

اتجاهات الأردنيين نحو مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الأردنية الحكومية والخاصة

د. عبدالخالق عبدالمجيد العزام، استاذ مساعد، كلية الخوارزمي الجامعية التقنية، عمان، الاردن

تاريخ استلام البحث: 2025/10/01	تاريخ نشر البحث: 2025/10/25	المجلد: 3	العدد: 2
--------------------------------	-----------------------------	-----------	----------

الملخص بالعربية:

تهدف هذه الدراسة الميدانية إلى الكشف عن آراء الأردنيين حول مصداقية القنوات التلفزيونية الأردنية الحكومية والخاصة في تغطيتها الإخبارية، وعن العلاقة بين نمط ملكية هذه القنوات ومصداقية الأخبار التي تقدمها. إضافة إلى الكشف عن الفروق بين تقييم أفراد العينة لمصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الأردنية الحكومية والخاصة وفقاً لخصائصهم الديمغرافية. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي إلى جانب المنهج المقارن، كما اعتمدت عينة عشوائية طبقية قوامها (1500) شخص من مجتمع الدراسة المتمثل بأفراد المواطنين الأردنيين البالغين من العمر 18 سنة فما فوق والبالغ عددهم (3.8 مليون نسمة). ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بإعداد استبانة لفحص متغيرات الدراسة، حيث تم توزيعها على أفراد عينة الدراسة، وكانت جميعها صالحة للتحليل. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

- تقدير أفراد العينة لجميع أبعاد مصداقية الأخبار التلفزيونية في كل من القناتين كان بمستوى متوسط، ولكن قيم متوسطات تقديرات الأفراد لأبعاد المصداقية كانت أعلى قليلاً لصالح قناة رؤيا الخاصة باستثناء البعد "تقدم الأخبار بمهنية إعلامية بكفاءة" والتي كانت لصالح قناة الفضائية الأردنية.
- تقدير أفراد العينة لأبعاد "الحرية" و "الاستقلالية" و "الثقة" و "الحياد" كانت الأدنى بين تقديراتهم لأبعاد المصداقية الأخرى.
- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى (0.05) بين خصائص أفراد العينة وتقديرهم لأبعاد مصداقية الأخبار. وفي كل من القناتين باستثناء متغير الجنس في حالة قناة رؤيا الخاصة وكان لصالح الإناث.
- واقتُرحت الدراسة مجموعة من التوصيات كان من أبرزها:
- ضرورة العمل من قبل القنوات عينة الدراسة على تعزيز أبعاد المصداقية، وخاصة أبعاد الحرية والاستقلالية والثقة والحياد والموضوعية في تغطيتها للأخبار، لأن رفع من مستوى مصداقيتها في نشرها للأخبار ومتابعتها للأحداث يكسبها ثقة المشاهدين واجتذابهم وبالتالي يعزز من قدرتها التنافسية.
- ضرورة مراجعة القوانين النازمة للعمل الإعلامي وخاصة المرئي والمسموع، والقوانين الأخرى المتداخلة معها وإجراء الإصلاحات اللازمة عليها بحيث تصبح أدوات تحفيز للارتقاء بالأداء الإعلامي شكلاً ومضموناً، بما ينسجم مع مبادئ الديمقراطية والمعايير الدولية الخاصة بحقوق الإنسان.

الكلمات المفتاحية: مصداقية القنوات التلفزيونية، نمط الملكية الإعلامية، القنوات التلفزيونية الأردنية.

Jordanians' attitudes toward the credibility of news on Jordanian public and private television channels

Dr. Abdulkhaleq Abdulmajeed Al-Azzam, Al-Khwarizmi University College, Amman, Jordan

Corresponding Author: Dr. Abdulkhaleq Abdulmajeed Al-Azzam, **E-mail:** stronger_steed@yahoo.com

RECIEVED: 01 October 2025

PUBLISHED: 25 October 2025

DOI: 10.32996/smjc.2025.3.2.1

Abstract in English

This field study aims to uncover Jordanians' attitudes toward the credibility of Jordanian public and private television channels in their news coverage, and the relationship between the ownership pattern of these channels and the credibility of the news they provide. It also explores the differences between sample members' assessments of the credibility of news on Jordanian public and private television channels based on their demographic characteristics. The study adopted the descriptive analytical approach along with the comparative approach. It also adopted a stratified random sample of (1500) individuals from the study community, which is represented by Jordanian citizens aged 18 years and above, numbering (3.8 million people). To achieve the study objectives, the researcher prepared a questionnaire to examine the study variables, which was distributed to the individuals of the study sample, and all of them were valid for analysis.

The study reached several important results, most notably:

- Sample members' assessments of all dimensions of television news credibility on both channels were at medium levels. However, the arithmetic means of their assessments of the credibility dimensions were slightly higher in favor of the private Roya TV channel, with the exception of the dimension of "professional and media-savvy news presentation," which was in favor of the Jordanian satellite channel.
- Sample members' assessments of the dimensions of "freedom," "independence," "trust," and "neutrality" were the lowest among their assessments of the other dimensions of credibility.
- There were no statistically significant differences at the level of (0.05) between the characteristics of the sample members and their assessment of the dimensions of news credibility in each of the two channels, with the exception of the gender variable in the case of the private Roya channel, which was in favor of females.

The study proposed a set of recommendations, the most prominent of which were:

- The need for the channels included in the study sample to work to enhance the dimensions of credibility, particularly freedom, independence, trust, neutrality, and objectivity in their news coverage.
- The necessity of reviewing the laws regulating media work, especially audio-visual media, and other related laws, and making the necessary reforms to them so that they become incentives for improving media performance in form and content, in accordance with the principles of democracy and international human rights standards.

Keywords: Credibility of TV channels, media ownership pattern, Jordanian TV channels

1. مقدمة

تسارعت وتيرة إنشاء قنوات التلفزة وشبكات البث الفضائي مع أواخر القرن الماضي تحت ضغوط العولمة والثورة الرقمية والمنظمات الدولية، ومعها تسارعت وتيرة التنافس بينها على الجمهور الواسع. وفي خضم ذلك لم يعد بمقدور وسائل الإعلام إخفاء الحقيقة عن المشاهد، إذ أصبح ذلك أمراً صعباً بسبب تدفق الأخبار والمعلومات وتنوعها وتخطيها الحدود الجغرافية للدول دون سابق إنذار، وأصبحت المصداقية بالرسالة الإعلامية ركيزة مهمة في سياق التنافس بين قنوات التلفزة المتعددة.

ونتيجة للضغوط الخارجية والتوجه العالمي نحو تحرير وسائل الإعلام من قبضة السلطة الحكومية، أخذت الأردن بالتوجه نحو التعددية الإعلامية، وتشجيع العمل بنظام السوق المفتوح الذي سمح بجلب رأس المال الخاص إلى قطاعات العمل في السوق الأردني كافة بما فيها سوق قطاع وسائل

الإعلام الأردني. وبفضل التطور التكنولوجي الهائل والسريع لوسائل الإعلام والثورة الرقمية ظهرت العديد من وسائل الإعلام والإتصال الجديدة، وكذلك الإنتشار الواسع لقنوات التلفزة الفضائية سواء الحكومية منها أو الخاصة، وتزايد عدد المحطات التلفزيونية الفضائية في الأردن ليقترّب من حوالي 30 محطة بين إخبارية و غنائية وترفيهية(دليل القنوات العربية الفضائية، www.tv-arab.net). وإلى جانب ذلك تم إدخال تحسينات على عملية العرض والإبتكار لدى قنوات التلفزة وخاصة المملوكة للقطاع الخاص والمنافسة على استقطاب أكبر عدد ممكن من الجمهور. كما سعت المحطات المملوكة للقطاع الحكومي لتحسين وتطوير أدائها، محاولة تعزيز قدرتها التنافسية أمام القنوات الخاصة(إتحاد إذاعات الدول العربية، تقرير اللجنة العليا للتنسيق، 2010).

ونتيجة لذلك أصبح تعرض الأفراد لوسائل الإعلام يتنامى بسرعة كبيرة، حيث بلغت نسبة مشاهدة التلفزيون لدى الجمهور الأردني في العام 2011 على سبيل المثال 93.0% وأصبحت الأخبار أكثر البرامج شعبية(إبسوس ستات الأردن، www.ipsos.com/). وأصبحت القنوات التلفزيونية، وخاصة المملوكة للقطاع الخاص، أكثر إستقلالية نوعاً ما، وتعرض وجهات نظر مختلفة ومتعددة، وأصبحت تلعب دوراً تنموياً ملحوظاً، وتتحدى بعض العلل في قنوات التلفزة المملوكة والمسيطر عليها من قبل الدولة. وأصبحت النشرات الإخبارية تُشكل مصدراً رئيسياً للمشاهد يُطلع من خلالها على تفاصيل ما يجري من أحداث محلية وعالمية، كما تمثل واحدة من الرسائل الإعلامية الأساسية التي تتيح تكوين الانطباعات وتشكيل الاتجاهات. كما تشكل الأخبار جانباً مهماً من عالم الإعلام، كونها تبقى السبيل الفاعل في متابعة الأحداث وتطوراتها في خضم الكم الهائل الذي تتجاذبه وسائل الإعلام بمختلف أشكالها. وباتت القنوات التلفزيونية، في عالم السبق الصحفي، في مقدمة وسائل الإعلام الجماهيري ومن أبرزها، بوصفها الأقوى والأقرب على نقل الأحداث والمعلومات لحظة وقوعها، والأكثر إقناعاً وتأثيراً على المتلقين، لكونها تتسم بخاصيتي الصورة والصوت، إضافة إلى الفورية التي تقدم المواد الإخبارية في نفس زمن ومكان حدوثها، بصورة لا يمكن أن تصل إليها وسائل الإعلام الأخرى، كما تقدم المشاهد متكاملة للأحداث في صورة تكاد تكون واقعية.

وعلى الرغم من ذلك ما زالت هذه القنوات تواجه تحديات عديدة سواء من حيث الإنتاج أو طبيعة هذا الإنتاج ومضمونه، و علاقة هذا المنتج بالمشاهدين، والأهم من ذلك تأثير نمط الملكية على قدرة هذه القنوات في تقديم برامجها وخاصة الإخبارية منها بمصداقية ومهنية.

أصبحت مصداقية الأخبار التلفزيونية تحتل مساحة كبيرة ضمن مشاهدة الجمهور اليومية للتلفاز، وتلقيه لما يبث من رسائل إخبارية، وأصبحت ذات أهمية كبيرة لدى مشاهدي القنوات التلفزيونية، فالمشاهد لا يزال يبحث عن الحقيقة ليصل إليها فإن لم يجدها في قناة ما تحول إلى قناة أخرى. ولذلك راحت تشكل ركيزة أساسية في تقييم الأداء الإعلامي (الحكومي والخاص) لكافة الأحداث والقضايا التي تنصّب هذه الوسائل لمعالجتها، وأصبحت من بين أهم العوامل الحاسمة المؤثرة على "قابلية الجمهور لتصديق الرسالة الإعلامية(علي، 2006). إلا أن مصداقية وسائل الإعلام في تناول القضايا المجتمعية المختلفة باتت تتأثر بعدد من العوامل المتداخلة و من أبرزها: نمط ملكية وسائل الإعلام، و علاقة وسائل الإعلام بالنظم والسلطات السياسية، و إستقلالية وسائل الإعلام، وحريتها في الممارسة الإعلامية، ومراعاتها لإهتمامات الجمهور، والتحيز في أنماط وأساليب الممارسة المهنية، فضلاً عن الغموض المصاحب للتحويلات المجتمعية التي يشهدها مجتمع معين خلال فترات زمنية قصيرة نسبياً. وفيما يتعلق بتأثيرات السلطة السياسية في الأداء الإعلامي يرى كثير من الباحثين "أن العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والنخب السياسية الحاكمة في دول العالم الثالث، قد أدت إلى تجاهل وسائل الإعلام لمشكلات الجماهير أو طرحها بمستويات أقل من العمق والأمانة(Thomas, 2004).

