

مستويات مصداقية الصحافة في اطار النموذج البنائي للمصداقية

أ.م.د. حمدان خضر السالم

كلية الاعلام / جامعة بغداد

خضير عباس ضاري الموسوي

بحث مستل من رسالة ماجستير

المستخلص

هناك خلط بين مفهومي المصداقية والصدق إذ يرى البعض أنّ معناهما واحد. فالمصداقية مشتقة من صدق وهي تعني الأدلة التي تثبت الصدق. والصدق يعني عدم الكذب ومطابقة الواقع. وقد بدأت دراسة المصداقية عالميا في نهاية خمسينيات الألفية الثانية لمعرفة التدني والعزوف عن قراءة الصحف. أما في الوطن العربي فدرست في عام ١٩٨٧ م. والدراسات العالمية توصلت الى مفاهيم المصداقية هي (الدقة- الاكتمال- نقل الحقائق- عدم التحيز- التوازن- العدالة- الموضوعية- الثقة- الامانة - احترام حرية الافراد- الاهتمام بالأفراد والمجتمع- مراعاة الاعراف والتقاليد).

وهناك أبعاد لدراسة المصداقية هي مصداقية القائم بالاتصال ومصداقية المضمون ومصداقية الوسيلة وهناك من وسعها وأضاف إليها مصداقية مصدر الاحداث ومصداقية تصريحات المسؤولين ومصداقية توجه الوسيلة ومصداقية نوع الوسيلة. أما المصداقية من المنظور الاسلامي فإنها تعني مصداقية الاقوال والافعال والذات. وان المصداقية مجموعة من القيم (اجتماعية واخلاقية ووطنية وشخصية وجمالية ودينية وسياسية واقتصادية).

وان المصداقية تعني أمرين هما :

١. مصداقية الصحيفة فيما يتعلق بالقارئ

٢. ومصداقية الصحافة فيما يتعلق بالمصدر.

وهناك ثلاث مراحل للتصديق (التصديق المبدئي، والتصديق النابع من الظرف الاتصالي، والتصديق النهائي).

وان البحث توصل الى ان هناك اربع مستويات تنبعية لقياس المصداقية في وسائل الاعلام كما يأتي:

- ١ - المستوى الاول : ويتمثل في صدقية وسائل الاعلام المختلفة .
 - ٢ - المستوى الثاني : ويتمثل في قياس مصداقية وسائل الاعلام في ضوء مكونات المصدقية المرتبطة بعناصر العملية الاتصالية .
 - ٣ - المستوى الثالث : ينصب حول التميز والمفاضلة بين وسائل الاعلام عن طريق اجراء مقارنة بين الوسائل التقليدية والوسائل الحديثة من حيث ثقة الجمهور في كل من تلك الوسائل .
 - ٤ - المستوى الرابع : يشمل هذا المستوى قياس ادراك الجمهور لمصداقية وسائل الاعلام في تناولها الاخباري للأحداث والقضايا البارزة والازمات .
- وتكمن أهمية ودراسة المصدقية فيما اذا كانت صحيفة او تلفزيون او انترنت الصحافة فيما اذا كانت عالية او منخفضة ،والتنافس القوي بين وسائل الاعلام المختلفة أو الوسيلة الواحدة ، والعزوف عن الاطلاع على الصحف دون غيرها ، وهذا يؤثر على الاعتماد على الوسيلة والثقة بها .
- وان المصدقية متغير متعدد الابعاد . وعالم اليوم متغير في نواحي الحياة كافة .
- ويعدّ النموذج البنائي . أفضل مدخل لدراسة المصدقية والمتكون من ثلاثة مداخل (المؤسسي ، والتأثيري ، والفردى) .

وبحسب تصنيف الباحثين هنالك مقاييس عدة لقياس المصدقية ، فضلاً عن وجود انواع مختلفة للمصدقية ، والكثير من العوامل المؤثرة فيها ، ومنها ما هو مرتبط بالمصدر أو الوسيلة أو القائم بالاتصال أو الجمهور أو شكل تقديم الرسالة أو جماعات الضغط أو أهمية القضية .

ويمكن الاستفادة من دراسة المصدقية في الصحافة على مستوى المهنة وعلى المستوى الاكاديمي .

Levels of Press Credibility in the Framework of the Structural Model of Credibility

Ph.D. Hamdan khader al-Salem and khudair Abbas Dhari**Abstract**

There is confusion between the concept of honesty and credibility arguing that their meaning is the same. 'Credibility; is derived from the truth which means evidence of honesty, while 'honesty' means not lying and matching reality. The study of credibility begins globally at the end of the fifties of the second millennium to see the decline and refrain from reading newspapers, while it was studied in the Arab world in 1987. Global studies finds several meanings of the concept of 'credibility' such as: accuracy, completeness, transfer facts, impartiality, balance, justice, objectivity, trust, honesty, respect the freedom of individuals and community, and taking into account the traditions and norms.

Credibility has two dimensions: the credibility of the newspapers that deals with readers, and the credibility of journalism dealing with the source. There are three levels of ratification: initial ratification, ratification stemming from the content-communication, and final ratification.

The research concludes that there are four levels of credibility:

1- Level one represents the credibility of various media means

2- Level two measures the credibility of media tools

3- Level three focuses on discrimination and differentiation among media means by making comparison between the traditional media and new technological one.

4- Level four measures audiences' awareness of the ratification of media.

The importance of the study sheds light on strong or weak decline in the credibility of the press or TV or online journalism, as well as on the strong competition among various media. The researcher find that there are many factors affect the credibility; some is related to the source or means or communicator or the existing content or the importance of the study.

المقدمة

من الملاحظ في السنوات الأخيرة من الألفية الثانية والسنوات المبكرة من الألفية الثالثة اهتمام متزايد بدراسة مصداقية وسائل الإعلام بصوره عامه والمقارنة بين الوسائل الحديثة والتقليدية من قبل الباحثين في مجال علم الاتصال الجماهيري بصفه عامه, وتأثيرات وسائل الإعلام بصفه خاصة وتعد المصداقية من المفاهيم بالغة التعقيد حيث تتخطى مجرد الصدق على اعتبار إن المصداقية مشتقه من المصداق والذي بدوره مشتق من الصدق وهي متغيرات ترتبط بدورها في الأنظمة الفرعية للنظام الاجتماعي والذي تعتبر وسائل الإعلام جزءا منه وإن دراسات المصداقية في بداية الأمر للدراسات كان ضمن المنهج التتبع التاريخي والاهتمام بالقائم بالاتصال وتأثيره على الجمهور واعتمد الباحثون على المنهج التجريبي بدأت الدراسات في الأعوام ٤٩-٥١-١٩٥٣ من هوفلاند وزملائه, برلو وآخرين لغاية عام ١٩٧١^(١), اتجه الباحثون نحو المنهج المسحي لقياس ورصد المتغيرات التي تؤثر على مصداقية وسائل الإعلام ومن ضمنها الصحافة على الجمهور ويسعى هذا البحث لعرض أبعاد مفهوم المصداقية , مكوناتها, أنواعها, كيفية قياسها, والعوامل المؤثرة في المصداقية (محدداتها), ومعايير مقارنة المصداقية , والمصداقية والمعايير الأخلاقية في زمن الأزمات .

وترجع أهمية البحث لكونه أول دراسة أكاديمية عراقية تتطرق لهذا الموضوع بشكل مفصل, والدور الذي أصبحت عليه الصحافة من التمتع بالحرية بعد عام ٢٠٠٣م, ولم تلق دراسات مصداقية الصحافة الاهتمام المطلوب من لدن الباحثين العراقيين, محاوله معرفة العوامل التي تؤثر في إدراك الجمهور لمصداقية الصحافة, ولغرض مواكبة التغيرات البحثية العربية والدولية .

وتتمثل مشكلة الدراسة بعزوف القراء عن مطالعه الصحف ومحاوله اكتشاف مستويات المصداقية التي يوليها الجمهور للصحافة المطبوعة سواء كانت حزبية أو مستقلة أو مواليه للحكومة وتتمثل مشكلة الدراسة بالتساؤل الرئيسي (ما مستويات مصداقية الصحافة لدى الجمهور) وهناك تساؤلات فرعية تتعلق بمدى مصداقية الصحف لدى الجمهور وما معايير المصداقية والتزام الصحافة بها , وما تأثير نمط الملكية على درجة مصداقية الصحافة وماهية عناصر المصداقية .

تقوم الدراسة على تحليل كفي للدراسات الأكاديمية العربية والعراقية حول مصداقية الصحافة من خلال عدة محاور أساسيه, محور مفهوم المصداقية ومحور مكونات المصداقية وأنواعها ومحور العوامل المؤثرة في المصداقية ومعايير مقارنتها ومحور كيفية قياس المصداقية , ومحور المصداقية والمعايير الأخلاقية في زمن الأزمات واعتمدت الدراسة على المنهج

المسحي بشقه الوصفي لدراسات المصداقية كما رصدتها الدراسة العراقية والعربية وقد اعتمدت الدراسة على مجموعه من الدراسات العراقية والعربية وهي دراسة سعد كاظم ٢٠٠٩، ودراسة رواء هادي صالح ٢٠١٢، أما الدراسات العربية فكانت منى جابر هادي ٢٠١٢، غادة عبد التواب ٢٠١٢، وسام نصر ٢٠١٠، نائف مطلق فهيد ٢٠٠٧، وخالد صلاح الدين حسن ٢٠٠٥، ووائل إسماعيل حسن ٢٠٠٥، وهويدا مصطفى ٢٠٠٣، وعزه عبد العزيز عثمان ١٩٩٦

المحور الاول : مفهوم المصداقية

المصداقية لغةً :

هناك خلط لدى الكثير بين مفهومي الصدق و المصداقية إذ يرى بعضهم أن معناهما واحد. فالمصداقية مشتقة من صدق، يعني مطابقة الكلام للواقع وهو ضد الكذب (٢)، أما المصداقية تعني الأدلة التي تثبت صدق الخبر أو الموضوع، و مصداق الأمر يعني الدليل على صدقه (٣).

