

استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار وعلاقته بمصداقيتها لديهم

إسراء منصور عبد الشافي^(٩)

أ.م.د/ حنفي حيدر امين

د.عبد المحسن حامد أحمد

ملخص البحث

يسعى البحث إلى رصد استخدام الشباب الجامعي للشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار وعلاقة ذلك بمصداقيتها لديهم، وذلك من خلال مسح ميدانية عمدية قومها ٤٠٠ مفردة من مستخدمي الشبكات الاجتماعية من الشباب بجامعة القاهرة والمنيا، وتوصلت النتائج إلى صحة الفرض الرئيس للبحث والذي يقول "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجامعي للشبكات كمصدر للأخبار وبين زيادة مصداقيتها لديهم، فكلما زاد استخدام الشباب الجامعي للشبكات كمصدر للأخبار زادت مصداقيتها لديهم، كما أظهرت النتائج أن موقع الفيس بوك أهم المواقع التي يعتمد عليها الشباب كمصدر للأخبار، وجاء عامل الكفاءة في مقدمة العوامل عند تقييم المبحوثين لمصداقية شبكات الاجتماعية بوصفها مصدرًا للأخبار.

Abstract

The research seeks to monitor the use of university students of social networks as a source of news and its relationship with its credibility they have, through a field survey of a sample intentional folk 400 items of social networking users of the youth at the Universities of Cairo and Minya, and

- باحثة ماجستير
- أستاذ الصحافة المساعد ورئيس قسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية- جامعة المنيا
- المدرس بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية- جامعة المنيا

found the results to the validity of the hypothesis president for research and to say, "There is a significant relationship differences between the university to use the networks as a source of news and the increased credibility they have, and the results showed that site Facebook the most important sites on which young people as a source of news, came efficiency factor at the forefront of the factors when evaluating the respondents to the credibility social networks .as a source of news

مقدمة:

أصبحت الشبكات الاجتماعية واقعاً حقيقياً بجانب كونها واقعاً افتراضياً، فرض نفسه وبقوة في العديد من المجالات، وعلى رأسها مجال الأخبار، فقد أمست اليوم هذه الشبكات منصات إخبارية، وساحات نقاش، حول الأخبار والموضوعات والقضايا السياسية وكل ما يهم الجمهور.

ومما يسهم في زيادة انتشار الخدمة الإخبارية لهذه المواقع سهولة الوصول إليها، كما أن هذه المواقع كثيراً ما تميزت بتفوقها في كسر التعتيم الإعلامي الذي تفرضه بعض الأنظمة على بعض الأحداث هذا إضافة إلى أن المستخدم أصبح يشعر بأنه جزء من العملية الإخبارية ككل فيمكنه أن يكون صانع هذا الحدث ومصدره بمجرد امتلاكه كاميرا شخصية أو محمول مزود بكاميرا مناسبة، ومن الأمثلة التي تعطي دليلاً واضحاً على قدرة مواقع الشبكات الاجتماعية على منافسة الوسائل التقليدية في مجال الأخبار ما حدث في الانتخابات الإيرانية يونيو ٢٠٠٩ (٥)، وكذلك إعصار ساندي (٥).

ومصادقية الشبكات الاجتماعية دائماً على المحك، بسبب الضعف في عملية الرقابة، ونقص الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام كحارس بوابة لفترة المواد الإعلامية، ومن هنا تبرز أهمية دراسة مصداقية تلك الشبكات.

مشكلة الدراسة

تعدّ الشبكات الاجتماعية اليوم أحد أهم مصادر الأخبار الأساسية، وخاصة بين فئة الشباب والتي تعد هي الفئة الأكثر استخداماً، والأكثر تفاعلاً على هذه الشبكات، ومما يسهم في زيادة الخدمة الإخبارية لهذه المواقع ما تتمتع به من مميزات، سواء في سهولة الحصول على المعلومة، وتتبعها، والتعليق عليها، إضافة إلى عناصر الجذب البصرية، وسهولة الاستخدام، والمرونة، والتفاعل. هذا النمو المتزايد والسريع في انتشار واستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار يجعلنا نقف أمام العديد من التساؤلات حول طبيعة استخدام الشباب الجامعي للشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار، ومدى تقييمهم لمصداقيتها.

لذلك نتلخص مشكلة البحثي: بحث استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار، وعلاقته بمصداقيتها.