ومن هنا تنبع مشكلة الدراسة في التعرف على تأثيرات نمط ملكية القنوات التلفزيونية الأردنية الحكومية والخاصة على مصداقية الأخبار، لما لعنصر المصداقية من أهمية كبيرة في تقييم أداء وفاعلية وسائل الإعلام، وذلك من خلال وجهة نظر أفراد العينة.

2. أهمية الدراسة

ترجع أهمية هذه الدراسة لعدة اعتبارات:

- تُعد هذه الدراسة، على حد معرفة الباحث، الأولى التي تناولت مصداقية الأخبار في قنوات التلفزة الأردنية الحكومية والخاصة، وقد تكون عوناً في أبعادها النظرية والتطبيقية لباحثين آخرين مهتمين بهذه الموضوعات.
- أهمية الكشف عن تأثير نمط ملكية القنوات التلفزيونية الأردنية على مصداقية النشرات الإخبارية بإعتبارها أحد المواد السياسية المهمة والتي عن طريقها يتزود الفرد بالمعلومات مع اختلاف أنواعها.
- تأتي أهمية الدراسة الحالية من أهمية أثر التحويلات السياسية والاقتصادية والأمنية المتسارعة في الأردن على وجه الخصوص والمنطقة العربية بوجه عام على مستوى المنافسة الإعلامية، ومستوى مصداقية القنوات المختلفة.
- إن الدراسة بما ستوفره من نتائج و بيانات إحصائية مستقلة في مجال ملكية وسائل الإعلام وتأثيرها على مصداقية الأخبار قد تكون مفيدة لصناع القرار والمخططين الإعلاميين؛ بحيث يمكنهم على أساسها مراجعة مواقفهم وإجراءاتهم كي يوفروا المناخ الإيجابي الذي يجعل من وسائل الإعلام شريكاً حقيقياً في عمليات التنمية المتنوعة، وخاصة في ظل الإنفتاح الإقتصادي العالمي وتحويلات السوق.

3. أهداف الدراسة

وتتمثل أهداف الدراسة بالتالي:

- التعرف على مدى تعرض أفراد العينة للقنوات التلفزيونية الأردنية الحكومية والخاصة (الفضائية الأردنية ورؤيا الخاصة) كمصادر للحصول على المعلومات والأخبار حيال القضايا والأحداث المختلفة.
- التعرف على مصداقية الأخبار التلفزيونية في القنوات التلفزيونية الأردنية (الفضائية الأردنية ورؤيا الخاصة) وفقاً لاتجاهات أفراد العينة.
- الكشف عن العلاقة بين نمط ملكية هذه القنوات ومستوى مصداقية الأخبار فيها وفقاً لاتجاهات أفراد العينة.
- الكشف عن العلاقة بين عدد من الخصائص الشخصية لأفراد العينة وبين تقييمهم لمصداقية الأخبار التلفزيونية في القنوات التلفزيونية الأردنية (الفضائية الأردنية ورؤيا الخاصة).

4. تساؤلات الدراسة

تتضمن تساؤلات الدراسة التالي:

1. ما مدى تعرض أفراد العينة للقنوات التلفزيونية الأردنية (الفضائية الأردنية ورؤيا الخاصة) كمصادر للحصول على المعلومات والأخبار حيال القضايا والأحداث المختلفة.
2. ما تقييم أفراد العينة لمصداقية الأخبار التي تقدمها القنوات التلفزيونية الأردنية (الفضائية الأردنية ورؤيا الخاصة) للمشاهدين؟
3. هل توجد علاقة بين نمط ملكية القناة (حكومية أو خاصة) وتقييم أفراد عينة الدراسة لمصداقية الأخبار التلفزيونية التي تنقلها هذه القنوات؟ وما شكل هذه العلاقة؟
4. هل يوجد تأثير للخصائص الديموغرافية لأفراد العينة على تقييمهم لمصداقية الأخبار التي تنقلها هذه القنوات؟

5. فروض الدراسة

1. توجد فروق بين المبحوثين في مستوى تعرضهم للقنوات التلفزيونية الأردنية، بحسب ملكية القناة.
2. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين نمط ملكية القناة محل الدراسة (حكومية أو خاصة) وتقييم الجمهور الأردني عينة الدراسة لمصداقية الأخبار التلفزيونية التي تنقلها هذه القنوات.
3. يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى (0.05) بين المبحوثين عينة الدراسة في تقييمهم لمصداقية الأخبار التي تنقلها هذه القنوات بحسب خصائصهم الديموغرافية.

6. الدراسات السابقة

لم يعثر الباحث على دراسات محلية تناولت موضوع الدراسة الحالية، إلا أن هناك عدد من الدراسات التي تناولت موضوع مصداقية وسائل الإعلام على الصعيد الإقليمي والدولي، ومن أهمها:

- 1- دراسة (العويمر، 2013)، وهي دراسة تحليلية ميدانية استهدفت التعرف على دور الإذاعة والتلفزيون الأردني في تنمية التوجهات السياسية لدى المواطنين، وذلك من خلال تتبع ما تبثه هاتين الوسيطتين من أخبار وبرامج سياسية، مقارنة مع البرامج الأخرى سواء الإقتصادية أو الترفيهية أو الدينية أو الرياضية. واستخدم الباحث منهجين إثنين: الأول منهج المسح الميداني للبرامج السياسية في الإذاعة والتلفزيون الأردني خلال الدورة البرلمانية لشهر أيار من العام 2012، والثاني المنهج المقارن وذلك بعقد مقارنة بين حجم البرامج السياسية المقدمة من خلال كل من الإذاعة والتلفزيون الأردني. ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي: أن وسائل الإعلام الأردنية (التلفزيون والإذاعة) لم يقوما بواجبهما على أكمل وجه؛ حيث لم يتم تكثيف البرامج السياسية عبر هاتين الوسيطتين، فالبرامج السياسية المعروضة عبر التلفزيون والإذاعة الأردنية محدودة من جهة، ومعظمها نشرات إخبارية ينقصها التحليل من جهة أخرى.
- 2- دراسة (حرب، 2008)، وهي دراسة مسحية هدفت التعرف إلى اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني للفترة ما بين 2007-2008، بإستخدام منهج مسح الجمهور. وخلصت الدراسة إلى أن (91.2%) من أفراد العينة تشاهد القناة الفضائية، وأن أكثر الأنماط البرلمانية مشاهدة من قبل أفراد العينة هي البرامج الإخبارية وبنسبة (52.2%). وجاءت درجة رضا المشاهدين عن برامج الفضائية الأردنية بالمجمل منخفضة.
- 3- دراسة (عثمان، 2007)، وسعت إلى الكشف عن الدور الذي تقوم به التغطية الإخبارية بالقنوات الإخبارية المتخصصة للأحداث السياسية الجارية، وذلك من خلال دراسة حجم التغطية الإخبارية وأطر التناول الإخباري لهذه الأحداث وتقييم مدى فاعلية هذا الدور من خلال معرفة

إدراك النخبة المصرية لأهمية وبروز هذه الأحداث والتعرف إلى اتجاهات وآراء النخبة المصرية نحوها. وبينت نتائج الدراسة أن نمط ملكية الوسيلة الإعلامية قد أثر إلى حد كبير في تبني عينة الدراسة لأطر التناول الإخباري للأحداث السياسية المقدمة في القنوات الإخبارية العربية. وتوصلت الدراسة إلى أنه من أكثر الأطر المستخدمة في عرض الحدث هي أطر (الأزمات السياسية) بنسبة 40.0% وإطار (الصراع المباشر) بنسبة (13.7%)، وكذلك ارتفعت نسبة الأخبار التي تقدم وجهة نظر واحدة بنسبة (37.8%) يليها الأخبار التي لا تعرض أي وجهة نظر.

4- دراسة عبدالوهاب (2005)، واستهدفت التعرف على نمط الملكية في القنوات الفضائية وتأثيره على شكل ومضمون النشرة الإخبارية وهل المعالجة الإعلامية شكلاً ومضموناً تختلف في النمط الحكومي عنها في النمط الخاص. وأعتمد الباحث في دراسته على استمارة تحليل المضمون الإخباري لمضمون النشرات الإخبارية للقنوات الفضائية محل الدراسة وهي قناة الفضائية المصرية الأولى والقناة اللبنانية و (MBC) والفضائية السعودية الأولى و مركز تلفزيون الشرق الأوسط (LBC)، كما اعتمد أيضاً على استمارة استقصاء للقائم بالاتصال في الفضائيات العربية الحكومية والخاصة كأداة يقوم من خلالها الباحث بجمع البيانات حول اتجاه القائم بالاتصال نحو عمله الإخباري حول الضغوط والمشاكل التي يتعرض لها داخل وخارج غرفة الأخبار. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: ارتفاع نسبة الأخبار غير مبينة المصدر وبلغت في القنوات الحكومية (29.0%) مقابل (25.7%) في الخاصة.

5- دراسة (Elareshi & Gunter 2012)، وهي دراسة مسحية تناولت مصداقية الأخبار التلفزيونية في ليبيا. وسعت الدراسة لتقديم مقارنة بين تقييم لمصداقية الأخبار في أربع قنوات تلفزيونية، إثنان منها قنوات محلية ليبية هما القناة الليبية وقناة الجماهيرية، وقناتان عربيتان هما قناة الجزيرة وقناة العربية. وكشفت الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ملفات المصداقية لقناتي الجزيرة والعربية وتلك التي للقنوات المحلية الليبية، حيث كانت قناتي الجزيرة ومن ثم العربية أكثر إحتراماً من قبل المشاهدين الليبيين عينة الدراسة حيال المصداقية. وكشفت الدراسة تمتع قنوات التلفزة المحلية الليبية بمصداقية متواضعة مقارنة مع ما تتمتع به قناتي الجزيرة والعربية من مصداقية عالية. ويعيد الباحثان سبب تواضع مصداقية القنوات المحلية الليبية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة إلى إعتقادهم بأن القنوات المحلية الليبية مجرد وسيط يعمل تحت سيطرة الدولة وكونها لسان حال الحكومة وبوقها الدعائية. كما كشفت نتائج الدراسة عن أهمية مصداقية مصادر الأخبار للمشاهدين ولمشاهدتهم الأخبار، مؤكدة بذلك الجدال القائم بأن الأفراد أكثر قابلية لمشاهدة الأخبار المقدمة من قنوات يرتأون بأنها ذات مصداقية.