(ورغم أن اللغويين و الكثير منهم يعترض على صحة تصريف هذا المصطلح إلى العربية، فإنه استقر كواحد من المصطلحات المهمة في العلوم الاستراتيجية و السياسية و الاجتماع و الإعلام) (٤).

و يرى محمد سيد محمد (إن المصداقية دخلت لغتنا العربية من ترجمة كلمة **credibility** الإنكليزية و إنها أقرب إلى المصدر الصناعي، و إن الأستاذ محمد حسنين هيكل هو الذي نحت كلمة المصداقية ، و حجة محمد سيد محمد إن الأستاذ هيكل رجل له أسلوبه و بلاغته ، إلى جانب معرفته الإنكليزية بشكل يوثق بها جداً ، و معرفته الإعلامية و السياسية بمصطلحات عصره عالمياً) (٥).

في حين وجد الباحث أن كلمة المصداقية عربية صرفة وهي مصدر صناعي وهو (أسم مصنوع من أسم آخر بزيادة ياء مشددة بعدها تاء في اخره للدلالة على حدث) (٦) و إن المصداقية مشتقة من صيغة المبالغة و التي تشتق من مصادر الأفعال الثلاثية، و اشتقاق مصداق من الفعل الثلاثي صدق و على وزن مفاعل و قد صنعت منها المصداقية بإضافة الياء و التاء .

و يصح القول إن صدقيه وهي اشتقاق من الصدق أو مصداقية من صيغة المبالغة لمصداق و تصبح مصداقية. أما فيما يخص كونها نحتت فلا صحة لذلك لأن النحت في اللغة العربية (أخذ أحرف من مجموع كلمات و المثال على ذلك بسملة من بسم الله الرحمن الرحيم أو حوقلة من لا حول ولا قوة إلا بالله العلي العظيم. فإن كلمة مصداقية مأخوذة من الجذر ص.د.ق و منها اشتق المصداق و المصداقية وهي صيغة مبالغة ثم أضيف إليه الياء المشددة و التاء و أصبحت مصدراً صناعياً.

و الصدق و الصحة تشير هذه الصفة إلى العديد من القضايا الأخلاقية في الحياة الصحفية ومن هذه القضايا تساؤل حول إمكانية التضحية بعنصر للتأكد من صدق الخبر من أجل الحصول على سبق صحفي و هل يمكن للصحيفة أن تنشر خبراً مهماً دون أن تتأكد من صدقه أو كذبه (٧).

وكذلك فإن الصدق (مطابقة المضمون المنقول من أحداث و أنباء و معلومات في وسائل الإعلام المختلفة مع الواقع الذي يسعى هذا المضمون لتغطيته أو نقله إلى الجمهور) (٨).

و حيث أن الصدق مطابقة الكلام للواقع وهو ضد الكذب، و الكذب هو الإخبار عن الشيء بخلاف ما هو عليه بالواقع، وصدق صدقاً و صدوق تصادقا ضد الكذب في وعده أو وعيده ويقال رجل صدق أي صادق، و الصدوق الأكثر من الصادق و صدقه قبل قوله (٩). و المصدق الذي يصدق في حديثه و يُصدق حديثه و الاشتقاق للمصداقية جاء من ذلك (١٠)، لصلتها بصدق الحديث و تصديقه أي الرسالة و الوسيلة و القائم بالاتصال، و الصديق دائم التصديق و الذي يصدق بالعمل (١١). وقوله تعالى (لَيْسَ الصَّادِقِينَ عَنْ صِدْقِهِمْ) و تأويله ليسأل المبلغين من الرسل عند صدقهم في تبليغهم و الله يعلم إنهم صادقون (١٢). وصدق صادق كقوله شعر شاعر أي قال صدقاً أو شعراً وقوله تعالى (وَأُمُّهُ صِدِّيقَةٌ) أي مبالغه في الصدق و التصديق (١٣). وقد وردت ٩٧ آية في القرآن الكريم تشير إلى الصدق و الصادقين (١٤).

وعليه فإن الصدق يعني نقل الكلام أو المعلومة كما قيلت بالضبط دون زيادة أو نقصان أو تحريف أو تشويه. أما المصداقية فتعني المؤشرات و المعايير التي تحدد معنى الصدق من الكذب.

إن معنى المصداقية تعني التزام الكلمة بالصدق في التعبير عن الحقيقة، وهناك ثلاثة أنواع من الكلمات التي تقدمها وسائل الإعلام وهي (١٥).

١. الكلمة الإبداعية (المثقلة بالمشاعر و الخيال)
٢. الكلمة العلمية (كلمة العقل و الواقع)
٣. الكلمة الإعلامية (مزيج من المشاعر و العقل و الخيال و الواقع).

وإن لكل كلمة لها مصداقيتها الخاصة بها. و إن الأخبار هي شكل من أشكال التعبير عن الثقافة (١٦).

مفهوم المصداقية :

لقد بدأت دراسة المصداقية عند احساس الصحف الامريكية بهبوط توزيعها ونقص المردود المادي لها في نهاية عقد الخمسينيات من الالفية الثانية ، وقامت بها كبريات المؤسسات الصحفية لمعرفة اسباب التدني السوقي (١٧) .

وقد درسوا تأثير مصداقية المصدر ومن ثم درسوا مصداقية الاعلام عند الجمهور.... اما الدراسات العربية فقد بدأت في نهاية ثمانينيات الالفية الثانية اذ قدم محمد سيد محمد مقالاً عام ١٩٨٧ تحت عنوان (كيفية قياس المصداقية في الاعلام العربي) اما في العراق فقد بدأت دراسة المصداقية بعد عام ٢٠٠٣ م.

اولا - مفهوم المصداقية عالمياً : (١٨)

منذ بداية دراسة المصداقية كان الباحثون يزداد اهتمامهم بتحديد مفهوم لها وقد اعطوا مفهوماً غير واضح وغير دقيق اذ تم ربطها فقط بالثقة عند الجمهور ، والخبرة لدى القائم بالاتصال وبعد ثلاثة عقود من الدراسات اضافة العديد من المعايير . وقد كانت الدراسة لأربعة مؤسسات امريكية قد توصلت الى ان المصداقية تتكون من المفاهيم التالية (١٩):

(الدقة - الاكتمال - تغطية الحقائق والوقائع - عدم التحيز والتوازن والعدالة والموضوعية - الامانة والمستويات الاخلاقية - استقلالية الاعلام - السمات المميزة لاداء الصحافة - الثقة في المؤسسات الاعلامية - نقل الحقيقة والصواب) .

اما جازينو وماكجرات فقد اعطيا مفهوماً للمصداقية مثل (الدقة - الموضوعية - الصحة واحترام الجمهور - الشمول والواقعية - الوضوح - الحياد - عدم التحيز - كفاءة الصحيفة) (٢٠).

أما فليب مايير فقد حدد المصداقية بما يأتي (٢١):

١ . عدم المساس بالحياة الخاصة بالافراد.

٢ . الاهتمام بما يفكر فيه القراء .

٣ . الاهتمام بغالبية المجتمع.

اما الدراسات الاوربية فقد ركزت على جانب واحد للمصداقية وهو نوعية المضمون والخصائص الايديولوجية وتضمنت في مفهومها للمصداقية (الدقة - الامانة - كفاءة وخبرة المصدر - كفاءة المراسل او المندوب) وأشارت الى ان الصحافة بحرفية صارمة تمنع التحيز وعدم الدقة وان مفهوم المصداقية اوروبيا هي (عدم الانحياز - فصل الحقائق عن الاراء عدم تبعية الصحيفة للدولة - التغطية الشاملة للحدث

- التعمق في التحليل - الحرص والامانة وعدم المبالغة - التوازن والشمولية - عدم الخوض في الحياة الخاصة بالافراد - تقديم الخدمات للجمهور نقل الحقيقة (٢٢).

ثانيا - مفهوم المصداقية في الدول الاخرى:

تضمن ثلاث مضامين للمصداقية وهي (٢٣)

١. مصداقية القائم بالاتصال وشملت (نقل الحقيقة - العمل لصالح الجمهور - مراعاة الاعراف والتقاليد - عدم المساس بالحياة الشخصية - عدم نشر الفضائح - الابتعاد عن الاخبار الكاذبة).
٢. مصداقية المضمون وعناصره (وضوح الرسالة - السهولة واليسر - نشر الحقائق بابعادها كلها).
٣. مصداقية الوسيلة وتشمل العناصر (الاعتماد على كُتّاب موثوق بهم - التعبير عن هموم الناس) .
٤. وبصورة عامة ان مفهوم المصداقية يعني قابلية سلوك طرف معين لان يصدقه الطرف الاخر....

وفي المجال الاعلامي يشير الى (الادلة التي تثبت صدق الخبر والموضوع والرأي ،وهذه الادلة هي تلك المعايير والمؤشرات التي تسهم في تقييم مصداقية المادة الاعلامية) (٢٤).

اما عربيا فان مفهوم المصداقية كما حددها محمود علم الدين بانها متعددة الابعاد وغالبا ماتتنوع هذه الابعاد ومن بحث لآخر وهي (الثقة في الوسيلة- الامانة - التقيد بمعايير الاخلاقية - القابلية للتصديق - الدقة - الانصاف - عدم التحيز - اختراق الخصوصية - حجب بعض المعلومات) (٢٥).

ويرى الباحث ان مفهوم المصداقية يتحدد بما يلي (الشفافية - الموضوعية - عدم المبالغة - الصحة الاسلوبية - العمل لصالح الحقيقة ونشرها - الدقة - الامانة - الاستناد الى الوثائق - الحرفية الاعلامية - الاعتدال والاستقامة - استخدام الارقام والنسب - الاهتمام بنشر التصويرات - الوضوح - عدم الادلجة - الشمولية في نقل الوقائع والاحداث) .

والباحث يعرف المصداقية اجرائياً (انها ميل الجمهور للتصديق والوثوق والاعتماد على المحتوى (الرسالة) المقدمة له بناءً على عناصر القيم (المتغيرات) التي تحكمها خبرته المتراكمة لتحديد عناصر قياس المصداقية) .