أهداف البحث:

يسعى البحث الحالي إلى تحقيق الأهداف التالية:

- (١) التعرف على طبيعة استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار.
- (٢) تحديد أهم مواقع الشبكات الاجتماعية التي يفضل الشباب استخدامها.
- (٣) تحديد أهم مصادر الأخبار التي يتعرض لها الشباب عبر الشبكات الاجتماعية.
- (٤) التعرف على درجة وعي الشباب الجامعي المستخدم لمواقع الشبكات الاجتماعية لمفهوم المصداقية.
- (٥) الوصول إلى العناصر المؤثرة في تقييم المصداقية لدى الشباب الجامعي المستخدم لمواقع الشبكات الاجتماعية.

أهمية الدراسة:

أ- الأهمية النظرية:

- 1- أهمية إشكالية المصداقية باعتبارها من أهم أسس تقييم الأداء الإعلامي ومؤشر على نجاح المؤسسات الإعلامية من عدمها.
- 2- الانتقادات الموجهة إلى استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية كمصدر خبري يفتقر في بعض الأحيان إلى الدقة.

ب- الأهمية التطبيقية:

- 1- يقدم البحث تحليلاً موضوعياً لمصداقية الشبكات الاجتماعية وإلى أي درجة يمكن الاعتماد عليها كمصدر إخباري.
- 2- من نتائج هذا البحث يمكن الوقوف على العوامل التي تعطي مؤشر المصداقية لأحد الوسائل وبالتالي إمكانية تحسينها في الوسيلة الأخرى.

التساؤلات والفروض:

يسعى البحث الحالي إلى الإجابة على التساؤلات الآتية:

- 1) ما معدل استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية؟
- 2) هل تعد مواقع الشبكات الاجتماعية مصدراً للأخبار لدى الشباب الجامعي؟
- 3) ما تقييم الشباب الجامعي لمصداقية مواقع الشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار؟
- 4) ما أكثر المواقع التي يستخدمها الشباب الجامعي كمصدر للأخبار؟
- 5) ما العوامل المؤثرة على مصداقية مواقع الشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار لدى الشباب الجامعي؟

كما يسعى البحث إلى التحقق من صحة الفرض التالي:

"توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار وبين مصداقيتها لديهم"

نوع ومنهج البحث

يقع هذا البحث في إطار البحوث الوصفية الكمية التي تهدف إلى الكشف عن المعلومات والبيانات التي تعتمد على الأساليب الإحصائية؛ إذ يسعى هذا البحث لرصد وتوصيف طبيعة تعرض واستخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية كمصدر إخباري ومدى تأثيره على مصداقيتها لديهم؛ ولذلك تعتمد الدراسة أسلوب المسح بمستوييه: الوصفي، والتحليلي من أجل الإجابة على تساؤلات البحث واختبار فروضه.

مجتمع وعينة البحث:

أ- مجتمع البحث

ويتمثل في جميع الطلاب المنتظمين في مرحلة التعليم الجامعي.

ب- عينة البحث:

أجريا للبحث على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ طالب جامعي من مستخدمي الشبكات الاجتماعية، مأخوذة من عينة عشوائية غير منتظمة قوامها ٤٥٠ مفردة، من طلاب جامعتي القاهرة والمنيا بواقع ٢٠٠ مفردة لكل جامعة.

أدوات البحث:

يعتمد البحث على صحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

حدود البحث:

الحدود المكانية والبشرية: تتمثل الحدود المكانية للبحث الحالي في جامعتي القاهرة والمنيا، وتتمثل الحدود البشرية في عينة من الشباب الجامعي بكلا الجامعتين.

الحدود الزمنية: أجري هذا البحث خلال شهر سبتمبر ٢٠١٦م.

الحدود الموضوعية: يقتصر البحث الحالي على دراسة الدور الإخباري للشبكات الاجتماعية وعلاقته بمصداقيتها.