6- دراسة (عبدالوهاب، 2010)، وهي دراسة مسحية اعتمدت المنهج الوصفي التحليلي، وعينة من الصفوة المصرية قوامها 155 مفردة بهدف الكشف عن مدى مصداقية الفضائيات الإخبارية الفضائية الموجهة من خلال مستويين هما: المستوى العام، ويعني التصديق العام من قبل الصفوة المصرية، وتقييمهم لهذه الفضائيات في ضوء ما يتوفر بداخلها من معايير للمصداقية، والمستوى الفرعي ويهتم بالمقارنة بين هذه الفضائيات الإخبارية العربية وبعضها البعض وبين الفضائيات الإخبارية العربية والأجنبية. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها:

- جاءت قناتي بي بي سي العربية (BBC) والحرية الأمريكية كأكثر الفضائيات الإخبارية الموجهة مصداقية من وجهة نظر المبحوثين.
- جاء معيار المصداقية متمثلاً في الفورية في نقل الأحداث والاعتماد على شبكة مراسليهم في نقل الأخبار.
- 7-** دراسة (Andaleeb & et.al., 2009)، بعنوان: "مصداقية الأخبار التلفزيونية في الدول النامية: حالة بنغلادش"، وهي دراسة مسحية لعينة قصدية ممن يملكون جهاز تلفزيون في منازلهم. وهدفت الدراسة التعرف إلى آراء المواطنين حول مصداقية الأخبار التلفزيونية في بنغلادش، والكشف عن أفضل العوامل التي تفسر مصداقية الأخبار التلفزيونية للمشاهدين. وقد إعتد الباحثون عدداً من المتغيرات لقياس المصداقية منها الإستقلال، والموضوعية، ومصدر الخبر، والدور الاجتماعي. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، هي:
 - إن تصورات أفراد العينة بخصوص جميع المتغيرات المستقلة الواردة في الدراسة وعلاقتها بمصداقية أخبار التلفزيون البنغلاديشي كانت إيجابية باستثناء متغير الإستقلالية.
 - إن نوعية الجمهور تلعب دوراً في التقييم الموضوعي لمصداقية الأخبار، فتدني مستوى معرفة القراءة والكتابة، وعدم وجود بديل للخطاب، وسطحية التقارير الإخبارية قد تضعف موضوعية التقييم لدى الجمهور، وتجعله يصدق كل ما يسمع.
- 8-** دراسة العتيبي (2007)، وهي دراسة مسحية إعتدت منهج المسح بالعينة إلى جانب المنهج المقارن. وهدفت الدراسة التعرف إلى رأي عينة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود في المملكة العربية السعودية في مصداقية الأخبار التلفزيونية الحكومية والخاصة. وقد استخدم الباحث عدداً من الأبعاد لقياس المصداقية، منها الحرية، والموضوعية، والشمول، والإستقلالية، والمسؤولية الإجتماعية. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها:

- أن الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية أقل مصداقية من الأخبار التلفزيونية في القنوات الخاصة.
- وجود علاقة بين مصداقية الأخبار التلفزيونية وبين كل من موضوع الخبر، شهرة القناة، والجمهور الذي توجه له الأخبار، حيث أظهرت النتائج أن الأخبار الرياضية والأخبار العلمية هي أكثر مصداقية من الأخبار السياسية والأمنية والعسكرية، وأن شهرة القناة تجعل أخبارها ذات مصداقية عالية.
- 9-** دراسة علي (2006)، وهي دراسة مسحية إستهدفت تقييم كل من وسائل الإعلام المصرية التقليدية والحديثة، ورصد المتغيرات الوسيطة التي قد تعضد الثقة أو تضعفها في وسائل الإعلام المصرية. وإستخدم الباحث مجموعة من الأبعاد لمقياس المصداقية ومنها: الشمول،

عدم التحيز، الغموض وعدم الشفافية في طرح القضايا، التركيز على مصلحة الوسيلة دون الاعتبار لمصالح الجمهور وإهتماماته، والمسؤولية الاجتماعية.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

- أن وسائل الإعلام التقليدية أكثر مصداقية من وسائل الإعلام الحديثة، وجاء التلفزيون في المرتبة الأولى من حيث المصداقية لدى المبحوثين، بينما كانت مصداقية الوسائل الحديثة ممثلة في المواقع الإلكترونية الأدنى بين كافة وسائل الإعلام.
- 10- دراسة (Abdulla , R. A. & et.al. 2002)، وهي دراسة استطلاعية سعت لتحليل مصداقية الأخبار في الصحف والتلفزيون والمواقع الإلكترونية، بناءً على تقييم أفراد عينة الدراسة لمصداقية الأخبار المقدمة في الصحف والتلفزيون والمواقع الإلكترونية وفقاً لمقياس مصداقية الأخبار العائد للباحثين قازيانو و مكراث (Gaziano and McGrath, 1986). وبينما كان تقييم المبحوثين لمصداقية الأخبار في الصحف والتلفزيون متماثلاً، كان تقييمهم لمصداقية الأخبار المقدمة في المواقع الإلكترونية مختلفاً. وكان حكم المبحوثين على أخبار الوسائل الثلاثة إيجابياً من حيث آنية الخبر (current news)، وحداثة الخبر (up-to-date news)، والتوقيت المناسب للخبر (timely news)، بينما كان حكمهم عليها سلبياً من حيث التحيز (bias) والإكتمال (completeness). ولكن بنفس الوقت كان مستخدمي المواقع الإلكترونية أقل سلبية من قراء الصحف ومشاهدي التلفزيون. ومع ذلك، إلا أن تحليل العوامل كشف ابعاداً مختلفة بعض الشيء، حيث تبين أن مصداقية الصحف كانت تمتلك أبعاداً ثلاثة هي التوازن والأمانة والآنية، بينما كانت مصداقية الأخبار التلفزيونية تمتلك بعدين هما الإنصاف والآنية، أما مصداقية أخبار المواقع الإلكترونية فكانت قائمة على الموثوقية والتوقيت المناسب وعوامل التحيز.**
- 11- دراسة كامل (1998)، وهي دراسة مسحية أجريت على عينة عشوائية طبقية من مدينة القاهرة الكبرى قوامها 960 شخصاً، وإعتمدت الدراسة على المنهج المقارن إلى جانب صحيفة الاستقصاء بالمقابلة كأداة لجمع البيانات من العينة. وهدفت الدراسة إلى التعرف على مصداقية وسائل الإعلام ممثلة في الصحافة والإذاعة والتلفزيون الحكومي المصري، والمقارنة بين درجة المصداقية التي تحظى بها كل وسيلة لدى الجمهور مقارنة بغيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى. ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة، هي: أن أكثر الأسباب التي تحول دون مصداقية نشرات الأخبار التلفزيونية لدى عينة البحث هي أنها تقدم ما تريده الحكومة وذلك بنسبة 62.9%، ثم وجود قدر من المبالغة فيها بنسبة 22.9%.**
- 12- دراسة مصطفى (1994)، وهي دراسة مسحية إستهدفت التعرف إلى كيفية التداول والمعالجة الإخبارية التي قام بها التلفزيون المصري أثناء التغطية لحرب الخليج، واعتمدت أداة تحليل المضمون لتحليل عينة من النشرات الإخبارية بالتلفزيون المصري. وقامت الدراسة على فرض رئيسي مؤداه: في ظل نظام حكومي تخضع فيه المؤسسات الإعلامية لإتجاهات السياسة الرسمية يمارس التلفزيون من خلال تغطية الأحداث الخارجية، خاصة في وقت الحروب والأزمات، نوعاً من الرقابة للإحتفاظ بالتماثل بين هذه التغطية وبين إتجاهات السلطة السياسية له. وأوضحت نتائج الدراسة أن التغطية التلفزيونية لأزمة الخليج الثانية تأثرت بمعالجات الإعلام الأمريكي، كما أُنسجت التغطية الإخبارية بحدة المواقف تجاه أطراف الأزمة من خلال التأييد المطلق للتحالف في مقابل الشجب الكامل للنظام العراقي، وعدم القدرة على تنويع مصادرها الإخبارية، وصعوبة تحقيق قدر من التغطية المتوازنة.**

موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

يتضح من خلال استعراض الدراسات السابقة ما يلي:

- انه لم توجد أية دراسة تناولت العلاقة بين نمط الملكية ومصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الأردنية، وهو ما يجعل نطاق هذه الدراسة بداية لتناول جديد في مجال الدراسات المقارنة بين القنوات الحكومية والخاصة في الأردن وذلك للوقوف على مصداقية الأخبار التي تقدمها للجمهور المستهدف.
- إن الدراسات السابقة ذات العلاقة بالمصداقية أظهرت افتقار الإعلام العربي بشكل عام للمصداقية وعلى صعيد وسائل الإعلام كافة.
- تتفق الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في المنهجية والأدوات وهي التي غالباً لا تخرج عن المنهج المسحي.
- استفاد الباحث من خلال الدراسات السابقة في تحديد المشكلة البحثية وأهميتها وتحديد وصياغة أهداف الدراسة ومنهجيتها وبناء إطارها النظري، كما أنه استفاد منها في إختيار العناصر المناسبة لتقييم مصداقية القنوات التلفزيونية الأردنية (الحكومية والخاصة) في تغطيتها للأخبار، وكذلك في تصميم إستمارة جمع البيانات.

7 الإجراءات المنهجية للدراسة

1.7. منهج الدراسة

حيث إن الدراسة الحالية تنتمي إلى الدراسات المسحية، فقد اعتمدت المنهج الوصفي التحليلي كونه يقوم على دراسة الظواهر كما هي في الواقع والتعبير عنها بشكل كمي و كمي، ولذلك فهو المنهج الأنسب لوصف وتحليل البيانات الإحصائية، والتعرف على العلاقة الارتباطية بين

متغيرات الدراسة، بالإضافة لقياس شدة الارتباط بين هذه المتغيرات. كما تم الإعتماد أيضاً على المنهج المقارن لإجراء مقارنات بين المتغيرات المستقلة والتابعة ومستوى اتجاهات أفراد العينة نحو مصداقية الأخبار التلفزيونية وفقاً لنمط ملكية هذه القنوات.

2.7. مجتمع وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع القنوات التلفزيونية الأردنية (الحكومية والخاصة) الأربعة عشر التي تستهدف جمهوراً أردنياً، منها إحدى عشر فضائية خاصة وثلاثة حكومية (التلفزيون الأردني/ قناة الفضائية الأردنية، القناة الرياضية وقناة الثقافة الأردنية التابعة للمركز الثقافي الملكي). ولأغراض هذه الدراسة تم اختيار قناتاً تلفزة تبثان نشرات أخبار مختصة بالشأن المحلي والعربي والدولي، إحداها حكومية (الفضائية الأردنية) وهي قناة فضائية عامة تعود ملكيتها كاملاً للحكومة وبدأت بثها عام 1993، وتبث من خلال قمر نايل سات على مدار الساعة ومن ضمن بثها النشرة الاخبارية الرئيسية في الساعة الثامنة مساءً. والقناة الأخرى (رؤيا الخاصة) وتعود ملكيتها للقطاع الخاص وهي قناة فضائية عامة وتبث من خلال قمر نايل سات على مدار الساعة أيضاً، ومن ضمن بثها النشرة الاخبارية الرئيسية في الساعة السابعة والنصف مساءً، وتعد قناة رؤيا الفضائية من بين أهم وأنجح القنوات الفضائية الخاصة الأردنية التي أسست في العام 2011، وتهدف رؤيا القناة إلى تكوين فكرة ايجابية تمتاز بالمصداقية والدقة والحيادية والموضوعية تجاه ما تقدمه من مضامين إخبارية، بالإضافة إلى تقديم أهم وأحدث ما توصلت إليه الوسائل المرئية من تكنولوجيا وتقنية (قناة رؤيا الفضائية/ www.royanews.tv). وتم اختيار هاتان النشرتين كونهما تفصيليتان يتضمنان كل الأخبار على مدار اليوم ومستجدات الأحداث المحلية والعربية والإقليمية والدولية.