ثالثاً - مفهوم المصداقية في الصحافة ولدى الصحفيين (الممارسين) :

وهي ان مصداقية الصحافة تعني امرين وهما (٢٦):

الامر الاول

مصداقية الصحيفة بالنسبة للقارئ ويعني :

- ١ . مدى دقة المعلومات وصحتها لان الخبر معياره الدقة .
- ٢ . مدى موضوعية صاحب الرأي ، والرأي معياره الموضوعية .
- ٣ . مدى شمولية التغطية الصحفية في عرض وتقديم مختلف جوانب الحقيقة.

الامر الثاني

مصداقية الصحافة بالنسبة لمصدر الاخبار ويعني :

- ١ . القدرة على معرفة ما يجري بالنسبة للجمهور ، والاستفادة من اصدار قراره.
- ٢ . القدرة على قياس اتجاهات الجماهير والرأي العام.

المحور الثاني - مراحل تصديق المصداقية

ان ايسر صورة لمكونات العملية الاتصالية هي (المصدر والمرسل - القائم بالاتصال والرسالة والوسيلة والجمهور)

ومن اهم العوامل التي تؤثر في الجمهور فيما يخص المصدر مايلي (٢٧):

(التنظيم الاجتماعي والثقافي - مستوى معرفة المصدر - مصداقية المصدر - اتجاهات المصدر نحو نفسه ونحو الموضوع ونحو الجمهور المستهدف - المهارات الاتصالية) .

وتشير معظم البحوث الى درجة الارتباط العالية والوثيقة بين صدق المصدر والثقة فيه من جانب الجمهور ، ودرجة التصديق التي تلقاها الرسالة التي يقدمها المصدر ، وان الجمهور يأخذ المعلومات بغض النظر عن مصداقيتها ومن ثم تحقق منها بالاستناد الى هل المصدر منخفض او معتدل او عالي المصداقية في هذه المعلومة والتغطية ، هناك مجموعة من عناصر التصديق كما حدودها هو فلاند وجانيس وبرلو ولمبرت ومرتز وكما يلي (٢٨):

- ١ . الخبرة والكفاءة للمصدر
- ٢ . الثقة في المصدر
- ٣ . الامانة والطمأنينة
- ٤ . مؤهلات المصدر (٢٩)
- ٥ . الديناميكية

وتذكر وسام نصر ان هناك ثلاث مراحل للتصديق وهي (٣٠) :

١. التصديق المبدئي : وهو التصديق الموجود لدى الجمهور عن المصدر او الوسيلة قبل تقديم الرسالة موضوعة البحث ، ويتحدد هذا التصديق بتجارب سابقة .
٢. التصديق النابع من الظرف الاتصالي : تحدده خصائص المصدر التي ندركها في اثناء قراءة الرسالة ، ومن فهم الدلالات اللفظية وفي النهاية يكون الجمهور صورة عامة عن المصدر اما التصديق او عدمه
٣. التصديق النهائي : وتسمى ايضا الادراك الاجمالي او الشامل وهي مرحلة وجود المصدقية بشكل نهائي في المصدر او الوسيلة وادركها الجمهور بشكل ثابت .

المحور الثالث - مكونات وانواع المصدقية وطرق قياسها (النموذج البنائي)

يعد نموذج المسؤولية الاخلاقية والقانونية (النموذج البنائي) لمستويات التصديق النموذج المميز من بين النماذج لمعرفة المصدقية اذ يمثل النموذج تحولا في دراسة المصدقية بوصفه متغيرا احاديا ، الى دراستها بوصفها متغيرا متعدد الابعاد ، والمستوى يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمكونات العملية الاتصالية .

ويقوم النموذج بالاعتماد على اربعة مكونات رئيسية لمصداقية وسائل الاعلام وتحديد المتغيرات كما يأتي^(٣١):

1- المتغيرات السابقة (المستقلة) وتشمل ما يأتي :

- د . السياسات التحررية للصحيفة.
- هـ . التوجهات الايديولوجية .
- و . التأثيرات الحكومية .
- ز . تحيزات القائم بالاتصال

٢- المتغيرات الوسيطة تمثل ما يأتي :

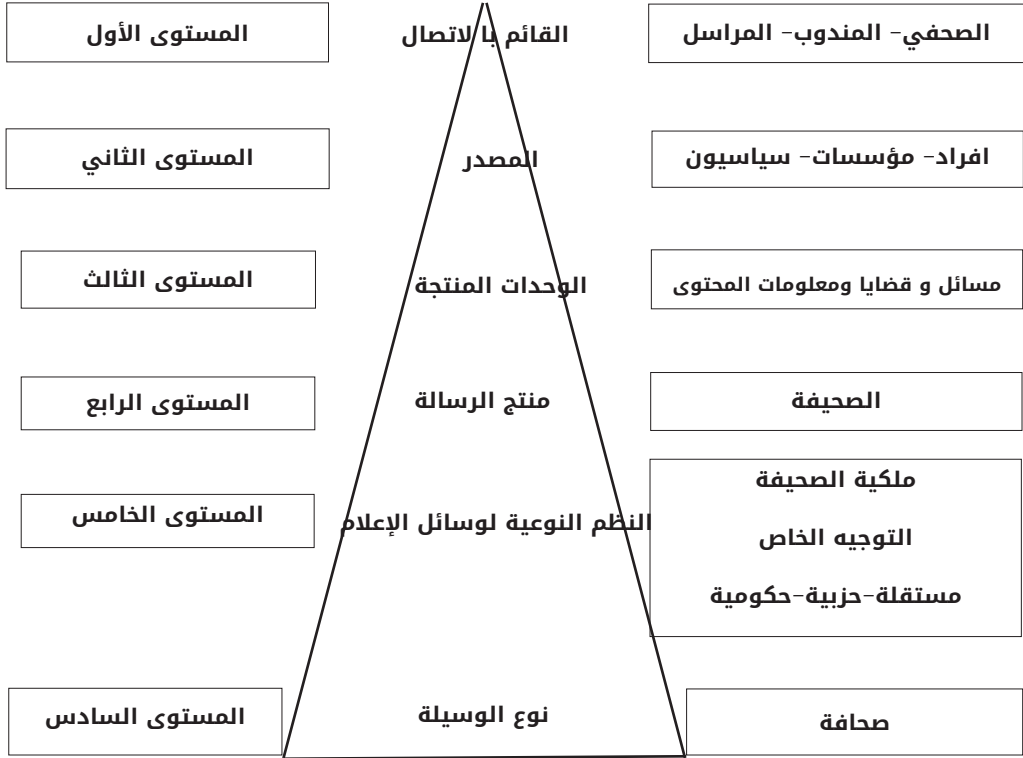
- أ . استخدام وسائل الاعلام.
- ب . خبرات الجمهور المسبقة مع وسائل الاعلام وتحيزاته .
- ج . اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام بوصفها المصدر الرئيسي لاستقاء المعلومات عن الاحداث والقضايا المختلفة .

٣- المتغيرات التابعة وتمثل ما يأتي :

- أ . الاستجابة المعرفية والوجدانية والسلوكية للجمهور .
- ب . تقييمات الجمهور الخاصة للمصداقية المدركة لتلك الوسائل .

٤- متغيرات اساليب القياس :

- ١ . وتشتمل على اساليب الكيفي والكمي ،
- ٢ . وعلى نمط القياس النسبي للمصداقية الاكثر دقة وهو ما يعرف بالتصديق المطلق والمتعمق ويوضح الشكل التالي المستويات المكونة للمصداقية الصحفية :



شكل رقم (١) مستويات المصداقية

ويعدُّ النموذج البنائي نتاجاً لمدخل ثلاثة ورئيسة للمصداقية وتمثل تلك المداخل فيما يأتي :

أولاً : المدخل المؤسسي وهو المدخل لمصداقية وسائل الاعلام وله مكونات عدة تتعلق بالمتغيرات التي تؤثر في الاستجابات المعرفية والوجدانية للجمهور والتي تسهم بما يأتي :

١. الصورة الذهنية لوسائل الاعلام لدى الجمهور .
٢. التأثيرات الحكومية على وسائل الاعلام .
٣. التأثيرات الأيديولوجية .
٤. جماعات الضغط والمصالح والشخصيات ذات النفوذ الديني والاجتماعي والمعلمين.
٥. مهنية وسائل الاعلام .
٦. خصائص فريق العمل .

ثانياً :- المدخل التأثيري :

يتناول المدخل التأثيري للمصداقية بوصفها متغيراً وسيطاً ذا أهمية واعتبار في التأثير على معارف الجمهور واتجاهاته , ويهتم بمفهوم مصداقية المصدر والقائم بالاتصال وتأثيرات التحيز الاعلامي .

ويستند الجمهور في تقييمه للمصداقية الى ما يأتي (٣٣) :

١. التركيز على الرسالة الاعلامية من حيث الشكل والمضمون .
٢. التقييم الآتي لخبرات المصدر ومؤهلاته وسماته الشخصية .
٣. الاستناد الى المعلومات والانطباعات المسبقة .

ثالثاً : المدخل الفردي المحدد (٣٤) :

وينصب التركيز في هذا المدخل على ما يأتي:

١. هل القضايا التي طرحت محلية أو اقليمية أو دولية .
٢. خبرة الجمهور بتلك القضايا .
٣. مدى تأثير تلك القضايا على حياة الجمهور بشكل مباشر أو غير مباشر ومدى تأثيرها على اهتماماته
٤. نوع القضايا والاحداث والمتغيرات التي تبثها الوسيلة وهل هي ملموسة ام مجردة.
٥. يصنف الاخبار على اساس أنها جادة أو خفية (تسلية وترفيه) .