الشبكات الاجتماعية ودورها الإخباري

مواقع الشبكات الاجتماعية

لم تعد الشبكات الاجتماعية مجرد مواقع أو تطبيقات ذات شهرة واسعة؛ وإنما أصبحت اليوم أداة فاعلة ومؤثرة في مجالات مختلفة، فقد أدى ظهور الشبكات الاجتماعية إلى لفة نوعية في مجال الإعلام فأصبح تفاعلياً وديناميكياً، إعلام تعددي، بلا حدود أو قيود، وقد أبرز حراك الشباب العربي الذي تمثل بالثورات التي شهدتها بعض الدول العربية قدرة هذا النوع من الإعلام على التأثير في تغيير ملامح المجتمعات، وإعطاء قيمة مضافة في الحياة اليلسية، وإندار لمنافسة الإعلام التقليدي (الراوي، ٢٠١٢)، كما لعبت الشبكات دوراً محورياً في دحر محاولة الانقلاب العسكري في تركيا، وبحسب تعبير أندرو سليباك Andrew Selepak مدير برنامج ماجستير وسائل الاعلام الاجتماعية في جامعة فلوريدا "تويتر ووسائل الإعلام الاجتماعية قد منعت انقلاب من الحدوث" (Saaidi,2016).

ماهية الشبكات الاجتماعية؟

وتتطلق معظم التعريفات للشبكات الاجتماعية من كونها ملامداً من ملامح الجيل الثاني للويب بتقنياته ومميزاته، فهي مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الإنترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقاً لإهتماماتهم أو إنتمائاتهم بحيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر مع الآخرين (كاتب، ٢٠١٢، ٢)، ويعرفها قاموس ODLIS على أنها "مواقع تُشكل مجتمعات إلكترونية ضخمة، تُقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل: التعارف والصدافة والمراسلة الفورية وإنشاء مجموعات اهتمام وصفحات للأفراد

والمؤسسات، والمشاركة في الأحداث والمناسبات، ومشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والملفات المرئية والبرمجيات" (Joan, 2016). وتعرفها الباحثة بأنها: شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت، وفي أي مكان من العالم، غيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر، وتعدت هذا الدور لتخطو مجالات وأدوار أكبر، ومنها الدور الإخباري محل البحث.

الأخبار والشبكات الاجتماعية

كلمة خبر قديماً كانت توحى لنا بصورة ذهنية لغرف مكتظة بصحفيين وإعلاميين وأوراق، أما اليوم فكلمة خبر تعني لدينا صورة ذهنية لكاميرا أو هاتف محمول وأشخاص ليسوا ذوي خبرة إعلامية وربما كان مرورهم بجوار موقع الحدث صدفة، وصفحة بسيطة على إحدى الشبكات الاجتماعية لينتشر بعدها الخبر (Russell, 2015, 183).

إن العصر الذي نشهده حالياً من تطور وحداثة مستمرة، هو الذي أتاح المجال للشبكات الاجتماعية لتنمو كونها مصدرًا للأخبار (Caumont, 2013)، لتتخطى حدود دورها التي أنشئت من أجله وهو التواصل الاجتماعي، وفتح فيه المجال لتكون تلك الشبكات منصات لنشر الأخبار وتداولها، ونافست في ذلك الوسائل التقليدية لتصبح هي وسائل اتصال جماهيرية قائمة بذاتها، واستطاعت هذه المواقع أن تحدث تغييراً سريعاً في كيفية حصول الأفراد على الأخبار، وتصف صحيفة النيويورك تايمز The New York Times أدوات الإعلام الاجتماعي بأنها "إحدى الاستراتيجيات الضرورية لنشر الأخبار عبر الإنترنت" (Emmett, 2008).

لكن هذا الدور الكبير والمتطور التي تلعبه الشبكات في مجال الأخبار ونشرها وتبادلها ينبغي كونها عرضة لنشر الأخبار المزيفة والمغلوبة، ولذلك أعلنت

شبكتا التواصل الاجتماعي الأشهر "فيسبوك" و"تويتر" في سبتمبر ٢٠١٦م، عن توقيعهما اتفاقية تعاون مشترك فيما بينهما؛ لتبادل البيانات والمعلومات لمحاربة "الأخبار الزائفة" (أحمد علي، ٢٠١٦). وبموجب تلك الاتفاقية ستتضم الشبكتان إلى شبكة كبرى تضم ٣٠ وكالة صحفية وإعلامية، وتعمل جميع المؤسسات على مواجهة ومعالجة ووقف الأخبار الوهمية والزائفة، والعمل على تحسين نوعية المعلومات المنتشرة عبر مواقع التواصل.

مصداقية شبكة الإنترنت:

منذ ظهور الإنترنت كقناة جديدة للأخبار والمعلومات في منتصف ١٩٩٠، تعرض كثير من العلماء على مدى العقد الماضي لفحص مصداقية الانترنت ومكوناتها مقارنة مع وسائل الإعلام التقليدية (Metzger, 2003)، خاصة وأن المعلومات والأخبار متاحة بسهولة على شبكة الانترنت.