ولجمع البيانات تم اعتماد عينة طبقية عشوائية قوامها 1500 شخص من المجتمع الأردني والبالغ أعمارهم 18 عاماً فما فوق ويشكل حوالي 3.8 مليون أو ما نسبته (57.0%) من عدد السكان والبالغ حوالي 6.6 مليون نسمة (وكالة عمون، الأردن 2016/1/30). وتشكل العينة ما نسبته (0.0004%) من مجتمع الدراسة وتم سحبها من قبل دائرة الإحصاءات العامة في المملكة وفقاً لإسلوب المعاينة الطبقية العنقودية العشوائية، وتم توزيعها على أقاليم المملكة الثلاثة وفقاً لعدد سكانها. وقد تم تطبيق أداة الدراسة الميدانية (الإستبانة) على أفراد العينة في الفترة ما بين (2024/7/10 - 2024/5/20).

8. أدوات جمع البيانات

مستعيناً بالأدب النظري والدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة، صمم الباحث استبيان لغاية جمع البيانات من المبحوثين، وتضمن الاستبيان محاور تُمكن الباحث من الإجابة عن أسئلة الدراسة المقترحة.

ولقياس صدق الأداة تم اخضاع الاستبيان لاختبار الصدق المنطقي الإستدلالي (الصدق الظاهري للأداة) وذلك بعرضها على خمسة أساتذة جامعيين في الإعلام في الجامعات الأردنية لتحكيمه والتعرف إلى دقة الصياغة اللغوية والوضوح لفقراته، ومدى اتساق فقرات الاستبيان مع البعد الذي تنتمي إليه وشموله لجميع الأبعاد التي تقيس متغيرات الدراسة.

وقد قام الباحث بتعديل أداة الدراسة في ضوء آراء المحكمين وملاحظاتهم حذفاً أو إضافة لتصبح أكثر توافقاً مع غاياتها، وبما يُمكن من القياس الدقيق لمتغيرات الدراسة وأبعادها المختلفة حتى ظهرت بشكلها النهائي. وللتأكد من ثبات الأداة الميدانية، قام الباحث بتوزيع 50 استبانة على مجموعة من أفراد العينة، وعلى فترتين متباعدتين بحوالي اسبوعين، كعينة إستطلاعية أولية (pilot study)، ومن ثم تم إدخال البيانات في الحاسوب بهدف فحص الإتساق الداخلي لفقرات الاستبانة وإحتساب معامل الثبات (Reliability) بإستخراج معامل كرونباخ ألفا (Cronbach alpha)، وكانت قيم معاملات الثبات (كرونباخ ألفا) لأداة الدراسة الميدانية على النحو التالي: مجال مصداقية ابعاد الأخبار في القنوات الحكومية (0.957)، وفي القنوات الخاصة (0.976)، وأداة الدراسة الميدانية ككل (0.954)، وكلها قيم مقبولة لأغراض التطبيق (النجار، فايز وآخرون، 2013).

9. متغيرات الدراسة

وتتضمن التالي:

المتغيرات المستقلة: نمط ملكية القنوات التلفزيونية.

المتغيرات التابعة: مصداقية الأخبار التلفزيونية في قناتي الفضائية الأردنية ورؤيا الخاصة.

10. الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لإجراء التحليل الإحصائي، تم إستخدام الأساليب الإحصائية التي تتناسب وطبيعة هذه الدراسة وأهدافها، وذلك على النحو التالي:

1- التكرارات (Frequency)، النسب المئوية (Percentage)، والمتوسط الحسابي (Arithmetic Mean)، وذلك لوصف عينة الدراسة وبيان خصائصها.

2- إختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA)، و (T-Test)، بهدف معرفة الفروقات ذات الدلالة الإحصائية بين متوسطات المجموعات المختلفة لمتغيرات الدراسة، ومربع كاي لمعرفة العلاقة بين نمط ملكية القنوات التلفزيونية ومصداقية الأخبار التي تنقلها هذه القنوات.

11. مصطلحات الدراسة

تتمثل مصطلحات الدراسة بالتالي:

الاتجاه : وهو "حالة من التهيؤ العقلي والعصبي التي تنظمها الخبرة السابقة والتي توجه استجابات الفرد للمواقف أو المثيرات المختلفة، ويعتقد أن هذا التهيؤ ربما يكون مؤقتاً ينجم عن التفاعل الآني بين الفرد والبيئة" (Smith, 1973). ويعرف الاتجاه أيضاً بأنه "نزعة الإنسان للاستجابة إلى حدث معين، أو فكرة معينة، بطريقة محددة سلفاً (قد تكون إيجابية مؤيدة، أو سلبية معارضة، أو محايدة). وتتكون الاتجاهات نتيجة للخبرات المختلفة التي يكتسبها المرء طيلة حياته" (الموسى، 2012).

وإجرائياً، يعرف الاتجاه لغايات هذه الدراسة بأنه: الآراء التي عبر عنها أفراد العينة من خلال إجاباتهم نحو ابعاد مصداقية الأخبار التلفزيونية في قناتي التلفزيون الأردني ورؤيا الخاصة نتيجة خبراتهم المعرفية والعملية، والمؤثرات الخارجية مثل القيم السائدة في المجتمع، وتأثير خصائصهم الشخصية مثل مستواهم التعليمي ووضعهم الاجتماعي والاقتصادي، بصورة مؤيدة أو معارضة أو محايدة.

نمط الملكية: وتعني أن تكون الوسيلة الإعلامية مملوكة لجهة ما. وتتعدد أنماط الملكية وتتباين باختلاف الجهة أو المؤسسة أو الأفراد المالكون لهذه الوسائل، وتتمثل في (صلاح الدين، 2016).

أ- ملكية الدولة State Ownership

قد تأخذ ثلاثة أشكال هي:

- ملكية مباشرة للدولة، بحيث تكون الوسيلة الإعلامية مملوكة للدولة، وتسيطر الحكومة عليها تماماً. فالحكومة هي التي تمول وتدير وتُعين الإداريين والإعلاميين والفنيين، وتحدد السياسة التحريرية. وبالتالي تتحكم الحكومة بشكل مباشر في المحتوى الإعلامي.
- وسيلة إعلامية للخدمة العامة، وتكون ملكيتها للدولة، ولكن الوسيلة مستقلة عن النظام السياسي، مثل مؤسسة الخدمة العامة البريطانية "بي بي سي BBC"، التي لديها درجة من الاستقلال عن الدولة تحميها من التحكم السياسي المباشر.

- ملكية غير مباشرة للدولة، وهنا تكون الملكية للدولة ممثلة في هيئة غير حكومية، وفي هذه الحالة تكون للوسيلة الإعلامية ميزانيتها وكيونيتها الخاصة وشخصيتها الاعتبارية القانونية المستقلة، إلا أن الحكومة تتدخل بشكل غير مباشر في تحديد السياسات التحريرية، فهي التي تحدد تعيينات الإدارة العليا، وإن كان ذلك غير معلن.

ب- ملكية خاصة (Private Ownership): يُقصد بها أن تكون الوسيلة الإعلامية مملوكة لفرد أو لأفراد مباشرة أو عن طريق أسهم. ولم يعد هذا النمط من الملكية مقصوداً على الدول الغربية بل اتسع ليشمل كثير من دول العالم الثالث مع منتصف تسعينيات القرن العشرين نظراً للعولمة والثورة الرقمية. ورغم أن الإعلام الخاص تحكمه قواعد تفصل بين الإدارة والتحرير، فإن ذلك لا يعني غياب أي تأثير لرأس المال والتوازنات السياسية على كثير من الوسائل الإعلامية.

ج- ملكية حزبية (Partly Ownership): يُقصد بها أن تكون الوسيلة الإعلامية مملوكة لحزب سياسي، وتُعبّر عن فكر سياسي معين أو اتجاه أو مذهب أيديولوجي خاص. وتكون مهمتها الترويج لفكر الحزب والدفاع عن مواقفه وسياسات. وقد تركز أيضاً على قضايا اجتماعية معينة كحقوق المرأة والأقليات.

اما بالنسبة إلى الأردن تعترف القوانين والأنظمة والسياسات الحكومية الناطمة للإعلام بصنفين من الملكية: العام والخاص، ويتقاسم القطاعان العام والخاص ملكية وسائل الإعلام. وتشكل ملكية القطاع العام حوالي ثلث قنوات التلفزة مقابل ثلثين لملكية القطاع الخاص (زايدة، 2015). والجدير بالذكر أن ملكية وسائل الإعلام الخاصة تعود بمعظمها لعدد قليل من رجال المال والإعمال ومنهم شخصيات سياسية تتقاطع مصالحهم مع مصالح الحكومة وسياساتها، وبالتالي غالباً ما تلتقي توجهات وسائل الإعلام الخاصة مع توجهات الحكومة وسياساتها، بمعنى أن محتواها الإعلامي منسجم في معظم الأحيان وتوجهات الحكومة وسياساتها.

المصداقية: تُعرّف المصداقية بأنها: "درجة قابلية سلوك طرف معين لأن يصدقه الطرف الآخر، وفي المجال الإعلامي فإن تعريف المصداقية يتجه صوب الأدلة التي تثبت صدق الخبر أو الموضوع أو الرأي، وهذه الأدلة هي تلك المعايير والمؤشرات التي تسهم في تقويم مدى مصداقية المادة الإعلامية الإعلامية" (مصطفى، 1994). وتُعرّف المصداقية أيضاً بأنها: "نوع من المعالجة المهنية والثقافية والأخلاقية للمادة الصحفية بحيث يتوافر فيها ابعاد الموضوع والاتجاهات المطروحة بطريقة متوازنة تستند على شواهد وأدلة ودقة في عرض المعلومات وفصلها عن الآراء الشخصية التي ينبغي أن تعلن بوضوح وصراحة وتجرد من الأهواء والمصالح الخاصة، بحيث تتسق مع آراء الآخرين التي تطرحها الصحيفة أو الكاتب في وقت آخر، أو في موضوع آخر، وذلك في إطار من التعمق والشمول، يراعي علاقة الخاص بالعام وربط الجزء بالكل شرط أن تعكس هذه المادة الصحفية اولويات الاهتمام عند الجمهور" (عبدالله، 2006).

وتُعد المصداقية واحدة من أهم القيم الإعلامية المؤثرة في الإعلام والعملية الاتصالية، لما تلعبه من دور فاعل ورئيسي في عملية الإقناع وتعديل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا البارزة في المجتمع خلال فترة أو فترات زمنية معينة. وقد تباينت رؤى الباحثين حول مفهومها، فمنهم من يرى أنها تعني: "الثقة في الوسيلة الإعلامية أو إمكانية الاعتماد عليها"، وآخرين يرون أنها: "احترام الوسيلة وتقديرها وتفضيلها كمصدر للمعلومات والآراء مقارنة بغيرها من الوسائل" (علم الدين، 1989).

وقد ساهمت أدبيات بحوث المصداقية في تحديد معايير الأكثر شيوعاً للاستفادة منها في عملية قياس المصداقية، وبما يتلاءم مع ظروف الأنظمة الاجتماعية وثقافتها المتنوعة. وقد نتج عن هذه المعايير الكثير من المؤشرات أو العبارات التي توضح كل منها بعداً ومقاييس لمصداقية وسائل الإعلام بشكل عام. وقد يكون هناك أكثر من مؤشر للدلالة على بعد معين من أبعاد المصداقية (نصار، 2003).

