الإماراتي: دراسة مقارنة بين الوسائل التقليدية والحديثة"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد السابع، العدد الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يونيو/ديسمبر، 2006، ص446.

(10) عزة عبدالعزيز (2006)، مصداقية الإعلام العلابي(المفاهيم- المعايير)، ط1، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع)، ص31.

(11) المرجع السابق،34

(12) سليمان صالح (2007)، ثورة الاتصال وحرية الإعلام، (سلطنة عمان مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع) ص 147.

(13) خالد صلاح الدين حسن علي (2006) مرجع سابق ص134

(14) سليمان صالح (2007) مرجع سابق ص146.

(15) إيناس أبو يوسف (2014)، " أخلاقيات العمل الصحفي : رؤية تحليلية"، بحث مقدم إلى المؤتمر العام الرابع للصحفيين بعنوان: نحو إصلاح أوضاع الصحافة والصحفيين ، 25/23 فبراير، ص2/1.

(16) خالد صلاح الدين حسن علي (2006) مرجع سابق ص127

(17)أيمن منصور ندا (2002)، " وسائل الإعلام وعلاقتها بظاهرة توهم المعرفة في استطلاعات الرأي العام في مصر"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد الثالث ، العدد الرابع، ديسمبر، ص110.

(18) خالد صلاح الدين حسن علي (2006) مرجع سابق ص127

(19) هويدا مصطفى(2003)، " مصداقية وسائل الإعلام كما تراها الصفوة في مصر: دراسة حالة للتغطية الإعلامية للحرب على العراق"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الواحد والعشرون، أكتوبر/ديسمبر، ص8،3.

(20) أسامة الغزالي حرب (2002)، " الإعلام العربي ورؤية إعلامية جديدة "، ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر" أحداث سبتمبر وتأثيرها على الرؤية الإعلامية العربية"، القاهرة: جمعية مصر للثقافة والحوار، 27-29 يناير.

(21) هويدا مصطفى (2002)،" اتجاهات الصفوة نحو تغطية الإعلام المصري لأحداث 11 سبتمر ودعاياتها: دراسة إستطلاعية على عينة من الصفوة المصرية" ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثالث ، العدد الرابع،ديسمبر،ص59.

(22) خالد صلاح الدين حسن علي (2006) مرجع سابق ص129

(23) أشرف جلال حسن(2008)، مرجع سابق، ص43

(24) حنان سليم (2008)، مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام لدى الجمهور الألماني، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر بعنوان: الإعلام بين الحرية والمسؤولية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة،1- 3 يوليو، ص1103

25) Cecilie Gaziano& Kristin McGrath (1986), "Measuring the concept of Credibility", Journalism Quarterly, Vol.63, No. 3, p.451.

26) Cecilie Gaziano& Kristin McGrath (1986),Op. Cit, p. 454.

(27) محمد بن زايد ولي عهد ابو ظبي نائب القائد الاعلى للقوات المسلحة ، ايلاف ، الخميس 29 /10 / 2015 في

web/ news/ 2015/ 9 / 1037016/ www.http.elaph.com

(28) حنان سليم (2008)، مرجع سابق، ص1103

(29) سوزان القليني (1998)، " مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات دراسة حالة على حادث الأقصر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة،ديسمبر، ص34

(30) منى أحمد محمود (2004)،" تقييم الصفوة لدور الأحزاب في الحياة السياسية المصرية: دراسة ميدانية على عينة من الصفوة المصرية" المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد الخامس، العدد الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يونيو- ديسمبر، ص 504.

(31)عادل عبد الغفار (1995)ن" استخدامات الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي والدولي" رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة:كلية الإعلام)، ص6

(32) Black, Jay, Bryant, Jennings (1995), Introduction to Media Communication 4th. Edition, (New York: Brown & Benchmark) p. 39-40.

(33)بسيوني إبراهيم حمادة (1996)، وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات، (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق) ، ص249- 250.

(34)حسن عماد مكاوي، وليلى حسين السيد(2002)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية)، ص314

(35) William E. Loges (1994)," Canaries in the coal Mine: Perception of the Threat and Media System Dependency Relation", Communication research, Vol. 21, February, p.5.

(36)عربي محمد المصري (2000)، " الأخبار السلبية في التلفزيون وعلاقتها بمستوى القلق السياسي للشباب اللبناني"رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون)، ص161.

(37) جيهان يسري (2001)،"مصادر معلومات الجمهور المصري عن أحداث انتفاضة الأقصى"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني، العدد الثاني، إبريل- يونيه، ص202

(38) إلهام يونس احمد (2010)، " العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية الإخبارية العربية ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية لدى الجمهور المصري واتجاهاته نحوها: دراسة مسحية "، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون)، ص95.

39) بسنت مراد فهمي (2014) تبادل القضايا العربية في الخطاب التليفزيوني الأوروبي الموجهة باللغة العربية وعلاقة الصفوة به، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام

40) صفا محمود عثمان 2012 مصداقية وسائل الإعلام الجديد والتقليدي لدى الجمهور المصري، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الدولي الأول بعنوان: المهنية الإعلامية والشمول الديمقراطي، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.

41) هيثم فالح حسين الموسوي (2013) التبادل الإخباري لقضايا العراق السياسية في قنوات الحرة الأمريكية والعالم الإيرانية وروسيا اليوم الروسية: دراسة تحليل مضمون- رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية.