وقد ركزت غالبية دراسات مصداقية الانترنت في البداية على دراسة الإعلام السائد، أو المواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام الإخبارية السائدة، لكن مؤخرًا ركزت الدراسات على قياس ودراسة مصداقية المواقع الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي، والمدونات، بفضل زيادة عدد من يستخدم الانترنت كمصدر للمعلومات والأخبار.

و مصداقية الانترنت كما يعرفها (Johnson & Kaya, 1998): "هي الدرجة التي يحكم عندها مستخدموا الانترنت على المعلومات التي يجدونها على الشبكة بأنها تتسم بالمصداقية والموضوعية والدقة والعمق".

وعرفتها "إناس مسعد" بأنها: "الدرجة التي عندها يحكم مستخدموا الشبكة المهتمون بموضوعات معينة على المعلومات الموجودة على الانترنت والخاصة بهذه الموضوعات على أنها تتسم بالصدق والأمانة وعدم التحيز" (سرج، ٢٠٠٦، ٢٣٩).

أما فيما يتعلق بأبعاد قياس المصداقية على شبكة الإنترنت: فقد تعامل بعض الباحثين مع الانترنت من ناحية الأبلغ باعتباره مثيلاً للوسائل التقليدية من صحف وراديو وتلفزيون، بينما تعامل البعض الآخر معه باعتباره مفهومًا متعدد الأبعاد يحتاج إلى أبعاد أخرى عند قياس مصداقيته، وذلك نظرًا لاختلاف شبكة الانترنت عن وسائل الإعلام التقليدية.

النموذج الجديد لحراسة البوابات:

وضع سوندار (Sundar, 2008) نموذجًا اتصاليًا جديدًا، ومفهومًا جديدًا للعمل حراس البوابات وهو: استبدال التحكم بتمرير المعلومات أو منعها عبر البوابات إلى المشاركة في بيئة الإعلام الجديد، ونشر الروابط والأخبار المطلوبة والترويج لها وجعلها مرئية ومنتشرة، وهو ما يمكن ملاحظته في بيئات إعلامية مختلفة مثل الفايسبوك عندما ينشر أحدهم رابطًا لخبر ثم يعلق عليه ويجري مناقشة حوله.

هذا النموذج الذي وضعه سوندار Sundar، تعامل مع واقع وحقيقة، وهي صعوبة تطبيق مفهوم حراسة البوابات بفكرته القديمة على العملية الاتصالية في البيئات الجديدة للإعلام مثل الانترنت، فبدلاً من التخلي تماماً عن أداء الدور الرقابي أو التوجيهي، يمكننا المشاركة في بيئة الانترنت بما نعتقد أنه الأفضل ونسعى إلى أن يكون هو الأكثر ظهوراً وتداولاً.

نتائج البحث:

نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها:

١- استخدام الشبكات الاجتماعية

جدول (١) يوضح عدد مرات استخدام أفراد العينة للشبكات الاجتماعية (ن=٤٠٠)

م	مرات استخدامك للشبكات الاجتماعية	ك	%	الترتيب
١	مرة	٦٥	١٦,٢٥%	٣
٢	مرتين	٦٢	١٥,٥%	٤
٣	من ٣ مرات إلى ٥	١١٦	٢٩%	٢
٤	أكثر من ٥ مرات	١٥٧	٣٩,٢٥%	١
المجموع		٤٠٠	١٠٠%	

جاءت معدلات الاستخدام اليومي لأفراد العينة في ثلاث مستويات:

- المستوى المرتفع: وهو ما يعبر عنه بالاستخدام أكثر من خمس مرات، وقد جاءت نسبته ٣٩,٢٥%.
 - المستوى المتوسط: وهو ما يعبر بالاستخدام من ثلاث إلى خمس مرات يومياً، وكانت نسبته ٢٩%.
 - المستوى المنخفض: وهو ما يعبر عنه بالاستخدام مرة أو مرتين يومياً، وجاءت نسبته بمجموع ٣١,٧٥%.
- وأكدت تلك النتائج على كثافة استخدام أفراد العينة للشبكات الاجتماعية، فكلًا من المستوى المرتفع أو المتوسط يعبر عن كثافة في استخدام الشبكات. وتتفق تلك النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (عبد الحميد، ٢٠١٦)، أن ٢٨,٣% من المبحوثين يتعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى

ساعتين في اليوم، و ٢٢% منهم يتعرضوا لها من ساعتين إلى أربعة ساعات، وهو ما عبر عنه الباحث بالتعرض الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي.