ويرى الباحثون الغربيون، ومن بينهم (Hovland & Weiss, 1951)، أن المصدقية تمثل: "المدى الذي ينظر من خلاله إلى القائم بالاتصال على أنه مصدر للتأكيدات الصحيحة، ودرجة الثقة في نية أو مقصد القائم بالاتصال في نقل أو إيصال التأكيدات التي تعتبر الأكثر صحة. كما يرى (Anderson & Clevenger, 1963) أن "تأثير وسائل الإعلام يُستمد من مصداقية مصدر (مصدر المعلومات)، وأن مصداقية المصدر تشكل التركيبة المهمة التي تؤثر على فاعلية إقناع الرسالة للمتلقين". وقد تناول هؤلاء الباحثون تقييمهم لمصدقية وسائل الإعلام من خلال مصداقية مصدر الرسالة بوصفها سمة لصيقة بالمصدر أو رافد المعلومات أي كانت طبيعته، حيث تكون وحدة التحليل في هذا الصدد القائم بالاتصال نفسه أو جريدة أو مؤسسة إعلامية بعينها (علي، 2006).

ويرى (عيساني، 2008) وجود علاقة بين مصداقية وسائل الإعلام والمصدقية التي يتمتع بها المرسل أو القائم بالاتصال. وتعتمد مصداقية المرسل على عنصرين أساسيين هما: الخبرة، والثقة بالقائم بالاتصال، ويفسر مفهوم الخبرة بمدركات المتلقي عن معرفة المصدر للإجابة الصحيحة عن السؤال أو القضية المطروحة وموقفه السليم منها، وهذه تعتمد على التدريب والتجربة، والقدرة، والذكاء، والانجاز المهني، والمركز الاجتماعي. والشخص الخبير هو الذي يمتلك المعلومات الصادقة والحقيقة عن الموضوع الذي يتحدث فيه أو يناقشه مع المتلقي، ويشير عنصر الثقة هنا إلى: "إدراك المتلقي عن المرسل أو المصدر بأنه يشارك الاتصال بشكل موضوعي دون تحيز".

وبالمقابل، رفض عدد آخر من الباحثين، أمثال (Gunther, 1992)، اعتماد مصداقية مصدر الرسالة لتقييم مصداقية وسائل الإعلام، واقترحوا اعتماد بديل عنه وهو: "دراسة الجمهور وخصائصه"، وذلك كون المصدقية من وجهة نظرهم هي: "استجابة الجمهور للرسالة". وفي هذا السياق جاءت دراسة (Mullainathan & Shleifer, 2002) لتؤكد أن متغير خبرة الجمهور بوسائل الإعلام يعتبر أحد أبرز العوامل المسؤولة عن تراجع مصداقية وسائل الإعلام لدى الجمهور، وأن أساليب وأنماط الممارسة الإعلامية في مختلف وسائل الإعلام تصب في بوتقة التحيز، مما يؤدي إلى تراجع مصداقية تلك الوسائل عبر الزمن. ويرى (علي، 2006) أن تعرض أفراد الجمهور عبر الزمن لمعلومات وبيانات غير دقيقة أو متحيزة يؤدي بدوره إلى تقييم المتلقي لوسائل الإعلام بوصفها مصادر غير صادقة، وغير آمنة في نقل المعلومات، مما يجعله يتجه صوب مصادر أخرى أكثر مصداقية لاستقاء المعلومات عن الشؤون المختلفة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، كما تناول موضوع المصدقية بوصفها متغيراً متعدد الأبعاد يشمل العديد من المكونات والمتغيرات الفرعية المرتبطة بالمصدر، والوسيلة، والجمهور، وخصائص الواقع الاجتماعي.

وحدد (Gaziano & McGrath, 1986) إثني عشر بعداً للمصدقية، وهي: الإنصاف، عدم التحيز، الحياد، التوازن، الثقة، الشمول، الوضوح، الواقعية، كفاءة الصحفي، فصل الرأي عن الواقع، الدقة في عرض الحقائق والبيانات، واحترام الجمهور ومراعاة اهتماماته. وقام (Meyer, 1988) بفحص أبعاد المصدقية التي وضعها جازينو و ماغراث، وحدد بناء على ذلك خمسة أبعاد رئيسية للمصدقية، وهي: الإنصاف، الحيادية، الشمول، الدقة، والموثوقية.

وعلى هدي أبعاد المصدقية التي وضعها (Gaziano & McGrath, 1986)، اعتمدت (مصطفى، 2003) أيضاً مقياساً لمصدقية وسائل الإعلام في دراسته المسحية على النخبة في جمهورية مصر العربية، ويتضمن مقياسها ما يلي: الدقة في عرض الحقائق والبيانات، النزاهة والتجرد، الموضوعية وعرض مختلف الآراء ووجهات النظر، الثقة فيما يبث من أخبار، الحياد أو عدم التحيز في تغطية الأخبار، المسؤولية المهنية والأخلاقية التي تنعكس في الأداء الإعلامي، الحرية والاستقلالية التي تتمتع بها وسائل الإعلام في تغطية الأحداث والأبناء، التميز المهني في التغطية الإخبارية، الشمول أو تقديم التفاصيل الكافية عن الحدث، الفصل بين الحقيقة والرأي فيما تقدمه من أخبار، احترام خصوصيات الأفراد، العمل من أجل الصالح العام، الاهتمام بما يفكر به الجمهور، والابتعاد عن الإثارة.

وفي دراسته لمصدقية الصحافة الالكترونية العربية لدى الجمهور السعودي ومقارنتها بالمصدقية التي تحظى بها وسائل الإعلام التقليدية، استخدم (العربي، 2005) مقياساً تضمن عدداً من الأبعاد لقياس مصداقية الأخبار، وهي: السمعة الجيدة، الخبرة، الآنية، الاكتمال، العدالة، قوة المصدر، الدقة، المهنية، العمق، الموضوعية، الموثوقية، التفاعلية، والحياد أو عدم التحيز. وفي تناولهم لدراسة مصداقية الأخبار، اعتمد (Andaleeb, et al., 2009) خمسة أبعاد وهي: استقلالية القنوات الاخبارية، الدور الاجتماعي للأخبار التلفزيونية، موضوعية الأخبار التلفزيونية، خبرة أو أهلية المصدر، وجودة أو نوعية التقنيات المرئية المستخدمة في تقديم الأخبار.

ويبدو جلياً أن توفر المناخ المناسب لحرية الرأي والتعبير يعد بعداً هاماً من أبعاد مصداقية وسائل الإعلام، كونه يشكل الرافعة لنمو وتقدم وسائل الاتصال الجماهيري ويكسبها ثقة واحترام الجمهور الذي يدعم وجودها وبقائها ويحفزها للبحث عن سبل لتطوير أدائها. إلا أن الواقع يشير إلى أن الأشخاص القائمين على عملية الاتصال أو ما يسمون بحراس البوابة (كالمخبر الصحفي، والمحرر، ورئيس التحرير وغيرهم ممن ينتشرون على شبكات المعلومات) يواجهون ضغوطات جمة تؤثر على قراراتهم منها ما يتعلق بالكلم الكبير من المعلومات والأخبار، أو بتوجهات أصحاب هذه المؤسسات الإعلامية والسياسات الإعلامية لمؤسساتهم، أو بمنظومة القيم الاجتماعية المقيدة للإعلامي، أو بوكالات الأنباء ومصادر الأخبار وغيرها من ضغوطات تقنية وفنية أو زمنية تتعلق بإعداد الخبر وبثه، والضغط الواقع من قبل الجمهور المتلقي وتوقعاته من الإعلام.

ولأغراض هذه الدراسة تُعرّف المصدقية إجرائياً بأنها المعالجة المهنية لتقديم المادة الخبرية بموجب الأبعاد أو المؤشرات التي يمكن من خلالها تقييم مدى مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الأردنية الحكومية منها والخاصة، وتتضمن: الحرية (تقديم الأخبار بسقف عال من الحرية)، الاستقلالية (عدم الرضوخ لضغوط المالك في حجب وجهات النظر المتباينة)، الموضوعية (التجرد والنزاهة والحياد والتوازن في نشر

الخبر، الثقة (الموثوقية في مصدر الخبر)، الشمول (تقديم جميع عناصر الخبر والتفاصيل الكافية عن الحدث)، الدقة (إثبات المصدر والتواريخ والأرقام والإحصائيات، تقديم الأخبار بدقة)، الحياد (تقديم الأخبار دون انحياز من طرف المرسل)، الانصاف في تقديم الخبر، الخبرة (المعرفة الواسعة في مجال الإعلام)، الامانة (تقديم الخبر كما هو دون تشويه الحقيقة)، الوضوح (الوضوح في اللغة والأفكار وأساليب تقديم الخبر، وتقديم الشواهد والأدلة والأمثلة). الكفاءة (إذاعة الأخبار بمهنية عالية)، والمسؤولية الاجتماعية (تناول الأحداث التي تمس مصالح الجمهور).

12. عرض وتحليل الدراسة الميدانية

1.12. تعرّض أفراد العينة لمشاهدة الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية والخاصة.

الجدول رقم(1) مدة المشاهدة لأخبار التلفزيون في اليوم

مدة مشاهدة الأخبار في اليوم	التكرار	%
أقل من ساعة	580	38.7
من ساعة إلى ساعتين	722	48.1
أكثر من ساعتين	198	13.2
المجموع	1500	100.0

يبين الجدول رقم (1) مدة مشاهدة أفراد عينة الدراسة للأخبار التلفزيونية في ايامهم الاعتيادية، وتفيد البيانات الواردة فيه أن حوالي نصف العينة (48.1%) يشاهدون الأخبار من ساعة إلى ساعتين يومياً، بينما بلغت نسبة من يشاهدون الأخبار لمدة تقل عن الساعة يومياً (38.7%). أما نسبة أفراد العينة الذين يشاهدون الأخبار التلفزيونية لأكثر من ساعتين يومياً فقد كانت متدنية نوعاً ما وبلغت (13.2%) فقط.

الجدول رقم(2) مدى اهتمام الأفراد بمتابعة نشرات الأخبار التلفزيونية

مدى الاهتمام بمتابعة نشرات الأخبار التلفزيونية	التكرار	%	المتوسط الحسابي
كبير جداً	111	7.4	2.88
كبير	205	13.7	
متوسط	624	41.6	
قليل	510	34.0	
قليل جداً	50	3.3	
المجموع	1500	100.0	

توضح البيانات الواردة في الجدول رقم (2) أن نسبة أفراد عينة الدراسة الذين يبدون اهتماماً "كبيراً جداً" بمتابعة نشرات الأخبار بلغت (7.4%)، وأن الذين يبدون "اهتماماً كبيراً" بلغت (13.7%)، وهذه النسب تشير إلى أن حوالي الخمس من أفراد العينة (21.1%) يبدون اهتماماً "كبيراً جداً" أو "كبيراً" بمتابعة الأخبار التلفزيونية. أما نسبة الذين يبدون اهتماماً "متوسطاً" بمتابعة الأخبار التلفزيونية فبلغت (41.6%)، بينما نسبة الذين يبدون اهتماماً "قليلاً جداً" و "قليل" فبلغت حوالي الثلث من أفراد العينة (37.3%). وبشكل عام فقد كان اهتمام أفراد العينة بمتابعة نشرات الأخبار التلفزيونية بمستوى متوسط حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لاجابات أفراد العينة 2.88.

الجدول رقم (3) عدد النشرات المشاهدة يوميا

عدد نشرات الأخبار المشاهدة	التكرار	%
نشرة واحدة	401	26.7
نشرتان	471	31.4
ثلاث نشرات	227	15.1
اكثر من ثلاث نشرات	208	13.9
لست منتظم في مشاهدة نشرات الأخبار	193	12.9
المجموع	1500	100.0

يبين الجدول رقم (3) أن حوالي ربع افراد العينة (26.7%) يشاهدون نشرة إخبارية يوميا، وأن حوالي الثلث (31.4%) يشاهدون نشرتين اخباريتين يوميا، وأن (15.1%) من أفراد العينة يشاهدون ثلاث نشرات يوميا، بينما الذين يشاهدون أكثر من ثلاث نشرات يوميا فبلغت (13.9%). وتشير هذه النسب أن أكثر من ربع افراد العينة بقليل (29.0%) يشاهدون ثلاث نشرات وأكثر يوميا. أما الذين ليسوا منتظمين بمشاهدة النشرات الإخبارية التلفزيونية فبلغت نسبتهم (12.9%) فقط من افراد العينة، الأمر الذي يجعلهم يتعرضون إلى المزيد من الأخبار التي تلبى احتياجاتهم المعرفية والتي هي ضرورية في مجال عملهم.