ويشير منظرو النموذج البنائي الى أنّ هناك اربعة مستويات تتابعية لقياس المصداقية في وسائل الاعلام كما يأتى (٣٥) :

- ١ . المستوى الاول : ويتمثل في صدقية وسائل الاعلام المختلفة .
- ٢ . المستوى الثاني : ويتمثل في قياس مصداقية وسائل الاعلام في ضوء مكونات المصداقية المرتبطة بعناصر العملية الاتصالية .
- ٣ . المستوى الثالث : ينصب حول التميز والمفاضلة بين وسائل الاعلام , عن طريق إجراء مقارنة بين الوسائل التقليدية والوسائل الحديثة , من حيث ثقة الجمهور في كلٍ من تلك الوسائل .
- ٤ . المستوى الرابع : يشمل هذا المستوى قياس ادراك الجمهور لمصداقية وسائل الاعلام في تناولها الاخباري للأحداث والقضايا البارزة والازمات .

مكونات المصداقية

أن مصداقية الوسيلة تعني حرية الوسيلة , وتحرير الصحيفة من القيود قبل وبعد النشر , والبعض الاخر يراها الاداء الملتزم بمعايير اخلاقيات المجتمع والمهنة وهناك من ينظر اليها على أنها تلبية حاجات الجمهور , لكن صريح العبارة يشير الى أنّ بعض الدول لها حرية تامة لصحافتها لكن ليس لها مصداقية , وهناك صحف ملتزمة بأخلاقيات المهنة لكن تجدها في بعض الاحيان تتنصل عن ذلك لبعض المواقف والمعلومات لمصالحها الخاصة (٣٦), وهذه الاختلافات ناتجة من ان مكونات المصداقية ليست موحدة على مستوى البلد ناهيك على مستوى البلدان لانها تحمل ارباً حضارياً وفكرياً وسياسياً وايدولوجية وثقافية وعادات وتقاليد مختلفة فيما بينها . وقد اخذ كل باحث المصداقية من مكونات محددة وهو كذلك يؤمن بها ومن وجهة نظره . ولكن سوف نوحده هذه المكونات قدر المستطاع عن طريق الدراسات السابقة التي تناولتها البحوث وهي كما يأتي (٣٧) :

- ١ - الثقة بالمضمون .
- ٢ - الشمولية في التغطية .
- ٣ - عدم التحيز .
- ٤ - فصل الحقائق عن الرأي .
- ٥ - الدقة .
- ٦ - العدالة والانصاف .
- ٧ - الشفافية وعدم الغموض .
- ٨ - الاهتمام بمصالح الجمهور .

- ٩- الموضوعية .
- ١٠- التوازن .
- ١١- الحياد .
- ١٢- الأمانة.
- ١٣- الاستقلالية والحرية .
- ١٤- الحقيقة والصواب .
- ١٥- الالتزام بأخلاقيات المهنة .
- ١٦- عرض وجهتا النظر.
- ١٧- احترام خصوصيات الافراد وعدم الاستخفاف بعقولهم .
- ١٨- الاستناد إلى الوثائق والنسب المئوية.

وإن المصداقية متغير متعدد الابعاد , وان هذه الابعاد لمتغير المصداقية وحسب مايراه الباحث مكونة من أربعة محاور وتتكون من ما يأتي^(٣٨):

١- المحور الاول : سمات التغطية الخبرية لمصداقية الصحافة وكما يأتي :

- أ. الايديولوجية المتبعة في سياسة التحرير وتأثيرها على المصداقية .
- ب. تعدد الصحف وتأثيرها .
- ج. تحيز الصحافة.
- د. الدقة في تغطية الاخبار في الصحافة .
- هـ. الامانة في نقل الاحداث والوقائع والقضايا .
- و. المبالغة والتهويل والتهوين في نقل المعلومات وعدم التعقيم.
- ز. الموضوعية في تناول القضايا والتغطية الشاملة .
- ح. فصل الرأي عن الخبر .
- ط. العمل على نشر الحقيقة والعمل لصالحها .

٢- المحور الثاني : تصورات الجمهور عن الوسيلة

- أ - الاعتماد على صحفيين محترفين .
- ب - المهنية في نقل الاحداث .

ج - الاعتماد على اسم الصحفي وسمعته وتوجهه الفكري .

د - تأثير مصداقية الذات على مصداقية الصحافة .

٣- المحور الثالث : الاداء الاعلامي للصحيفة ومصداقيتها

أ. الالتزام بمعايير حرفية المهنة واخلاقياتها .

ب. الاتجاه الاحادي الايديولوجي

ج. وضوح اللغة والصحة الاسلوبية .

د. تحريف الرسالة واخفاء جوانب من الخبر وصرف الانتباه .

هـ . ملكية الوسيلة وتأثيرها على المصداقية .

و. احترام خصوصية الافراد .

٤- المحور الرابع : العوامل الاخرى المؤثرة في المصداقية ويشمل ما يأتي :

أ - الاعتماد على مصادر متنوعة ومعلومة .

ب - اسناد الاخبار الى مصادرها .

ج - الاستناد الى الارقام والنسب بدلاً عن القليل والكثير .

د - تقديم مضامين متعددة للقاريء .

هـ - وضع حد بين النقد البناء والنقد غير الموضوعي .

و - عرض الرأي والرأي الاخر .

ز - الاستشهاد بما يقع فعلاً من الاحداث .

ح - الاستشهاد بالوثائق عند عرض المواضيع .

ط - تعدد الصحف وكثرتها وتأثيره على الصحافة .

انواع المصداقية :

حدد ميشيل وروبنس في عام ١٩٨٨ اربعة انواع من المصداقية وكما يأتي^(٣٩)

١. مصداقية مصادر الاخبار الدقيقة .

٢. المصداقية الشهيرة .

٣. المصداقية السطحية .

٤. المصداقية الخبيثة .

٥. المصداقية المعتقد بوجودها .
٦. والباحث يقسم المصداقية الى الانواع الاتية :
٧. مصداقية المصدر .
٨. مصداقية الوسيلة .
٩. مصداقية الرسالة .
١٠. مصداقية الوظيفة .
١١. المصداقية الاستقطابية .
١٢. المصداقية النسبية .
١٣. المصداقية المطلقة .
١٤. مصداقية الجوهر .

طرق قياس المصداقية :

ان المطلب الاساسي في تقويم وتحديد الاهتمام والتفضيل يعتمد بالدرجة الاساس على كثافة الاهتمام والتفضيل لدى الجمهور الذي يهتم ولا يهتم بالوسيلة , ويتم عن طريق ترتيب أهمية العناصر في نموذج القياس

ان قياس مصداقية الصحافة هو نوع من المعالجة المهنية والثقافية والاخلاقية للمادة الصحفية ويتم التقدير للعناصر حسب التكرار في كل عنصر من عناصر القياس وبعد ذلك يستخدم مقياس المجال الفاصل ذو المسافات الثلاث او الخمسة او السبعة الذي تعد درجاته عن مستويات الاهتمام والتفضيل (٤٠) .

وثمة اربعة مقاييس في الاعلام بصفة عامة كما اوردها محمد سيد محمد وذلك في العام ١٩٨٧ ويعد المقياس الاول عربياً وهو (٤١)

المقياس اللغوي :

ان الاستخدام الخاطيء للغة يعطل من قدرات الجمهور الذهنية في فهم الرسالة والتصديق بها , وان غموض اللغة يؤدي في معظم الاحيان الى عدم التصديق , وان لغة الاعلام يجب ان تستخدم عبارات لها معنى واحد وعدم ادخال مصطلحات دخيلة تجعل من اللغة الاعلامية ليس فيها مصداقية . فما بالك اذا قال الصحفيون نصف الحقيقة واغفلوا النصف الاخر عن طريق تجهيل اللغة او تجاهلها , وان اللغة العربية اليوم لم تعد للغة التي يعرفها الباحثون , فقد اصابها الكثير من التغيير في طريقة بناء الجملة , ويقتضي الامر من الصحفيين بذل الجهد في لغة الصحافة لكي تكون واضحة ومفهومة وبسيطة وفيها

الكثير من المصداقية^(٤٢).

٢ - المقياس الايديولوجي :

ان الانظمة التسلطية لا ترضى بأن تكون هناك ايديولوجيات متعددة , وانما النظرية الاحادية للايديولوجيات والتي تحجب بقية الابعاد فتصبح الواقعة أو القضية أو الظاهرة غير واضحة , بسبب غياب تعدد الافكار واختلافها والتي تعطي اكثر من رأي , وتزيد من الوضوح والمصداقية . وغالبا ما تكون الانظمة غير الديمقراطية أحادية البعد وتلغي حرية التعبير عن الآراء . او ان تجعل وسائل الاعلام جزءً من السلطة . ولكي تنظم الصحافة هي المسألة الاكثر صعوبة وخطراً واهمية التي يتعين حلها لكي تؤدي دورها المطلوب تجاه الجماهير وكسب ودها والثقة بها^(٤٣).

وما نلاحظه اليوم اطلاق تسمية أرهاب على مجموعة وفي الوقت نفسه يطلق عليها تسمية ثوار , وهذا نابع من الايديولوجيات واذا كانت النظرة الاحادية تعد سلبية في الاعلام فان تغييب التعددية يعد عاملاً من عوامل عدم المصداقية . وهناك من يمارس اشكالا من القهر الفكري والايديولوجي والذي أدى الى هبوط حاد في مستويات المصداقية^(٤٤).

٣ - مقياس عدم المعرفة أو جزئية المعرفة

ان ارتفاع المستوى الثقافي للجمهور الذي يجعل من التطور امراً أكثر إلحاحاً وأكثر معاندة , والجماهير اصبحت تتفهم أهمية الصحافة , ويتطلب الأمر أن يكون الصحفي اكثر معرفة وثقافة لازمة له لكي يقدم رسائل صحيفة جيدة , وان الجمهور المثقف يعرف الاسقاطات الصحفية فيسخرون منها ولا يصدقونها وان الخبرة والتمرس ضروريان جدا لإزالة اللبس والغموض المعرفي للوصول الى المصداقية الصحفية^(٤٥). ويرتبط هذا المقياس بجهل القائم بالاتصال , أو عدم معرفته بالموضوع الذي يكتب عنه , حتى لو كان خبيرا صغيرا فتثورة المعلومات والمعرفة والاتصالات اصبحت خير كاشف للمصداقية عن طريق تدفق المعلومات وتدقيقها .