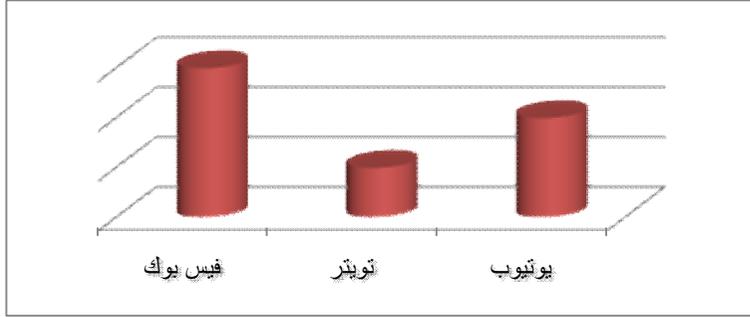
٢- استخدام الشبكات كمصدر للأخبار:

جدول (٢) يوضح مدى استخدام أفراد العينة للشبكات الاجتماعية (ن=٤٠٠)

م	مدى استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية	ك	%	الترتيب
١	تدوماً	٢٢٩	٥٧,٢٥%	١
٢	حياداً	١٦٢	٤٠,٥%	٢
٣	نادراً	٩	٢,٢٥%	٣
المجموع		٤٠٠	١٠٠%	

أثبتت نتائج الدراسة أن نسبة من يستخدم الشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار من أفراد العينة بشكل دائم بلغت ٥٧,٢٥%، في حين بلغت نسبة من يستخدمها أحياناً ٤٠,٥%، و ٢,٢٥% من أفراد العينة يستخدمونها نادراً، مما يشير إلى حرص أفراد العينة على استخدام الشبكات كمصدر إخباري، وهو ما يدل على الأهمية الكبيرة التي تتمتع بها الشبكات الاجتماعية، وقد زاد هذا الاستخدام بشكل ملحوظ عقب ثورات الربيع العربي وما تبعها من أحداث.

٣ أكثر الشبكات الاجتماعية تفضيلاً كمصدر للأخبار:



شكل (١) يوضح أكثر الشبكات الاجتماعية تفضيلاً كمصدر للأخبار (ن=٤٠٠)

عبر ٧٦,٧٥% من أفراد العينة عن تفضيلهم استخدام موقع فيسبوك كمصدر للأخبار، بينما كانت النسبة الأقل لتويتر فنسبة ٧,٨% فقط من أفراد العينة يفضلون استخدامه كمصدر للأخبار، بينما جاءت نسبة استخدام يوتيوب كمصدر للأخبار ١٤,٧٥%.

واتفقت النتائج مع الدراسة التي أجراها مركز Pew الأمريكي (Research,P, 2013) والتي توصلت إلى أن ٣٠% من البالغين يستهلكون الأخبار من خلال الفيس بوك.

بينما اختلفت تلك النتائج مع نتائج دراسة (Johnson & Kaya, 2015) والتي أظهرت أن المدونات الالكترونية تحتل المرتبة الأولى بين وسائل الإعلام الجديد بمتوسط حسابي ٧,٨، تلاها الفيسبوك بمتوسط ٧,٤.

٤- مميزات الشبكات الاجتماعية كمصادر للأخبار:

جدول (١) يوضح أسباب استخدام الشبكات الاجتماعية بوصفها مصدرًا للأخبار (ن=٤٠٠)

م	الأسباب	ك	%	الترتيب
١	تزيد من تفاعلي مع الخبر	١٢٦	٣١,٥%	٥
٢	تنقل الأحداث بسرعة	٢٨٩	٧٢,٢%	١
٣	حدث الأخبار باستمرار	١٣٠	٣٢,٥%	٤
٤	تنشر صور وفيديوهات حول الأخبار	١٧٥	٤٣,٨%	٢
٥	متنوعة في نقل كافة الأخبار	١٢٣	٣٠,٨%	٦
٦	المحتوى ينشر عليها بشكل جذاب	٦٢	١٥,٥%	٨
٧	تكلفتها قليلة	١١٩	٢٩,٨%	٧
٨	منتشرة على نطاق واسع	١٥١	٣٧,٨%	٣
٩	أكثر دقة في نقل تفاصيل الأخبار من الوسائل الأخرى	٦٢	١٥,٥%	٨ م
١٠	خرى تُذكر	-	-	-

أظهرت النتائج أن أهم المميزات التي تتمتع بها الشبكات الاجتماعية عند أداء دورها الإخباري هي سرعة نقلها للأحداث، فقد تصدرت هذه الميزة نتائج الدراسة بنسبة ٧٢,٢%، يليه ميزة نشر صور وفيديوهات حول الأخبار بنسبة ٤٣,٨%، بينما كانت النسبة الأقل لجاذبيتها ودقتها في نقل التفاصيل.