الجدول رقم (4) درجة متابعة نشرات الأخبار لقناتي الفضائية الأردنية ورؤيا الخاصة

الانحراف المعياري	المتوسط	درجة المتابعة				
		كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جدا
		%	%	%	%	%
0.991	3.08	7.1	26.5	40.1	19.9	6.4
1.014	3.34	13.5	30.9	35.3	17.1	3.2

يبين الجدول رقم (4) درجة متابعة افراد عينة الدراسة لنشرات الأخبار من خلال قناتي الفضائية الأردنية الحكومية ورؤيا الخاصة، وقد كانت متابعة افراد العينة لنشرات الأخبار في كلتا القناتين بمستوى متوسط، إلا أن درجة المتابعة لقناة رؤيا الخاصة كانت اعلى من درجة المتابعة لقناة الفضائية الأردنية الحكومية وبمتوسطات حسابية بلغت (3.34) و (3.08) على التوالي. وقد يكون السبب في ذلك أن أفراد العينة ينظرون إلى قناة الفضائية الأردنية، كونها تمثل وجهة النظر الحكومية أقل استقلالية ومصادقية من قناة رؤيا الخاصة.

2.12. مصادقية الأخبار التلفزيونية الأردنية (قناتي الفضائية الأردنية ورؤيا الخاصة)، ويجب على السؤال التالي:

هل يختلف تقدير افراد العينة لمصادقية الأخبار التلفزيونية باختلاف نوع القناة، حكومية أو خاصة؟

ولتسهيل عملية تحليل البيانات والمقارنة تم تحويل مقياس ليكرت الخماسي المستخدم في استبيان الدراسة إلى ثلاث مستويات وفقا للمعادلة (ن - 1) ÷ 3 حيث تمثل (ن) عدد قيم مقياس ليكرت الخماسي، وبالتالي يكون ناتج المدى لكل مستوى في هذه الحالة يساوي 1.33، وعليه يكون مدى المستوى المتوسط من 1-2.33، والمتوسط من 2.34-3.67، والمستوى العالي من 3.68-5.0.

وعليه، تفيد البيانات الواردة في الجدول رقم (5) أدناه بأن تقدير أفراد العينة لأبعاد مصادقية الأخبار التلفزيونية في قناة التلفزيون الأردني الحكومية وقناة رؤيا الخاصة كان بمستوى متوسط ولجميع الأبعاد، ولو أن المتوسطات الحاسبية كانت اكبر قليلا لصالح قناة رؤيا الخاصة. كما أن عشرة أبعاد لمصادقية الأخبار التلفزيونية في كلتا القناتين جاء تقييم أفراد العينة لها بنفس المستوى وعلى النحو التالي:

1. "تقدم الأخبار بمهنية اعلامية بكفاءة" جاء بالمرتبة الأولى لكلا القناتين وبمتوسط حسابي 3.20 لقناة الفضائية الأردنية مقابل متوسط حسابي 3.33 لقناة رؤيا الخاصة.

2. "تقدم التفاصيل الكافية عن الحدث" جاء بالمرتبة الخامسة لكلا القناتين وبمتوسط حسابي 2.75 مقابل متوسط حسابي 3.12 لقناة رؤيا

الخاصة.

3. "تعرض الأخبار بموضوعية" جاء بالمرتبة السادسة لكلا القناتين جاء بالمرتبة السادسة لكلا القناتين وبمتوسط حسابي 2.75 لقناة الفضائية الأردنية مقابل متوسط حسابي 3.06 لقناة رؤيا الخاصة.
4. "تقدم الأخبار بحيادية" جاء بالمرتبة السابعة لكلا القناتين جاء بالمرتبة السادسة لكلا القناتين وبمتوسط حسابي 2.70 لقناة الفضائية الأردنية مقابل متوسط حسابي 3.05 لقناة رؤيا الخاصة.
5. "تعرض الأخبار بدقة" جاء بالمرتبة الثامنة لكلا القناتين جاء بالمرتبة السادسة لكلا القناتين وبمتوسط حسابي 2.68 لقناة الفضائية الأردنية مقابل متوسط حسابي 3.02 لقناة رؤيا الخاصة.
6. "تقدم الأخبار بإنصاف" جاء بالمرتبة التاسعة لكلا القناتين وبمتوسط حسابي 2.66 لقناة الفضائية الأردنية مقابل متوسط حسابي 3.01 لقناة رؤيا الخاصة.
7. "تقدم الأخبار بأمانة ودون تشويه الحقائق" جاء بالمرتبة العاشرة لكلا القناتين وبمتوسط حسابي 2.62 لقناة الفضائية الأردنية مقابل متوسط حسابي 2.98 لقناة رؤيا الخاصة.
8. "تحظى بثقة المشاهد" جاء بالمرتبة الحادية عشر لكلا القناتين وبمتوسط حسابي 2.61 لقناة الفضائية الأردنية مقابل متوسط حسابي 2.96 لقناة رؤيا الخاصة.
9. "تقدم الأخبار باستقلالية" جاء بالمرتبة الثانية عشر لكلا القناتين وبمتوسط حسابي 2.58 لقناة الفضائية الأردنية مقابل متوسط حسابي 2.94 لقناة رؤيا الخاصة.
10. "تقدم الأخبار بسقف عالٍ من الحرية" جاء بالمرتبة الثالثة عشر لكلا القناتين وبمتوسط حسابي 2.52 لقناة الفضائية الأردنية مقابل متوسط حسابي 2.87 لقناة رؤيا الخاصة.

أما بالنسبة للأبعاد الثلاثة المتبقية فقد اختلفت رتبها من قناة إلى أخرى وكانت على النحو التالي:

1. "تقدم الأخبار بخبرة مناسبة" جاء بالمرتبة الثانية في القناة الفضائية الأردنية وبمتوسط حسابي 3.06، بينما جاء بالمرتبة الرابعة في قناة رؤيا الخاصة وبمتوسط حسابي 3.21.
2. "تقدم الأخبار بوضوح" جاء بالمرتبة الثالثة في القناة الفضائية الأردنية وبمتوسط حسابي 3.03، بينما جاء بالمرتبة الثانية في قناة رؤيا الخاصة وبمتوسط حسابي 3.29.
3. "تقدم الأخبار بحس من المسؤولية الاجتماعية" جاء بالمرتبة الرابعة في القناة الفضائية الأردنية وبمتوسط حسابي 3.02 وبالمرتبة الثالثة في قناة رؤيا الخاصة وبمتوسط حسابي 3.26.

ويبين الجدول أيضاً أن الأبعاد التي حلت بالمراتب الخمسة الأولى في الأهمية تمثلت في الجوانب الفنية والمهنية وهي:

1. "تُقدم الأخبار بمهنية اعلامية بكفاءة" وجاء بالمرتبة الأولى وبمتوسط حسابي (3.20) لقناة الفضائية الأردنية مقابل متوسط حسابي 3.33 لقناة رؤيا الخاصة.
2. "تُقدم الأخبار بخبرة مناسبة" وجاء بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (3.06) لقناة الفضائية الأردنية مقابل متوسط حسابي (3.21) لقناة رؤيا الخاصة.
3. "تُقدم الأخبار بوضوح" وجاء بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3.03) لقناة الفضائية الأردنية مقابل متوسط حسابي (3.29) لقناة رؤيا الخاصة.
4. "تُقدم الأخبار بحس من المسؤولية الاجتماعية" وجاء بالمرتبة الرابعة وبمتوسط حسابي (3.02) لقناة الفضائية الأردنية مقابل متوسط حسابي (3.26) لقناة رؤيا الخاصة.
5. "تُقدم التفاصيل الكافية عن الحدث" وجاء بالمرتبة الخامسة وبمتوسط حسابي (2.75) لقناة الفضائية الأردنية مقابل متوسط حسابي (3.12) لقناة رؤيا الخاصة.

وأما الأبعاد التي جاءت في المراتب الخمسة الأخيرة فهي بمجملها كان لها علاقة بالحرية والثقة والاستقلالية وهي:

1. تُقدم الأخبار بسقف عالٍ من الحرية" وجاء بالمرتبة الثالثة عشر والأخيرة وبمتوسط حسابي (2.52) لقناة الفضائية الأردنية مقابل متوسط حسابي (2.87) لقناة رؤيا الخاصة.
2. تُقدم الأخبار باستقلالية" واحتل المرتبة الثانية عشر ما قبل الأخيرة بمتوسط حسابي (2.58) لقناة الفضائية الأردنية مقابل متوسط حسابي (2.94) لقناة رؤيا الخاصة.

3. تحظى بثقة المشاهد" واحتل المرتبة الحادية عشر بمتوسط حسابي (2.61) لقناة الفضائية الأردنية مقابل متوسط حسابي (2.96) لقناة رؤيا الخاصة.
4. "تُقدم الأخبار بأمانة ودون تشويه الحقائق" واحتل المرتبة العاشرة بمتوسط حسابي (2.62) لقناة الفضائية الأردنية مقابل متوسط حسابي (2.98) لقناة رؤيا الخاصة.
5. تُقدم الأخبار بإنصاف" واحتل المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (2.66) لقناة الفضائية الأردنية مقابل متوسط حسابي (3.01) لقناة رؤيا الخاصة.

وبين هاتين المجموعتين من ابعاد المصدقية جاءت ابعاد الموضوعية والحيادية والدقة في عرض الأخبار التلفزيونية محتلة المراتب السادسة والسابعة والثامنة وبتوسطات حسابية (2.72) و (2.70) و (2.68) لقناة الفضائية الأردنية، و (3.06) و (3.05) ، و (3.02) لقناة رؤيا الخاصة وعلى التوالي.

وجاءت كثير من هذه الأبعاد من حيث مستوى ترتيبها متفقة إلى حد ما مع بعض نتائج دراسة (العتيبي، 2007) وخاصة ابعاد الحرية والاستقلالية التي جاءت في آخر المراتب. كما اتفقت أيضاً جزئياً مع نتائج دراسة (مصطفى، 1994) والتي هي الأخرى أفادت بأن هذه الأبعاد جاءت في أدنى مراتب ابعاد المصدقية.