٤ - مقياس التزوير:

يرتبط هذا المعيار للمصداقية بتحريف الرسالة الاعلامية إذ يتم اخفاء بعض جوانب الخبر لصرف نظر الجمهور وانتباهه وقد ينتهي هذا الامر الى الكذب . وان عبور وسائل الاعلام الحواجز الجغرافية, وتدقيق المعلومات, ونوعها وتضادها وتصادمها في أول عقود الالفية الثالثة, تنطبق عليه المقولة الشهيرة (إنك قد تخدع ٩٠ ٪ من الناس لمدة ٩٠ ٪ من الوقت, لكنك لا تستطيع خداع كل الناس طوال الوقت) و أن التضليل و التزوير يؤديان إلى عدم المصداقية و قد تأتي الوسيلة ببعض العناوين و

مقدمات الاخبار لخداع الجمهور و تزوير الحقائق فكثيراً ما يسعى الصحفيون إلى البحث عن عناوين مثيرة، أو تقديم معلومات بطريقة مثيرة و جذابة للانتباه وغيرها من الفنون الصحفية^(٤٦) و يشبهه محمد سيد محمد (المصداقية بالروح من الجسد، فإذا جرحت الروح من الجسد فقد الجسم الحياة مبررات وجوده، و إذا خرجت المصداقية من الرسالة الإعلامية أصبحت الكلمة المكتوبة مثل ورقة الشجرة الذابلة الساقطة)....

اما المقياس الذي وضعه واستخدمه الباحث في دراسته فيتكون من العناصر الآتية :

١. الشفافية : نشر وتناول المعلومات بشكل مكشوف .
٢. عدم المبالغة : ذكر المعلومات المجردة الخالية من الاضافة والتهيل والتضخيم .
٣. الصحة الاسلوبية : قول الصدق وعدم الخوض في أمور لا يصدقها العقل ومستنده الى الوثائق واللغة الواضحة والبسيطة وغير المسطحة واستخدام الفاظ مفهومة .
٤. العمل لصالح الحقيقة ونشرها : تعني قول الحقائق دون تغليب المصالح لجهة .
٥. الدقة : تعني ان تكون المعلومات دقيقة ومحدودة (دقة الاسماء - والالفاظ- والاحكام - والوصف - والتواريخ - والارقام) .
٦. الامانة : كل حق لزم ادائه , وما يوثق به .
٧. الاستناد الى الوثائق : تقديم موضوعات صدرت فيها وثائق او ما يوحي الى ذلك والحصول على الوثائق بطرق قانونية .
٨. الحرفية الاعلامية : ممارسة اخلاقيات المهنة الصحفية دون تحيز وعدم خلط الرأي بالمعلومات , واتباع المهنة الاعلامية .
٩. الاعتدال والاستقامة : تعني التوسط بين حالين والالتزام بما دان به قولاً وفعلاً واعتقاداً وتعني عدم الانحراف عن الامور السابقة الصحيحة.
١٠. استخدام الارقام والنسب : وتعني عدم استخدام القليل والكثير وانما الارقام وكذلك استخدام النسب حيث فيها دقة متناهية .
١١. الاهتمام بنشر التصويبات : نشر الامور الصحيحة في حالة اكتشاف الخطأ وتعديلها .
١٢. عدم الأدلجة : الاخذ بالتعددية وترك الاحادية ويشمل السياسة والوسائل الاعلامية والموضوعات والآراء والاتجاهات والابعاد (محلية , اقليمية , دولية , اقتصادية , فكرية) .
١٣. الشمولية : تقديم المعلومات بشكل كامل وعدم تجزأتها لكي لا يخل بالمعنى

ومن العناصر التي تجعل الجمهور يقيس كيف يصدق المصدر ما يأتي^(٤٧):

- ١ - الاحساس بالأمان والطمأنينة الى المصدر في عدالته , وأمانته وكونه ودوداً ونزيهاً .
- ٢ - مؤهلات المصدر (خبرته بالموضوع ومدرباً ومتمرساً , وماهراً ومؤهلاً)
- ٣ - ديناميكية المصدر (لديه الطاقة ونشاط , ايجابي , متابع جيد)

اما روبرت ودالي فقد تم تحديد ١٤ عنصراً لقياس المصداقية وهي كما يأتي^(٤٨):

- ١ . التوتر : كلما قل التوتر المرتبط بالحدث زادت المصداقية .
- ٢ . قابلية الوصول للمصدر : اذا كان مصدر المعلومات ممكن الوصول اليه أو النفاذ الى معلوماته بشكل كبير فأن المصداقية تكون واردة عند الجمهور .
- ٣ . حرية التغطية : حرية التغطية الصحفية للوقائع التي رآها ستكون هناك مصداقية موجودة .
- ٤ . الثقة : الثقة المفترضة مسبقاً تكون المصداقية الاعلى .
- ٥ . الاتساق الداخلي: الصحفي اذا كان ذا اتساق داخلي مع الرسالة فتكون شهادته اكثر مصداقية .
- ٦ . مهارات التعميم : كلما كانت تعميمات الصحفي اكثر مهارة كانت رسالته الاعلامية اكثر مصداقية .
- ٧ . الممانعة (النفور) : فكلما كان الخطر والدمار الذي سوف تسبب شهادته لشاهد اكبر تكون مصداقيته اعلى .
- ٨ . الخبرة : اذا كانت خبرة الكاتب ضخمة كانت مصداقيته اعلى .
- ٩ . الموضوعية : كلما ارتفعت الموضوعية في الرسائل الصحفية تكون المصداقية اكثر .
- ١٠ . الدقة : المعلومات الاكثر دقة تكون ذات مصداقية مقبولة .
- ١١ . مبدأ الشهادة : الشهادة الحية للمادة الاعلامية تكون المصداقية أعلى فيها .
- ١٢ . المعاصرة : فكلما كان تقرير الصحفي يعتمد على اكثر من شاهد معاصر فيكون تقريره أكثر مصداقية .
- ١٣ . الاعتماد على مصادر أولية : المصادر الاولية اكثر مصداقية من غيرها .
- ١٤ . دقة الاستشهاد : معلومات الصحفي اذا كانت مستندة الى استشهاد دقيق تكون المصداقية اعلى .

العوامل المؤثرة في المصداقية (محدداتها)

يمكن تحديد ملامح المحددات المؤثرة في مصداقية وسائل الإعلام وفقاً لما يأتي:

اولا- العوامل المرتبطة بالمصدر

هناك عوامل تجعل من المصدر لديه ما يمكنه أن يقنع ويؤثر في الجمهور و الجمهور يصدق بالصحافة متى ما توافرت جملة من العوامل فالنتيجة هي ثقة الجمهور بالصحافة و كما يلي (٤٩):

أولاً : المصداقية : تشير معظم نتائج البحوث الأُن هناك ارتباطاً وثيقاً بين المصدر و الثقة به من جانب الجمهور و درجة التصديق بالرسالة التي بعثها المصدر عن طريق الصحيفة. و يعتمد قياس مصداقية الوسيلة و المصدر على أمرين هما (٥٠)

. الخبرة : إذ إن التدريب و التجربة و الذكاء و الممارسة المهنية تحدد مدرجات الجمهور عن معرفة المصدر أو الوسيلة وهم يمتلكون معلومات صادقة و حقيقية عن الموضوع الذي يروم كسب ثقة الجمهور الذي يعتبر أن الوسيلة لها مصداقية .

. زيادة الثقة بالقائم بالاتصال عن طريق الوسيلة (الصحيفة) و المصدر الموثوق به و الصحيفة التي تقدم معلومات موضوعية عما يحدث و بدون تحيز يكسب ثقة الجمهور .

ثانياً: الجاذبية : عندما يكون الجمهور قريباً من الصحافة من الناحية النفسية و الاجتماعية هنا تتحقق المصداقية للمصدر و مقياس ذلك التشابه و التماثل و المودة و الحب هذا يؤدي إلى حد ما الى تغير الآراء و تأكيد المصداقية (٥١).

ثالثاً : قوة المصدر: تأتي عن طريق السيطرة و الضبط و قدرته على التدقيق و التمحيص، و قوة المصدر من الأخبار التي غالباً ما تكون منتقاة من الصحيفة، و التي تجعل الجمهور في خضم المعلومات المصاغة بلون محدد وهي ليست صورة للأحداث التي تمر بهذا البلد و العالم و الإخبار ذات المصداقية الحقيقية سرعان ما تتحول إلى دعاية للصحيفة و مسؤوليتها و تجعل الجمهور لا يحيي أجواء الأحداث بقدر ما يحيي وجهات نظر الصحيفة، وهذا يجعل الخبر له وظيفة دعائية حتى و إن حاول واضعوه التقيد بالحياد، و كان له صدق (٥٢).

و يؤكد المفكر السياسي هارولد لاسلكي بما يأتي (إن من يبحث عن مشكلة الصدق في الإعلام في المجتمع الحديث يواجه أمرين:

١ . يعقد هذه المشكلة

٢ . إن جمع الإخبار و نشرها لا يراعى فيه العرض الموضوعي للوقائع. و يميل مضمون الإخبار إلى فائدة من بيدهم مقاليد السلطة الاقتصادية) .

و على الصحف الحكومية و المستقلة و الحزبية و الدينية أن تروي للجمهور الحقيقة ولا شيء غيرها، ولكن في وقت الأزمات أو الإخبار التي تخص الدول و التي تؤثر على علاقات المصلحة المتبادلة، ففي هذه الحالة تعطي إنصاف الحقائق أو عدم الإشارة لها مطلقاً. و على الصحف إثبات حسن النية، والتصرف عن طريق ما تكتبه الصحف.