وتعكس النتائج أهمية ميزة السرعة التي تتمتع بها الشبكات عن الوسائل التقليدية، فهي تنقل الأخبار فور حدوثها وأحياناً أثناء حدوثها، وهو ما جعل الشبكات قادرة بشدة على مزاحمة الوسك الأخرى والتفوق عليها أحياناً عند أداء الدور الإخباري.

واتفقت مع تلك النتائج دراسة (سمر صبري، ٢٠١٤)، والتي أوضحت أن عامل السرعة في نقل الأخبار احتلَّ المرتبة الأولى في أسباب تفضيل المبحوثين لمواقع الشبكات وقت الأزمات بنسبة ٧١,٦%، يليه توثيق المعلومات بالصور والفيديو بنسبة ٥٧,٨%.

٥- أكثر مصادر الأخبار على مواقع الشبكات ثقة:

جدول (٤) يوضح أكثر مصادر الأخبار التي يتعرض لها المبحوثين ثقة لديهم

م	ك	%	الترتيب
١	١٠٤	٢٦%	٣
٢	١١٠	٢٧,٥%	٢
٣	١٢١	٣٠,٢٥%	١
٤	٢١	٥,٢٥%	٥
٥	٣٨	٩,٥%	٤
٦	١	٠,٢%	٧
	١	٠,٢%	٧ م
	٤	١%	٦
المجموع		٤٠٠	١٠٠%

بيّنت النتائج أن أفراد عينة الدراسة يتقنون أكثر في المصادر التي ينشرها الأصدقاء، فعبر ٣٠,٢٥% منهم عن أنها أكثر المصادر ثقة لديهم، يليها ثقتهم في الأخبار التي تنشر عن طريق الصحف على الشبكات بنسبة ٢٧,٥%، بينما كان المشاهير أقل المصادر ثقة بنسبة ٥,٢٥%.

وترجع الباحثة الثقة الكبيرة التي يوليها أفراد العينة للأخبار التي يكون مصدرها الأصدقاء، إلى الاتفاق في الميول والمعتقدات والاهتمامات بين الأصدقاء، وتُرجعُه كذلك إلى نشر الأصدقاء أخباراً كثيرةً يكون مصدرها ما يطلق عليه

"المواطن الصحفي" وتعتبر تلك الأخبار أكثر حرية في تناول موضوعات وعرض أخبار ربما تكن محجوبة من وسائل الإعلام الأخرى.

٦- مصداقية الشبكات الاجتماعية:

وضعت الباحثة أربع عشرة عبارة لقياس مصداقية مواقع الشبكات لدى أفراد العينة، تراوحت المتوسطات الحسابية لتلك العبارات ما بين (٢,٧٦ : ١,٨٩)، فجاء في الترتيب الأول عبارة " سريعة في نقل الخبر عن الوسائل الأخرى"، بينما جاء في الترتيب الأخير عبارة " تتحيز لرأي عن الآخر عند نقل الخبر". ويمكن تفسير تلك النتيجة بأن السرعة التي تنقل بها الشبكات الأخبار فور حدوثها، وأحياناً أثناء حدوثها، هي الميزة التي أعطت القدرة لمواقع الشبكات الاجتماعية لدخول مجال الأخبار بقوة ومنافسة الوسائل التقليدية فيه.