42) هبه شاهين(2012) مصداقية القنوات التلفزيونية الإخبارية خلال الأزمات : دراسة حالة للتغطية الإعلامية لثورة 25 يناير، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الحادي عشر، العدد الأول، يناير-مارس، ص 49- 123

43) فاطمة محمد صالح (2012) مرجع سابق العوامل المؤثرة على مصداقية المادة الإخبارية التلفزيونية دراسة مقارنة لاتجاهات الجمهور المصري نحو مصداقية قناتي النيل للأخبار والجزيرة الإخبارية رسالة ماجستير غير منشورة – جامعة القاهرة: كلية

الإعلام

44) داليا عثمان إبراهيم(2012)المعالجة الإخبارية للقضايا السياسية العربية بالقنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

45) محمد شريف امين الدالي ،(2012) المعالجة الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط في قناتي فرنسا 24 والحرة الأمريكية " الموجهتين باللغة العربية: دراسة تحليلية مقارنة على عينة من نشرات الأخبار" رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

46) فاطمة شعبان محمد حسن(2011) المعالجة الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط السياسية والأمنية: دراسة مقارنة بين قناتي الحرة الأمريكية والعالم الإيرانية والنيل للأخبار المصرية على الجمهور المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

47) هبة الله محمد فتحي سليمان (2011) المعالجة الإخبارية للقضايا العربية في قناتي الحرة الأمريكية و 32 الإسرائيلية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب: كلية الإعلام.

48) ميرال مصطفى عبد الفتاح(2011) صورة العرب كما تعكسها القنوات الإخبارية الأجنبية وعلاقتها باتجاهات الجمهو الأجنبي نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

49) هبة حسين عبدالوهاب(2010) مستويات مصداقية القنوات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفوة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

50) فاطمة الزهراء أبو الفتوح(2010) المعالجة الإعلامية للقضايا المصرية في القنوات الفضائية الإخبارية الدولية الناطقة باللغة العربية وتأثيرها على ترتيب أولويات الشباب الجامعي نحو القضايا، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

51) نهى عاطف العبد (2009) اعتماد الجمهور العربي على القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية في أوقات الأزمات بالتطبيق على ازمة العدوان الإسرائيلي على غزة" المجلة المصرية لبحوث الإعلام" ، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد الثالث والثلاثون ، يناير- يولية- ص 359- 463.

52) ماجدة مراد (2008) مصداقية القنوات الإخبار وعلاقتها برؤية الصفوة الجامعية لحرية الإعلام" المجلة المصرية للدراسة المتخصصة، كلية التربية النوعية، جامعة عين شمس، العدد السادس إبريل 2008، ص 15- 17.

53) أشرف جلال حسن (2008) مرجع سابق ص ص 43-127

54) عزة عبدالعظيم محمد(2007 مرجع سابق ص ص 445- 495

55) أمين سعيد عبد الغني (2007) المعالجة الإخبارية لقضايا العالمين العربي والإسلامي في قناتي العالم والحرة الأمريكية " المجلة المصرية لبحوث الإعلام جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد الثامن والعشرون أكتوبر- ديسمبر، ص 397- 453.

55) William P Cassidy, online News Credibility: An Examination of Perception of News paper Journalists, Journal of Computer

Mediated Communication Vol.12.2007, pp 478-498.

56) خالد صلاح الدين حسن(2006) مرجع سابق ص ص 127-185.

57) Zeng Jun Ping (2005), Ideology and Source Credibility: Partisan Perception Bias in Believability of CNN, Fox News and BBC, Paper Presented at Association For Education in Journalism An Mass Communication in San Antonio Texas

58) Watt James- Junho- Chio & Lynch, Michael (2006) Perecptions of News Credibility about the war in Iraq: why war opponents perceived the Internet as the most credible medium? "Journal of Computer Mediated Communication, Vol.12 pp. 209- 229

59)Ann Marie (2006)"Al Manar And Al Hura, Competing Satellite stations and Ideologies "European Center For Security Studies, No. 2, October.

60) إبراهيم مصطفى صالح(2006) المعالجة الإخبارية لقضية الصراع العربي الإسرائيلي: دراسة تطبيقية على قناة النيل الدولية وهيئة الإذاعة البريطانية والقناة الثانية الإسرائيلية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام

61) Kelly Kenner (2005),"Al Jazeera net and BBC Media Framing of the Darfur Humanitation Crisis", University of Colorado, p.p 1-26, available at: http://www.colorado.edu , visitin 5- 4- 2014.

62) هويدا مصطفى(2003) مرجع سابق ص ص 1-74

63) Rasha A.Abdulla, et Al(2002) the Credibility of Newspaper, Television News, and online News", Paper presented to mass Communication and society Division, Association for Education In Journalism and Mass Communication, Annual Convention, Miami Beach, Fla., August 9.

64) Thomas Johnson & Barbara Kaye, "Using is Believing: the Influences of Reliance on the Credibility of online Political Information among Political Interest users", Journalism and Mass Communication Quarterly, Vol. 77, No. 4 pp. 865-879.

65) كلية دبي للإدارة الحكومية ، التقرير الأول حول الإعلام الاجتماعي في العالم العربي ، انظر الرابط التالي :

http/www.ameinfo.com/ar-192225.html تم الخول بتاريخ 25 / 9/ 2014)

65) خالد خلفان المنصوري وأخرون (2013) ، إطلالة معرفية على شبكات التواصل الاجتماعي ، مركز البحوث والدراسات ، أكاديمية شرطة دبي ' دبي ،الإمارات العربية المتحدة.