و علينا أن نفتش عن أسباب فجوة المصداقية و أزمته في الصحافة لأن الإعلام الآخر سوف يكون أقوى بسلب الجمهور الذي هو أصلاً تأثر بالإعلام البديل. وعلى الصحافة الاستفادة من التطور التكنولوجي من حيث الشكل و المضمون. و من الأمور التي تعزز ثقة الجمهور اقتراب الأسلوب الصحفي من الواقع ، و كذلك ازدهار الطباعة _ و إن شعار وحدة القرية الالكترونية بدأ بالتفكك، و جعلت العالم يعودون مرة أخرى للعيش في جزر منفصلة و يستهلكون مواداً إعلامية مختلفة عن جيرانهم وصدقائهم و ينسحب ذلك على الصحافة و إن الجمهور أصبح لا يصدق الصحافة ولا يثقون في المعلومة التي يحصلون عليها من الصحافة إلا بعد أن يكون هناك مصدر آخر تناول تلك المعلومات إن المصادر الإخبارية إذا حظيت بثقة الجمهور و احترامه و قناعاته بكفاءة القائمين عليه.

و بموضوعيته و عدم انحيازه و اكتمال عناصره الإخبارية كلما ازدادت الثقة و المصداقية و ذهب (هوفلاند) إلى أن مصداقية المصدر تتضمن عناصر موضوعية و أخرى ذاتية وهما الخبرة و الجدارة بالثقة و أضاف (بيرلو) عنصراً آخر هو الديناميكية . و طالما تفترض إنها صفة أو خاصية لمصادر الرسالة إلا أن علماء النفس يقولون إن مصداقية الرسالة نفسها أكثر تأثيراً على الجمهور من مصداقية المصدر و إن المتلقي ينظر إلى المصدر كونه صادقاً أو غير صادق، حقيقياً أو مزيف، واقعياً أو خيالياً، موضوعياً أو غير موضوعي، عادلاً أو متحيزاً، مكتملاً أو ناقص العناصر الاخبارية ولا يتأثر الحكم على المصدر و تقويمه و تحديد مصداقيته بما يقوله فقط ولا بسماته و خصائصه و إنما يكون التأثير بالطريقة أو الأسلوب الذي يقدم فيه الرسالة وكيف قال رسالته.

وهناك اربعة عوامل تسهم في تحقيق مصداقية المصدر وهي^(٥٣)

١ . الإحساس بالمسؤولية تجاه المجتمع

٢ . الالتزام بالحقيقة و الأمانة

٣ . تجنب الخداع و التحريف

٤ . المنافسة الشريفة

ثانيا - العوامل المتعلقة بالوسيلة

لم تستقر الدراسات في تحديد نوع الوسيلة الأكثر مصداقية او التي فيها مصداقية و يقتنع بها الجمهور. و تباينت نتائج تأثير نوع الوسيلة على مصداقية الرسالة الإعلامية ، فهناك من يقول إن المصداقية لدى التلفزيون أكثر من مصداقية الصحف ، و كقاعدة لا يمكن تصديقها ، إلا أن الصحف لها متابعيها و يعدونها أكثر مصداقية، و إن طبيعة الوسيلة كونها محلية أو قومية أو دولية لها تأثيرها. و على مدى العقود السابقة في الألفية الثانية و بالتحديد منتصفها كانت الصحافة أكثر مصداقية و يؤكد ذلك (روجر) في سلسلة دراساته. و هناك علاقة ارتباطية بين تكرار استخدام الوسيلة و إدراك الجمهور لمصداقية الوسيلة و إن الفرد عندما يميل إلى وسيلة .

يعتقد بأنها ذات مصداقية. و بالرغم من الدراسات مختلفة في تحديد مصداقية الوسيلة بشكل تام إلا من خلال حجم الاستخدام و التعرض له تأثيره الواضح، و إن المصداقية ليست نتاج يوم بل نتاج وقت طويل من الالتزام و تعد الموضوعية و الحياد من أهم الركائز التي تقدم الدليل على نزاهة الوسيلة و صدقها و قوتها في التأثير على جمهورها (٥٤).

ثالثا - العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال

إن القائم بالاتصال يتأثر بالنظام الاجتماعي الذي يعمل فيه و من القوى الأساسية التي تؤثر في مصداقية القائم بالاتصال، وهناك قيم و مبادئ يسعى لإقرارها، و يعمل على أن يجعل من الجمهور المستقبل لها متقبل لهذه الظروف. وفي بعض الأمور يتغافل القائم بالاتصال بإخفاء بعض الأمور وهذا يؤثر على مصداقيته وذلك لاعتقاده بأن هذا الإخفاء نابع من إحساسه بالمسؤولية الاجتماعية. وهناك معايير ذاتية و معايير مهنية تؤثر في القائم بالاتصال و مصداقيته إذ إن تحديد مصداقية القائم بالاتصال لا تتأثر بما يقدمه أو يقوله فقط، بل تتأثر بالطريقة أو الأسلوب الذي تتم به صياغة الموضوع الصحفي (٥٥).

رابعا - العوامل المتعلقة بالجمهور

وجد الباحثون أن الخصائص الديمغرافية و الشخصية للجمهور تؤثر في ادراكهم للمصداقية في الوسيلة الإعلامية أو المصدر و وجدت الدراسات إن اندماج الأفراد في القضية المطروحة و توجهاته الأيديولوجية لها تأثير على إدراك المصداقية (٥٦). و إن اعتماد الجمهور على وسيلة محددة يؤثر على تقبل المصداقية لها عن طريق خصائصه الديمغرافية و الشخصية و مستوى الاعتماد على الوسيلة و إن مصداقية الصحيفة تعد تقييماً من المستقبل أكثر منها صفة تلصق بالمصدر و إن التطرف في الاتجاه و تقديرات الجمهور

بالثقة في وسائل الإعلام تتأثر بأرائهم الشخصية و اتجاهاتهم نحو الموضوع المطروح، وأما على صعيد النوع فإن الإناث أكثر تصديقاً من الذكور، وكبار السن أكثر تصديقاً للصحف من غيرها، و إن ذوي المستوى الاجتماعي و الاقتصادي و التعليمي الأعلى أكثر تصديقاً .

إن الجمهور تغير عما كان سابقاً فالجمهور الآن نشط وله القدرة على التقرير و التخطيط و القيام بردود فعل له من القوة ما يمكنه أن يطيح بحكومات فما بالك بغيرها ، وعلى الصحفي أن يضع في تفكيره سمات المجتمع و جمهوره كمحدد لنجاح و إيصال الرسالة الصحفية، و الجمهور أحد مصادر الصحفي في معرفة موضوعه، و إن أولويات الجمهور و العوامل الانتقالية و اتجاهه نحو الصحفي و الصحيفة محدد مهم للتأثير و التأثير، و إن الجمهور هو أهم متغير في العملية الاتصالية وعليه يتطلب من الصحفي و الوسيلة معرفة طبيعة الجمهور و العقلية العاطفة و خصائصه الأولية فسوف يحد من مقدورها التأثير عليه و إقناعه مهما كانت الرسالة معدة إعداداً جيداً . و إذ إن خصائص الجمهور ترتبط في قابليته لتصديق مصادر الاخبار، سواء كانت هذه المصادر مرتبطة بالنوع أو العمر أو المستوى الاجتماعي و الاقتصادي أو مستواه التعليمي أو مكان إقامته .

وقد احتلت هذه الخصائص مع اتجاهاتهم و مستوى اهتمامهم و اعتمادهم على الوسيلة الإعلامية صدارة البحوث في العوامل المؤثرة في مصداقية الوسيلة.

خامسا - العوامل المرتبطة بشكل و تقديم الرسالة:

إن شكل و تقديم الرسالة من محددات المصداقية من حيث أن اللغة المطروحة ليس فيها لبس أو غير واضحة المفردات أو ذات مفردات متعددة المعاني، و إن المضمون غير متكامل الأبعاد وفي بعض الأحيان تكون الصورة المرافقة للموضوع ليست ذات دلالة، أو سلامة اللغة المكتوبة بها، و إن لتجهيل المصدر أو تحديد الأثر في المضمون و التصديق و إن أخطاء النحو في الصحف ترتبط بأخطاء الحقائق و المعلومات التي تنشرها الصحف وكذلك تؤثر على مصداقية الرسالة اذا كان فيها جدل أو خلاف للمعلومة ، أو هناك اتفاق على الموضوعات المطروحة ، وكذلك تتأثر المصداقية للرسالة اذا كانت في وقت الازمات ام في الظروف العادية ، أذ ان المصداقية تقل وقت الازمات لان الجمهور يكون اكثر نشاطا وأكثر شكاً فيما يقدم له ، والعكس هو الصحيح في الأوقات الطبيعية .

سادسا - جماعات الضغط و علاقات العمل :

إن علاقات العمل تضع بصماتها على القائم بالاتصال، إذ يعدّ المصدر من جماعات ضغط على القائم بالاتصال ، و الوسيلة لها تأثيرها المباشر على تقديم رسالة القائم بالاتصال أو المصدر، أما جماعات الضغط فيمكن تحديدها بخمس دوائر وكما يأتي^(٥٧).

١. الأخلاقيات العامة
٢. السلوكيات التي تفرضها المؤسسة على الصحفي
٣. ضوابط و موثيق شرف وقواعد محلية
٤. النقابة و الاتحادات المهنية المحلية و العالمية و الإقليمية
٥. دائرة المجتمع حيث تحيط بكل الدوائر أعلاه.

سابعا - العوامل المرتبطة بطبيعة القضية المتناولة و أهميتها

إذا كانت القضية المتناولة موضوعاً خلافياً أو جدلياً أو موضوعاً متفقاً عليه فإن هذه القضية تعد عاملاً مؤثراً في مصداقية الجمهور، أو إن الموضوع يرتبط بأوقات الأزمات (٥٨) و الصراعات أم إن الموضوع في الظروف و الأوقات العادية. فإذا كانت القضية مرتبطة و قريبة من حياة الجمهور فإن مصداقيتها تزداد بعلاقة طردية، و إذا كان هناك جدل أو في الأزمات و الكوارث و الحروب فإن ذلك يحدد من مصداقية الموضوع أو القضية بأكملها. مما لا شك فيه إن من محددات المصداقية هل أن القضية محلية أو إقليمية أو دولية .