جدول (٥) يوضح مصداقية الشبكات الاجتماعية

الدرجة الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	أرض		محابد		أوافق		العبارة	م	الفئة	
				%	ك	%	ك	%	ك				
محابد	٩	٠.٦١٥	٢.١٤	%١٢.٨	٥١	%٦٠.٢	٢٤١	%٢٧	١٠٨	١٠٨	١	تعرض الأخبار بموضوعية.	
محابد	١٢	٠.٧١٧	٢.٠٤	%٢٣.٥	٩٤	%٤٨.٥	١٩٤	%٢٨	١١٢	١١٢	٢		تنقل الخبر بنصاف دون تغليب لوجهة نظر عن الأخرى.
محابد	٧	٠.٨١٣	٢.٢٠	%٢٥	١٠٠	%٣٠	١٢٠	%٤٥	١٨٠	١٨٠	٣		وسيلة مستقلة ولا يتحكم بها معلن أو مالك.
محابد	٨	٠.٧١٥	٢.١٨	%١٨.٢	٧٣	%٤٦	١٨٤	%٣٥.٨	١٤٣	١٤٣	٤	دقيقة في ذكر الأرقام والتواريخ.	
موافق	٥	٠.٧٠٠	٢.٣٧	%١٢.٧٥	٥١	%٣٧.٥	١٥٠	%٤٩.٧٥	١٩٩	١٩٩	٥	تستخدم روابط متعددة لتوثيق الخبر.	
محابد	١٠ م	٠.٧٤٥	٢.١٠	%٢٣.٢	٩٣	%٤٣.٨	١٧٥	%٣٣	١٣٢	١٣٢	٦	تذكر كل أبعاد الخبر.	
موافق	٦	٠.٦٦٣	٢.٣٥	%١٠.٥	٤٢	%٤٣.٧٥	١٧٥	%٤٥.٧٥	١٨٣	١٨٣	٧	تنقل الأخبار التي تهمني بالأساس.	
محابد	١٠	٠.٦٣٦	٢.١٠	%١٥.٥	٦٢	%٥٨.٥	٢٣٤	%٢٦	١٠٤	١٠٤	٨	أثق بمتابعة الأخبار عليها.	

الفئة م	العبارة	أوافق		محايد		أرفض		الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
		%	ك	%	ك	%	ك			
كفاءة	٩	٣٢٥	٨١.٢%	٥٥	١٣.٨%	٢٠	٥%	٢.٧٦	١	موافق
	١٠	٣٠٠	٧٥%	٨٦	٢١.٥%	١٤	٣.٥%	٢.٧٢	٢	موافق
	١١	٢٨٣	٧٠.٨%	٩٢	٢٣%	٢٥	٦.٢%	٢.٦٤	٣	موافق
	١٢	٢٣٦	٥٩%	١٣٨	٣٤.٥%	٢٦	٦.٥%	٢.٥٢	٤	موافق
مصدق	١٣	١٢٢	٣٠.٥%	١٦٥	٤١.٢٥%	١١٣	٢٨.٢٥%	١.٩٨	١٣	محايد
	١٤	٨٩	٢٢.٢%	١٩٦	٤٩%	١١٥	٢٨.٨%	٢.٠٦	١١	محايد
	١٥	١٠١	٢٥.٢٥%	١٧٣	٤٣.٢٥%	١٢٦	٣١.٥%	٢.٠٦	١١	محايد

وتظهر النتائج العامة لمقياس مصداقية مواقع الشبكات الاجتماعية

تفوقاً كبيراً لبعد الكفاءة في تقييم المبحوثين لمصداقية الشبكات الاجتماعية على باقي الأبعاد، يليه بعد الدقة، ثم الثقة، بينما كانت الموضوعية آخر تلك الأبعاد في تقييمهم للمصداقية.

نتائج اختبار فرض البحث:

أثبتت نتائج الدراسة صحة الفرض القائل:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار وبين مصداقيتها لديهم".

أ- معامل الارتباط:

جدول (٦) مصفوفة الارتباط للفرض الثاني

المتغير التابع (Y2)	المتغير المستقل (X1)	معامل ارتباط "بيرسون"	المعنوية
درجة استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية لديهم	درجة مصداقية الشبكات الاجتماعية	٠,٥١١ (**)	٠,٠٠٠

(**) دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١

بالنظر في الجدول السابق يتضح وجود ارتباط طردي ذو دلالة معنوية بين درجة استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية وبين مصداقية مواقع الشبكات الاجتماعية لديهم، حيث كانت قيمة معامل ارتباط "بيرسون" دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠١) وتدل على صحة العلاقة الانحدارية وجوهرية العلاقة بين المتغيرين، حيث كلما زادت درجة استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية زادت درجة مصداقية الشبكات الاجتماعية لديهم.