الجدول رقم (5) تقدير أفراد العينة لمصدقية الأخبار التلفزيونية في قناة الفضائية الأردنية الحكومية وقناة رؤيا الخاصة (ن = 1500)

قناة الفضائية الأردنية الحكومية				قناة رؤيا الفضائية الخاصة				درجة الاتفاق ابعاد المصدقية
المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى المصدقية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى المصدقية	
2.52	1.06	13	متوسط	2.87	1.14	13	متوسط	1. تقدم الأخبار بسقف عالٍ من الحرية
2.61	1.09	11	متوسط	2.96	1.18	11	متوسط	2. تحظى بثقة المشاهد
2.72	1.08	6	متوسط	3.06	1.21	6	متوسط	3. تعرض الأخبار بموضوعية
2.75	1.12	5	متوسط	3.12	1.22	5	متوسط	4. تقدم التفاصيل الكافية عن الحدث
2.58	1.05	12	متوسط	2.94	1.15	12	متوسط	5. تقدم الأخبار باستقلالية
2.68	1.12	8	متوسط	3.02	1.19	8	متوسط	6. تعرض الأخبار بدقة
2.70	1.10	7	متوسط	3.05	1.21	7	متوسط	7. تقدم الأخبار بحيادية
2.66	1.12	9	متوسط	3.01	1.19	9	متوسط	8. تقدم الأخبار بإنصاف
3.06	1.13	2	متوسط	3.21	1.16	4	متوسط	9. تقدم الأخبار بخبرة مناسبة
2.62	1.17	10	متوسط	2.98	1.17	10	متوسط	10. تقدم الأخبار بأمانة ودون تشويه الحقائق
3.03	1.16	3	متوسط	3.29	1.22	2	متوسط	11. تقدم الأخبار بوضوح
3.02	1.14	4	متوسط	3.26	1.18	3	متوسط	12. تقدم الأخبار بحس من المسؤولية الاجتماعية
3.20	1.15	1	متوسط	3.33	1.16	1	متوسط	تقدم الأخبار بمهنية اعلامية بكفاءة
2.78				2.93				المتوسط الحسابي لأبعاد المصدقية

3.12. العلاقة بين نمط الملكية وتقييم أفراد العينة لمصدقية الأخبار التلفزيونية الأردنية الحكومية والخاصة.

تفيد البيانات الواردة في الجدول (6) أدناه بوجود علاقة دالة احصائياً عند مستوى (0.00) بين نمط ملكية القناة (حكومية أو خاصة) وبين جميع أبعاد مصداقية الأخبار التلفزيونية في قناتي الفضائية الأردنية الحكومية ورؤيا الخاصة، وبقوة علاقة (Coentagency Coefficient) تراوحت ما بين 70% و 87%. كما تراوح مربع كاي (Chi squir) لأبعاد المصدقية ما بين (1400.20) و (4577.11).

الجدول رقم (6)

العلاقة بين نمط ملكية القناة (حكومية أو خاصة) ومصداقية الأخبار التلفزيونية في قناتي الفضائية الأردنية الحكومية ورؤيا الخاصة

أبعاد المصداقية	مربع كاي (Chi squir)	درجات الحرية (df)	الدلالة (Sig.)	قوة العلاقة (Coentagency Coefficient)
تقدم الأخبار بسقف عال من الحرية	2315.99	16	(0.000)	%78
تحظى بثقة المشاهد	1992.83	16	(0.000)	%76
تعرض الأخبار بموضوعية	2343.19	16	(0.000)	%78
تقدم التفاصيل الكافية عن الحدث	2604.62	16	(0.000)	%80
تقدم الأخبار باستقلالية	2083.13	16	(0.000)	%76
تعرض الأخبار بدقة	2361.11	16	(0.000)	%78
تقدم الأخبار بحيادية	2337.88	16	(0.000)	%78
تقدم الأخبار بإنصاف	1400.20	16	(0.000)	%70
تقدم الأخبار بخبرة مناسبة	2834.07	16	(0.000)	%85
تقدم الأخبار بأمانة ودون تشويه الحقائق	2142.93	16	(0.000)	%77
تقدم الأخبار بوضوح	3105.47	16	(0.000)	%82
تقدم الأخبار بحس من المسؤولية الاجتماعية	3653.99	16	(0.000)	%84
تقدم الأخبار بمهنية اعلامية بكفاءة	4577.11	16	(0.000)	%87

4.12. وصف الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة

لوصف خصائص أفراد العينة تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للبيانات المتعلقة بخصائصهم الديمغرافية. وتبين البيانات الواردة بالجدول رقم (7) أدناه التالي:

- متغير الجنس:** شكلت فئة الذكور بين أفراد العينة (51.9 %)، بينما شكلت فئة الإناث (48.1 %)، وتبين هذه النتيجة أن نسبة الإناث أقل بعض الشيء من نسبة الذكور، وهذه النسب تعكس واقع المجتمع الأردني إلى حد ما، حيث تشكل نسبة الذكور والإناث وفقاً لدائرة الإحصاءات العامة لعام 2018، 52.9 % و 47.1 % على التوالي .
- متغير العمر:** شكلت الفئة العمرية (25 سنة أو أقل) ما نسبته (34.4 %) وهي أعلى نسبة بين فئات أفراد العينة ، وشكلت الفئة العمرية (26 إلى 35 سنة) ما نسبته (33.2 %) ، بينما شكلت الفئة العمرية (36 إلى 45 سنة) ما نسبته (23.7 %) فقط ، وأما بالنسبة لفئة الأعمار (45 سنة فأكثر) فلم تشكل سوى (8.7 %). وجاءت هذه النسب متقاربة إلى حد ما مع ما ورد في سجلات الإحصاءات العامة للعام 2016
- متغير المؤهل العلمي:** أما فيما يتعلق بالمستوى التعليمي فقد تبين أن نسبة أفراد العينة فئة التوجيهي فما دون بلغت (63.9 %) وهو ما يشكل حوالي ثلثي إجمالي العينة، وجاء بالمرتبة الثانية نسبة الحاصلين على درجة البكالوريوس وبلغت (18.1 %)، بينما شكلت نسبة الحاصلين على درجة كلية متوسطة (11.2 %). وفيما يتعلق بالفئة الرابعة (درجة الماجستير والدكتوراة) فلم يشكل أفرادها سوى (6.9 %) من إجمالي أفراد العينة. وهذه النسب تفيد بأن المجتمع الأردني مجتمع متعلم بشكل عام.
- متغير الدخل الشهري للأسرة:** شكلت نسبة الأسر الحاصلة على دخل شهري (أقل من 400 دينار) ما نسبته (14.6 %)، والحاصلين على دخل شهري (401-600 دينار) ما نسبته (19.7 %)، والحاصلين على دخل شهري (601-800 دينار) ما نسبته (21.5 %)، والحاصلين على دخل (801-1000 دينار) ما نسبته (27.0 %)، بينما شكلت الأسر الحاصلين أفرادها على دخل شهري (1001 دينار فأكثر) ما نسبته (17.1 %). وتبين هذه النسب أن أفراد العينة الذين تحصل أسرهم على دخل شهري (800 دينار فما دون) تشكل ما نسبته (55.8 %)، أي أكثر من نصف العينة بقليل. وهذا يعني أن نسبة كبيرة من أفراد العينة تقع أسرهم تحت خط الفقر الذي حددته الجهات الرسمية بـ 850 دينار أردني شهريا. وأما الذين تحصل أسرهم على دخل شهري يزيد على (800 دينار) من أفراد العينة فلا تتجاوز نسبتهم (44.1 %). وقد تعكس هذه الأرقام الوضع الاقتصادي الصعب الذي يواجهه المواطن الأردني.

جدول رقم (7) توزيع أفراد العينة تبعاً للمتغيرات الديمغرافية (ن=1500)

الخصائص الديمغرافية		العدد	%
1. الجنس	ذكر	778	51.9
	انثى	722	48.1

100.0	1500	المجموع	
34.4	516	25 سنة أو أقل	2. العمر
33.2	498	26 - 35 سنة	
23.7	355	36 - 45 سنة	
8.7	131	46 سنة أو أكثر	
100.0	1500	المجموع	
63.9	958	توجيهي فما دون	3. التحصيل العلمي
11.2	168	كلية متوسطة	
18.1	271	بكالوريوس	
6.9	103	ماجستير و دكتوراة	
100.0	1500	المجموع	
14.6	219	أقل من 400 دينار	4. الدخل الشهري للأسرة
19.7	296	401 - 600 دينار	
21.5	323	601 - 800 دينار	
27.0	405	801 - 1000 دينار	
17.1	257	1001 دينار أو أكثر	
100.0	1500	المجموع	

5.12. الفروقات في تقدير أفراد العينة لأبعاد مصداقية الأخبار التلفزيونية الأردنية في كل من القنوات الحكومية والخاصة وفقاً لخصائصهم الشخصية:

يتناول هذا المحور الإجابة عن السؤال: هل هناك فروق دالة احصائية في تقدير افراد عينة الدراسة لمصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة تعزى لمتغير الخصائص الشخصية لأفراد العينة (الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي، والدخل الشهري للأسرة). وللإجابة عن هذا السؤال تم تطبيق اختبار العينات المستقلة (Independent Samples T-Test) لقياس الفروق بين المتوسطات الحسابية لاستجابات الأفراد المبحوثين على مستوى مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة تبعاً لمتغير الجنس، كما تم أيضاً تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) واختبار شافيه للمقارنات البعدية (Scheffe) لقياس الفروق بين المتوسطات لاستجابات الأفراد المبحوثين على مستوى مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة تبعاً لمتغيرات (العمر، والمؤهل العلمي، والراتب الشهري للأسرة)، و كانت النتائج كما هي موضحة أدناه:

1. **الفروق وفقاً لمتغير الجنس:** تفيد نتائج اختبار العينات المستقلة (Independent Samples T-Test) الواردة في الجدول رقم (8) أدناه بعدم وجود فروقات ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين متغير الجنس وتقديرات أفراد العينة لمصداقية الأخبار في قناة الفضائية الأردنية الحكومية، بينما تفيد بوجود علاقة دالة إحصائية بين متغير الجنس وتقديرات أفراد العينة لمصداقية الأخبار في قناة رؤيا الخاصة، حيث بلغت قيمة (t) عند مستوى دلالة (0.047)، وكانت الفروقات لصالح فئة الإناث ذات الوسط الحسابي الأكبر والبالغ (3.15)، أي بمعنى أن درجة تقييم الإناث من أفراد العينة لمصداقية الأخبار التلفزيونية في قناة رؤيا الخاصة كانت اعلى من درجة تقييم الذكور.

الجدول رقم (8) نتائج اختبار العينات المستقلة (Independent Samples T-Test) (الجنس X مصداقية الأخبار)

نوع القناة	الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	(t)	Sig
حكومية (قناة التلفزيون الأردني)	ذكر	2.73	0.91	2.02	0.523
	أنثى	2.83	0.89		
خاصة (قناة رؤيا)	ذكر	3.02	1.06	2.47	0.045
	أنثى	3.15	1.02		

2. **الفروق وفقاً لمتغير العمر:** تفيد البيانات الواردة في الجدول رقم (9) بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في تقييم الأفراد المبحوثين لمستوى مصداقية الأخبار التلفزيونية في القناة الفضائية الأردنية تعزى لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة (F) (0,516)، وبمستوى دلالة (0,672)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. كما تفيد النتائج أيضاً بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في تقييم الأفراد المبحوثين لمستوى مصداقية الأخبار التلفزيونية في قناة رؤيا الخاصة تعزى لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة (F) (0,410)، وبمستوى دلالة (0,746)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

الجدول رقم (9) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) (العمر X مصداقية الأخبار)

نوع القناة	المتغير	مجموع المربعات بين المجموعات	قيمة (F)	مستوى الدلالة
الفضائية الأردنية الحكومية	العمر	215,57	0,516	0,672
رؤيا الخاصة	العمر	226,99	0,410	0,746

3. **الفروق وفقاً لمتغير المؤهل العلمي:** تفيد البيانات الواردة في الجدول رقم (10) بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في تقييم الأفراد المبحوثين لمستوى مصداقية الأخبار التلفزيونية في القناة الفضائية الأردنية تعزى لمتغير المؤهل العلمي، حيث بلغت قيمة (F) (1,241)، وبمستوى دلالة (0,293)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. كما تفيد النتائج أيضاً بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في تقييم الأفراد المبحوثين لمستوى مصداقية الأخبار التلفزيونية في قناة رؤيا الخاصة تعزى لمتغير المؤهل العلمي، حيث بلغت قيمة (F) (1,648)، وبمستوى دلالة (0,177)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

الجدول رقم (10) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) (المؤهل العلمي X مصداقية الأخبار)

نوع القناة	المتغير	مجموع المربعات بين المجموعات	قيمة (F)	مستوى الدلالة
الفضائية الأردنية الحكومية	المؤهل العلمي	518,23	1,241	0,293
رؤيا الخاصة	المؤهل العلمي	909,18	1,648	0,177

4. **الفروق وفقاً لمتغير الدخل الشهري للأسرة:** تفيد البيانات الواردة في الجدول رقم (11) بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في تقييم الأفراد المبحوثين لمستوى مصداقية الأخبار التلفزيونية في القناة الفضائية الأردنية تعزى لمتغير الدخل الشهري للأسرة، حيث بلغت قيمة (F) (0,865)، وبمستوى دلالة (0,484)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. كما تفيد النتائج أيضاً بعدم وجود فروق (F) (0,631)، وبمستوى دلالة (0,640)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

وفي ضوء ما تم التوصل اليه من نتائج تحليل اختبار العينات المستقلة (Independent Samples T-Test) واختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) فإنه يمكن قبول الفرضية الصفرية القائلة: " لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في تقييم الأفراد المبحوثين لمستوى مصداقية الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية والخاصة (الفضائية الأردنية ورؤيا الخاصة) تعزى لخصائصهم الشخصية: (العمر، والمؤهل العلمي، والدخل الشهري للأسرة)، وعدم قبولها تبعاً لمتغير الجنس.