و حدد الباحثون (ميرل و بلاك و بربات) العوامل التي تؤثر على مصداقية الصحافة و كما يأتي (٥٩):

١. عدم إحساس الصحفيين و غرورهم و سلوكهم السيء
٢. الممارسات المهنية السيئة
٣. اعتماد الصحفيين بشكل مكثف على المصادر المجهولة
٤. إحساس الجمهور بأن الصحفيين أصبحوا جزء من السلطة
٥. عدم إعطاء حق الرد للآخرين

و من المحددات الأساسية الأخرى عدم تقديم معلومات كاملة و جيدة في عرض وجهات النظر جميعها حول موضوع مثير للجدل و تقديم معلومات غير كافية و تعميم على بعض القضايا (٦٠) وفي بعض الأحيان تتخذ الصحافة من نفسها منبراً لتبادل الملاحظات و النقد و إن جهة التمويل ستؤثر على مصداقية الصحيفة عن طريق الأخذ بآراء الممولين فقط مع إعطاء فسحة ضيقة للآخرين على اعتبارات خاصة (٦١). و أخيراً من العوامل التي تحد من المصداقية هي العوامل البيولوجية و العوامل المكتسبة الأخرى وكذلك نوع نظام الحكم يؤثر بشكل أو آخر على المصداقية و مثلث ازمة المصداقية هو:

أولاً: وسائل الاتصال

ثانياً: الجمهور

ثالثاً: مؤسسات المجتمع و الحكم

أي خلل في احدهما يؤثر على المصداقية. أن أزمة المصداقية او فجوة المصداقية او أزمة التصديق كرد فعل لزيادة عدد الرسائل الاعلامية بصحفها العديدة وزيادة الطروحات من مواد اعلامية مثيرة وضارة في جميع اوجه الحياة البشرية ، والتي تنتشر من اجل جذب انتباه جمهور، و اكثر خدمة لمصالح المؤسسة الاعلامية ، واننا نعيش اليوم في عالم من الوهم والشعارات المزيفة والمزايدات الرخيصة التي تجعل الجمهور في متاهات من وضعه ويثير تساؤلات مع نفسه هل الرسائل الاعلامية فيها مصداقية ويتطلب التصديق والثقة بها . ولا نحس بهذا الوضع الاعلى وقع عمل ضخم وكبير.

فهذه الصحف تميل الى تزيف الوعي الاجتماعي والسياسي والتجهيل المتعمد . والذي يؤدي حتما الى فقدان المصداقية . وبقينا فأن الجمهور سوف لا يثق بالصحيفة ويكون الوضع خطيراً ويتجه الى صحيفة اخرى . والأسوء انه يتخبط فكرياً^(٢٢).

تري هويدا مصطفى أن اشكالية عدم توافر مصداقية وسائل الاعلام لدى الجمهور لاستخدامها ما يأتي^(٢٣)

- ١ . استخدام الشائعات في تغطيتها القضايا والمعلومات كما حصل في الحرب العراقية الامريكية عام ٢٠٠٣ .
- ٢ . عدم وجود مهنية في طرح القضايا والآراء وانما هناك توجيهات محددة .
- ٣ . افتقار الموضوعات عنصر التحليل الذي يمنح الجمهور تصورا لما يحدث.
- ٤ . التحيز الواضح الذي تستخدمه وسائل الاعلام وبحسب السياسة التحريرية للصحيفة .
- ٥ . استخدام الاعلام سلاح في الحرب .
- ٦ . اشكالية العاملين في الصحافة وخلفياتهم الايديولوجية والعلمية والسياسية التي تتحكم في طبيعة الرسالة الإعلامية .
- ٧ . التقييم لبعض المعلومات يخل ويحدد المصداقية للجمهور .
- ٨ . تفضيل وجهة نظر معينة , مع اعطاء بعد وعرض الادلة تخص صحتها.
- ٩ . تقديم الحقائق واعطاء التعليقات بشكل مقصود .
- ١٠ . استخدام لغة التضليل الذي يؤدي الى اصدار احكام تختص بالحقائق.

لا أحداث تأثير مطلوب للصحافة يجب ان يكون متكاملة في مواضيعها ، وتشترك فيه مع بقية وسائل الاعلام المختلفة ، ومعرفة جوانب القوة والضعف في كل وسيلة ، ومعرفة الجمهور المستهدف ومدى استخدامه للوسيلة المفضلة لديه ، وعلى وسائل الاتصال الجماهيرية أن تدعم كل واحدة منها الاخرى من حيث التأثير^(٦٤) وتكامله وكسب ثقة الجمهور الواسع.

وقطعت المجتمعات الغربية شوطا كبيرا في اتجاه تحرير وسائل الاعلام من قيم حرية التعبير وحرية تداول المعلومات ، وتطبيق شرط الضمير في الاداء الاعلامي ، والذي يرتبط بالنزاهة والموضوعية والتوازن وكلها عوامل تتفاعل لتحقيق لوسائل الاعلام درجة ومستوى من المصداقية التي تتمتع بها لدى الجمهور .

وهناك وقع كبير للقيم في وقت الازمات وتأثيرها على قيم المصداقية وتعرض هذه القيم الى الاهتزاز لعدم التزام المؤسسات الصحفية بمعايير الدقة والموضوعية والابتعاد عن الحقيقة ، وذهب الكاتب البريطاني كبلج الى القول (إن الحقيقة هي اول ضحية في الحرب)^(٦٥).

وان تضخم ظاهرة الاخبار المجهولة في الصحافة العراقية ، ألقى بظلاله على مصداقية الصحف ، وجعل القراءة اقل ثقة بما يقرؤونه في الصحافة ، وهذا واضح من قولهم (كلام جرائد)^(٦٦).

وتشير بعض البحوث الى تراجع في القراءة المنتظمة للصحافة العراقية بين اوساط الجمهور العراقي ، غير ان التفضيل لبعض وسائل الاعلام ، يرتبط دائما بمقدار المصداقية لرسائلها في تناولها الأحداث والقضايا المختلفة ، واحساسها بالمسؤولية في ادائها لوظيفتها كسلطة رابعة^(٦٧).

بينما يشير بحث اخر الى ان هناك مصداقية في الصحافة العراقية وذلك لموضوعيتها وجديتها وثقة الجمهور بها في تناول الاحداث والقضايا التي تهم المواطن ، غير انه يشير في جانب اخر ، الى عدم اعتماد الجمهور العراقي على الصحافة العراقية في معرفة الاخبار ، وهو دليل على مستوى المقروئية القليل للصحف العراقية^(٦٨).

وهناك بحث الاخر يشير الى أن المشهد العراقي الاعلامي فيه تعدد كبير لوسائل الاعلام وهو متعدد الاتجاهات والاجندات ، وتفتقر وسائل الاعلام في غالبيتها وتعدد مضامينها للمصداقية ، التي لا تتجاوز بأحسن الاحوال ٠,٨ ، لعدم التزامها بمعايير مبادئ الصحافة

الحرية , وقد ارتبطت المصداقية الصحفية بطبيعة الاستمالات العاطفية للجمهور , وليس لأحكام الموضوعية , او عناصر التحقق من المصداقية (٦٩)

والشيء القيم هي الحرية والديمقراطية التي لو استثمرت بشكل صحيح وعقلاني فأنهما يؤديان بنا الى المصداقية الصحفية التي نرغب بالوصول اليها واقناع الجمهور باننا صادقون في طروحاتنا , وكل بلد , وانطلاقا من واقعه , له الحق وعليه الواجب على الصحافة ان تعطي المصداقية وعلى الجمهور واجب التصديق عن طريق الممارسة الديمقراطية والحرية الحقيقية , وتشديد الالتزام بالواقعية من اجل عدم خداع الجمهور (٧٠).

ان الرحمن شاء ان يزود المؤمنين بأيتين هما جوهر الحرية والديمقراطية وعلى المفكرين الاسلاميين المتنورين والنخب الفكرية والصحفية عدم ترك الجمهور في حالة ضياع وفقدان اتجاه وفوضى من خلال عدم المصداقية وانما تطرح النصوص لتؤكد من خلالها على المصداقية التي نحن بأمس الحاجة لها لبناء بلدنا وصحافتنا لمقاومة العولمة وغزوه الثقافي (٧١) .

التوصيات

ويمكن الاستفادة من دراسة المصداقية في الصحافة على مستوى المهنة او على المستوى الاكاديمي , وهو ما يمكن تحديده في النقاط الآتية :

١ - على مستوى المهنة :

من الضروري العمل على اعادة تقييم الممارسات الصحفية المتبعة في الصحافة العراقية بشكل يؤكد اكثر على الاهتمام بالمواطن العراقي كطرف فاعل ومشارك في الحياة العامة واعادة النظر في مكانته كمصدر للصحافة وكمساهم في العمل الصحفي مع تهيئة المناخ العام لمشاركة فعالة اكثر من قبل المواطن الصحفي والمواطن في مناقشة القضايا العامة وابداء الحلول لما يواجهونه من مشكلات وتحديد اوليات القضايا التي يجب ان تحتل الصدارة في اهتمام مجتمعاتهم سواء على مستوى السياسة او الصحافة , كما يجب ان يعيد الصحفيون رؤيتهم لادوارهم , بحيث تقترب اكثر من

المواطنين , مع اعادة صياغة مفهوم الخبر والقيم الاخبارية التي يتبنونها , والمساهمة في اتخاذ المواقف بالقبول او الرفض وطرح الحلول للمشكلات وابرار مساهمات المواطنين في النقاش العام والمساهمة في تطوير الصحافة لادواتها في جمع المعلومات بحيث لا تقتصر على الوسائل التقليدية , مع الاعتماد على وسائل جديدة مثل جماعات النقاش والبحوث والاستطلاعات وتحليل البيانات ورعاية المنتديات التي تهدف الى التوصل لحلول المشكلات في المجتمع , وتنوع طبيعة المصادر التي تعتمد عليها الصحافة , والاخذ بنظر الاعتبار وجهات نظر المواطنين والابتعاد عن الضغوط التي يمارسها مالكو الصحف والاحزاب والتيارات , وان يكون الصحفي مستقل في ارائه وعدم الانقياد الى الايديولوجية الاحادية , والبحث عن الحقيقة ونشرها , والدقة في تناول المعلومات والاستناد الى الوثائق والنسب , وعلينا ان نطرح كل الامور بشفافية مع التركيز على قانون حق الوصول والحصول على المعلومة مع اعطاء فسحة للصحفي في ممارسة اعماله بكل حرية , والنقييد باخلاق ممارسة المهنة وعادات وتقاليد المجتمع الصحيحة , والنظر لمصالح المجتمع لا مصالح الافراد وبالاخص التي تتعارض مع المصالح العامة , وعدم التدخل في خصوصيات الافراد , والابتعاد عن الاخبار الكاذبة او مجهولة المصدر , وان لا يكون هم الصحافة الربح المادي ومن اجله نشر الشائعات , وتعزيز الوعي الصحفي لدى المواطنين .