ب- تحليل التباين :

جدول (٧) تحليل التباين للفرض الثاني

البيان	مجموع المربعات	متوسط المربعات	اختبار " ف "
الانحدار	٥٨٨,٠٦٢	٥٨٨,٠٦٢	القيمة المعنوية
الخطأ	١٧٤,٩٣٧	٠,٤٣٨	١٣٤١,٢٦٢

بالنظر في جدول تحليل التباين السابق يتضح وجود علاقة انحدارية لا تعود إلي الصدفة بين درجة استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية وبين مصداقية القنوات الإخبارية العربية لديهم، حيث كانت قيمة اختبار "ف" ذات دلالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١.

ج- معامل التحديد:

البيان	R ²	R	الخطأ المعياري
معامل التحديد	٠,٧٧١	٠,٨٧٨	٠,٦٦٢١٥

يبين الجدول السابق أن معامل التحديد $R^2 = 0.771$ ، وهو يعنى أن درجة استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية تفسر مصداقية القنوات الإخبارية العربية لديهم بنسبة ٧٧,١%، أما النسبة الباقية فتفسرها متغيرات أخرى لم تدخل في العلاقة الانحدارية بالإضافة إلى الأخطاء العشوائية الناتجة عن أسلوب سحب العينة ودقة القياس وغيرها.

مما سبق يتضح صحة فرض البحث، أي أنه:

"توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار وبين مصداقيتها لديهم"

المراجع

أولاً : المراجع العربية:

- ١- الراوي، بشرى جميل. (٢٠١٢). دور مواقع التواصل الاجتماعي في إحداث التغيير: مدخل نظري، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر السابع عشر، ثقافة التغيير ٦-٨ نوفمبر ٢٠١٢. الأردن: جامعة فلادلفيا، كلية الآداب.
- ٢- كاتب، سعود صالح. (٢٠١٢). الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التحديات والفرص. المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي. السعودية: جدة.
- ٣- علي، أحمد. (٢٠١٦). "فيسبوك" و"تويتر" يتحدان لمحاربة "الأخبار الزائفة"، تم زيارته في ٢٠١٦/١١/١٤، متاح على الرابط <https://sabbq.org/DMF8Bb>.

٤- سرج، ايناس مسعد فهمي. (٢٠٠٦). أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة في تكوين الرأي العام المصري تجاه القضايا الدولية، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

٥- عبد الحميد، عمرو محمد محمود. (٢٠١٦). اتجاهات الرأي العام المصري نحو مصداقية القنوات التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا السياسية، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.

٦- صادق، سمر صبري، (٢٠١٤). تشارك المعلومات عبر الشبكات الاجتماعية وقت الأزمات وانعكاسه على إدراك الشباب المصري للأزمة، رسالة ماجستير ، القاهرة: جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام.

ثانياً أ: المراجع الأجنبية:

- 1- Uptin, Saiidi.(Jul 2016). For someone who doesn't like social media, Erdogan used it effectively to put down coup. Retrieved: November 14, 2016, from: <http://cnb.cx/29Uuxf8>
- 2- Joan M. , R. (n.d.). Online Dictionary for Library and Information Science. Retrieved: November 14, 2016 from ODLIS: http://www.abc-clio.com/ODLIS/odlis_s.aspx
- 3- Matei, S. A., Russell, M. G., & Bertino, E. (Eds.). (2015). Transparency in Social Media: Tools, Methods and Algorithms for Mediating Online Interactions. Springer .
- 4- Caumont, A. (2013). 12 trends shaping digital news. Fact Tank: News in the Numbers.
- 5- Emmett, A. (2008). Traditional news outlets turn into social networking Web sites in an effort to build

- their online audiences. *American Journalism Review*, 40-43.
- 6- Metzger, M. J., Flanagin, A. J., Eyal, K., Lemus, D. R., McCann, R. (2003). Credibility for the 21st century: Integrating perspectives on source, message and media credibility in the contemporary media environment. *Communication Yearbook*, 27, p.p. 293–335.
- 7- Johnson, T. J., & Kaye, B. K. (1998). Cruising is believing?: Comparing Internet and traditional sources on media credibility measures. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 75(2), p.p.325-340.
- 8- Sundar, S. S. (2008). The MAIN model: A heuristic approach to understanding technology effects on credibility. *Digital media, youth, and credibility*, 73100.
- 9- Research, P. (2014, March 26). Key take aways about social media and news. Retrieved: November 14, 2016. from: www.journalism.org/2014/03/26/8-key-takeaways-about-social-media-and-news/
- 10- Johnson, T. J., & Kaye, B. K. (2015). Reasons to believe: Influence of credibility on
- 11- motivations for using social networks. *Computers in Human Behavior*, 21, p.p.222-288.