٢ - على المستوى الاكاديمي :

من الضروري قيام مراكز البحوث والجامعات برعاية المشروعات ذات الطابع المجتمعي وتتوخى مصداقيتها والترويج للصحافة الصادقة وكذلك الدعوة لطرح افكار ومفاهيم مصداقية الصحافة ودراسة وتحليل تجارب الدول التي تعني بهذا المجال وتحليل التجارب ذات المساس بالمصالح العامة واهتمامات المجتمعات والسعي للوصول الى ان تتبنى صدقية الصحافة وان تكون الصحافة حرة ومستقلة وتتماشى مع السياق العام واحتياجاته وصولا الى دولة المواطنة وصحافة المواطنين لا الاجندات الخارجية والتركيز على بحوث المصداقية من كافة ابعادها ومكوناتها وعناصرها والعوامل التي تؤثر بها (محدداتها) .

الهوامش

١. خالد صلاح الدين, مستويات مصداقية وسائل الاعلام المصرية لدى الجمهور, بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الاعلام كلية الاعلام, جامعة القاهرة, العدد السادس والعشرون لسنة ٢٠٠٦, ص ١٢٧
٢. المعجم الوسيط, نخبه من أساتذة معجم اللغة العربية, ح ١, ط ٣, القاهرة: مطابع شركة الاعلانات المصرية, ١٩٨٥, ص ٧
٣. غاده عبد التواب, واقع الصحافة القومية ومصداقيتها في ظل اعلامي جديد, بحث مقدم الى المؤتمر السنوي الاول لكلية الاهرام الكنديه, لسنة ٢٠١٢, ص ٨
٤. عزة عبد العزيز, مصداقيه الصحافة العربية-المفاهيم والمعايير, (القاهرة: الدار العربي للنشر والتوزيع, ٢٠٠٦, ص ١٦
٥. محمد سيد محمد, المصداقية في الاعلام العربي, (القاهرة: دار المعارف, ٢٠٠٦, ص ٧٤
٦. حامد صالح الضامن, الموصل: مطابع دار الحكمة للطباعة والنشر, ١٩٩١, ص ٣٣٩
٧. محمد جمال, المعجم الاعلامي, (عمان: دار اسامه للنشر والتوزيع, ٢٠٠٦), ص ٣٠٩
٨. مي العبد الله وعبد الكريم حسين, المعجم في المفاهيم للإعلام والاتصال, (لبنان: دار النهضة العربية, ٢٠١٤, رقم المصطلح ٣٦٥, ص ١٦٢
٩. المنجد في اللغة والاعلام, (بيروت: دار المشرق, ١٩٨٦, ص ٤١١-٤٢٠
١٠. معجم لسان العرب, من الانترنت بتصرف
١١. محمد بن ابي بكر الرازي, مختار الصحاح, (بيروت: دار الكتاب بالعربي, ١٩٨١) ص ٣٩٥
٢١. جلال الدين محمد وجمال الدين عبد الرحمن, تفسير الجلالين, (دمشق: دار ابن كثير, ١٩٩٤) ص ٤١٩
٣١. محمد حسين الطباطبائي, مختصر تفسير الميزان, (بيروت: مؤسسة الاعلمي للمطبوعات, ٢٠٠٦), ص ١٤٩
١٤. المصحف الرقمي : برنامج بحث منصب على الكمبيوتر
١٥. صالح خليل ابو اصبع في الثقافة الإعلامية, (عمان: أمانة عمان, الدائرة الثقافية, ٢٠٠٨, ص ٤٦
١٦. نهى ميلور, صناعة الاخبار العربية, ترجمة حنان عبد الرحمن, (بيروت: المركز القومي للترجمة, ٢٠١٠, ص ١٦
١٧. محمود علم الدين, مصداقية الاتصال, (القاهرة: دار الوزان للطباعة والنشر, ١٩٨٩) ص ٤٦

١٨. جميل صليبا، المعجم الفلسفي، ج٢، (قم: دار ذوي القربى، ١٩٦٥)، ص ٤٠٣
١٩. عزة عبد العزيز عثمان، مصداقية الاعلام العربي المفاهيم والمعايير، (القاهرة: الدار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦) ص ١١
٢٠. محمد سيد محمد، المصداقية في الاعلام العربي، (القاهرة: دار المعارف، ٢٠٠٦) ص ٣٢
٢١. منى جابر هادي، مصداقية مواقع بعض الصحف المصرية على الانترنت وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري، اطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنوفية، ٢٠١٢، ص ٥٩
٢٢. مجموعة مقالات بحثية من الانترنت بتصرف، الصحافة وازمة المصداقية.
٢٣. عزة عبد العزيز، مصداقية الاعلام العربي، مصدر سابق، ص ٢١-٢٢
٢٤. هويدا مصطفى، الأعلام والازمات المعاصرة، (القاهرة: دار مصر المحروسة، ٢٠٠٤)، ص ١٤٩
٢٥. محمود علم الدين، مصداقية الاتصال، مصدر سابق، ص ٢٥
٢٦. غادة عبد التواب اليماني، بحوث ودراسات في الاعلام الصحفي، (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعة، ٢٠١٤)، ص ٨٨
٢٧. منى سعيد الحديدي وشريف درويش اللبان، فنون الاتصال والاعلام المتخصص، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩) ص ٤٨-٥٢
٢٨. المصدر نفسه، ص ٥٣
٢٩. عربي المصري، هل انتقضت مصداقية وسائل الاعلام لان اعدادها زادت، الموقع الالكتروني www.spara_sy.com
٣٠. وسام نصر، مصداقية وسائل الاعلام المصرية الحكومية والخاصة اثناء الازمات، بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الراي العام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، العدد الاول، المجلد العاشر لسنة ٢٠١٠، ص ٥٤
٣١. غادة عبد التواب اليماني، واقع الصحافة القومية ومصداقيتها في ظل اعلامي جديد، بحث مقدم للمؤتمر السنوي الاول لكلية الاهرام الكندية لسنة ٢٠١٢، ص ٨
٣٢. منى جابر عبد الهادي، مصدر سابق، ص ٤٥-٤٦
٣٣. خالد صلاح الدين حسن، مصدر سابق، ص ١٣٢-١٣٤
٣٤. منى جابر عبد الهادي، مصدر سابق، ص ٤٠
٣٥. منى جابر عبد الهادي، مصدر سابق، ص ٤٧
٣٦. محمود علم الدين، مصداقية الاتصال، مصدر سابق، ص ٨-٩

٣٧. دينا احمد وبسنت عبد المحسن العقبوي ، مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب السعودي ، بحث مقدم الى الجمعية السعودية للإعلام والاتصال ، جامعة الملك سعود لسنة ٢٠١٢ ، ص ٧-٨
٣٨. خالد صلاح الدين ، مصدر سابق ص ١٤٧
٣٩. حنان احمد سليم ، مصداقية الاخبار في وسائل الاعلام لدى الجمهور الالمانى ، بحث مقدم الى المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر، لكلية الاعلام، جامعة القاهرة لسنة ٢٠٠٨ ، ص ١٢١٠
٤٠. محمد عبدالحميد ، بحوث الصحافة ، (القاهرة ، عالم الكتب، ١٩٩٢) ص ٢٣٨-٢٤٠
٤١. محمد سيد محمد، مصدر سابق، ص ٩٥-٩٨
٤٢. محمد حسن عبد العزيز ، لغة الصحافة المعاصرة ، (بيروت المركز العربي للثقافة والعلوم، ب-ت) ، ص ٦-٧
٤٣. جان كلود ادبيات الاعلام، ترجمة رباب العابد (بيروت مجد المؤسسة الاعلامية للدراسات والنشر، ٢٠٠٨) ص ٩
٤٤. هالة اسماعيل بغدادي ، الاخباريات الفضائية العربية الواقعية والطموح، الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث ، (٢٠٠٩) ص ٧
٤٥. جان كلود ، مصدر سابق ، ص ١٥-١٦
٤٦. سليمان صالح ، ثورة الاتصال وحرية الاعلام ، ، (عمان مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٧) ص ١٤٦-١٤٧ .
٤٧. سهام نصار ، تأثير المصداقية على علاقة الصفوة بالصحافة ، المؤتمر العلمي السنوي كلية الاعلام ، جامعة بغداد ٢٠٠٣ ، ص ٢٥٠
٤٨. عبد الباسط عبد المعطي ، الاعلام وتزييف الوعي ، (القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٧٩) ص ٢٦ .
٤٩. محمود علم الدين ، مصداقية الاتصال، مصدر سابق، ص ٣٧-٣٩
٥٠. رحيمة الطيب عيساني، مدخل الى الاعلام والاتصال ، (اريد عالم الكتب الحديث للنشر، ٢٠٠٨)، ص ٧١-٧٢
٥١. محمد عبد الحميد ، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير ، القاهرة : دار الكتب ، ٢٠٠٠) ، ص ٩٦ .
٥٢. رحيمة الطيب ، مصدر سابق ، ص ٧٣
٥٣. عبد الرحمن عربي وفيصل القاسم ومي العبد الله واخرون ، العرب والاعلام الفضائي ، (بيروت : مركز دراسات الوحدة لعربية ٢٠٠٤) ص ٧٠-٧١