الجدول رقم (11) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) (الدخل الشهري X مصداقية الأخبار)

نوع القناة	المتغير	مجموع المربعات بين المجموعات	قيمة (F)	مستوى الدلالة
الفضائية الأردنية الحكومية	الدخل الشهري للأسرة	481,90	0,865	0,484
رؤيا الخاصة	الدخل الشهري للأسرة	465,32	0,631	0,640

الخاتمة

تتضمن الخاتمة ملخص لنتائج الدراسة والاستنتاجات والتوصيات وعلى النحو التالي:

أولاً: ملخص نتائج الدراسة

1- تعرض أفراد العينة لمشاهدة الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية والخاصة:

- متابعة افراد عينة الدراسة لنشرات الأخبار في قناة رؤيا الخاصة كانت أعلى بعض الشيء من متابعتهم لنشرات الأخبار في قناة الفضائية الأردنية الحكومية، إلا أن مستوى المتابعة بشكل عام كان متوسطاً في كلتا القناتين.
- نصف العينة تقريباً (48.1%) يشاهدون الأخبار من ساعة إلى ساعتين يومياً.
- أكثر من خمسين العينة بقليل (41,6%) يبدون اهتماماً "متوسطاً" بمتابعة الأخبار التلفزيونية.
- حوالي ثلث العينة تقريباً (31,4%) يشاهدون نشرتين اخباريتين يومياً.

2- مصداقية الأخبار التلفزيونية الأردنية (قناتي الفضائية الأردنية الحكومية ورؤيا الخاصة):

- تقدير أفراد العينة لجميع أبعاد مصداقية الأخبار التلفزيونية كانت أعلى بعض الشيء لصالح قناة رؤيا الخاصة باستثناء البعد "تقدم الأخبار بمهنية اعلامية بكفاءة" الذي كان لصالح قناة الفضائية الأردنية الحكومية، ومع ذلك فإن تقدير أفراد العينة لجميع أبعاد المصداقية كان بمستوى متوسط لكل من القناتين.
- وجود علاقة دالة احصائياً عند مستوى (0.00) بين نمط ملكية القناة (حكومية أو خاصة) وبين جميع أبعاد مصداقية الأخبار التلفزيونية في قناتي الفضائية الأردنية الحكومية ورؤيا الخاصة، وبقوة علاقة (Coentagency Coefficient) تراوحت ما بين 70% و 87%.
- سجلت الأبعاد "الحرية" و "الاستقلالية" و "الثقة" و "تقديم الأخبار بأمانة ودون تشويه الحقائق" و "الأخبار بإنصاف" أقل المتوسطات الحسابية من بين جميع الأبعاد لمصداقية الأخبار في كلتا القناتين ولو أنها كانت أعلى بعض الشيء في حالة قناة رؤيا الخاصة، مما يعني وجود تدخلات من الحكومة أو من حراس البوابة ومراعاتهم لتوجهات الحكومة ولو كان على حساب هذه الأبعاد للمصداقية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية لتقييم افراد العينة نحو مصداقية الأخبار في قناتي الفضائية الأردنية الحكومية ورؤيا الخاصة تعزى لمتغير الخصائص الديمغرافية.

ثانياً: الاستنتاجات

- بالرغم من أن تقدير افراد العينة لأبعاد المصداقية "تقدم الأخبار باستقلالية" و "تقدم الأخبار بسقف عالي من الحرية" و "تحظى بثقة المشاهد" كان بمستوى متوسط، إلا أنها كانت في المراتب المتدنية للأبعاد في كل من القناتين الفضائية الأردنية الحكومية ورؤيا الخاصة، ولو أن قناة رؤيا الخاصة كانت متقدمة بعض الشيء في هذه الأبعاد عن قناة الفضائية الأردنية الحكومية. ويتبين بوضوح أن تمتع القناة بمهنية اعلامية كفؤة في تقديم الأخبار لا يعني بالضرورة أنها تتمتع بدرجة عالية من الاستقلالية والحرية وبالتالي تتمتع بثقة المشاهد بها. مما يعني أن ابعاد الاستقلالية والحرية تشكل أبعاداً هامة لمصداقية الأخبار والتي قد تؤثر على الكثير من الأبعاد الأخرى للمصداقية وخاصة ثقة المشاهد بالأخبار التي تقدمها القناة التلفزيونية.

2. بالرغم من أن قناة رؤيا الخاصة كانت سابقة ومتقدمة بعض الشيء لقناة الفضائية الأردنية الحكومية في الحصول على المعلومة وتزويدها للمواطنين، وذلك لتحررها بعض الشيء من تعقيدات القرار البيروقراطي الذي يعاني منه الإعلام الرسمي، إلا أنها لم تقدم تقارير اعلامية تفحص الرواية الرسمية حول بعض الأحداث وخاصة العمليات الإرهابية وقضية اللاجئين والتي هي مهمة لفهم وتفسير هذه الأحداث. مما يعني أن الإعلام الخاص ما زال هو الآخر يأخذ بالحسبان ما قد يلاقيه من مضايقات أو عقوبات من قبل المؤسسات الحكومية ذات العلاقة في حال خرج عن الخطوط الحمراء المعروفة له ضمناً من قبل وسائل الإعلام.
3. بالرغم من بعض الإصلاحات التي طالت المرجعية القانونية النازمة للعمل الإعلامي، إلا أن هذه المنظومة القانونية ما زالت غير قادرة على توفير الحماية الكافية لحريات قنوات التلفزة الفضائية الأردنية والعاملين فيها من الصحفيين الإعلاميين، مما ينعكس سلباً على حرية واستقلالية وموضوعية قنوات التلفزة الفضائية بشكل عام.

ثالثاً: التوصيات

في ضوء النتائج والاستنتاجات المستخلصة، يمكن تقديم بعض التوصيات التي قد تؤدي إلى رفع مستوى مصداقية الأخبار في قنوات التلفزة الأردنية، الحكومية منها والخاصة، بما يمكنها من تعزيز الشفافية والنزاهة والحياد والموضوعية فيما تقدمه من تغطيات وما تطرحه من معالجات، وما تتضمنه من رسائل ومضامين لتخدم بالدرجة الأولى مصالح المواطنين والوطن، وبعبارة أخرى اجندات ومصالح المتنفذين والقوى الفاعلة في الدولة، مما يجعلها قادرة على تحديد اجنداتها الإعلامية وترتيب أولوياتها على أساس القيم الأخلاقية والمعايير المهنية والموضوعية.

ومن أهم هذه التوصيات التالي:

1. ضرورة مراجعة القوانين النازمة للعمل الإعلامي وخاصة المرئي والمسموع، والقوانين الأخرى المتداخلة معها وإجراء الإصلاحات اللازمة عليها بحيث تصبح أدوات تحفيز للارتقاء بالأداء الإعلامي شكلاً ومضموناً، بما ينسجم مع مبادئ الديمقراطية والمعايير الدولية الخاصة بحقوق الإنسان.
2. ضرورة العمل على تعزيز أبعاد المصداقية، وخاصة أبعاد الحرية والاستقلالية والموضوعية، في وسائل الإعلام الأردنية المرئية لدى تناولها للقضايا والمشكلات المختلفة، لترفع من مستوى مصداقيتها في نشرها للأخبار ومتابعتها للأحداث كي تكسب ثقة المشاهد لجانبها.
3. ضرورة إعداد برامج تدريبية نوعية تضطلع بها وسائل الإعلام الأردنية المرئية لرفع مستوى العاملين فيها في مجالات اخلاقيات العمل الإعلامي والمصداقية واحدة منها، وذلك لتمكين العاملين في حقل الأخبار من كسب ثقة الجمهور المتلقي، مما يساعد في مواجهة القضايا والمشكلات المهمة التي تواجه المجتمع الأردني، وللارتقاء بالعمل الإعلامي بشكل عام.

المراجع

المراجع باللغة العربية

الكتب والدوريات

- حرب، قبلان عبده (2008)، *إتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني*، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان.
- نصار، سهام (2003)، "تأثير المصداقية على علاقة الصفوة بالصحافة المصرية"، مؤتمر اخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، ج4، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- صلاح الدين، نفيسة (2016). مشكلة الملكية وتأثيرها على وسائل الإعلام، الإعلام في عصر المعرفة، http://albadreerima.blogspot.com/2016/08/blog-post_79.html
- عبدالله، عزة عبدالعزيز (2006)، *مصداقية الاعلام العربي*، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع.
- عبدالوهاب، مصطفى محمد (2005)، *النشرة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة*، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- عبدالوهاب، هبة حسين (2010)، *مستويات مصداقية الفضائيات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفوة*، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- العتيبي، نائف مطلق فهد (2007)، مصداقية الأخبار التلفزيونية لدى طلاب وطالبات جامعة الملك سعود : دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية.
- عثمان، صفا (2002)، دور قناة النيل الإخبارية في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى عينة من طلبة الجامعات نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- العربي، عثمان (2005)، " مصداقية الصحافة الالكترونية العربية لدى الجمهور السعودي: دراسة مسحية على متصفح الصحافة الالكترونية في مدينة الرياض"، مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، الشارقة.
- علم الدين، محمود (1989)، مصداقية الاتصال، القاهرة، دار الوزان للطباعة والنشر.
- علي، خالد صلاح الدين حسن (2006)، " مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور المصري: دراسة كمية/ كيفية في إطار النموذج البنائي للمصداقية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، العدد (26).
- العويمر، وليد عبدالهادي (2013)، " دور الإذاعة والتلفزيون الأردني في التنمية السياسية: دراسة تحليلية ميدانية"، مجلة دراسات، الجامعة الأردنية، المجلد (6)، العدد (1)، ص ص 50-70.
- عيساني، رحيمة الطيب (2008)، مدخل إلى الإعلام والاتصال. عمان: عالم الكتب الحديث.
- كامل، آمال (1998)، "مصداقية التلفزيون"، المجلة الاجتماعية القومية، القاهرة، المجلد (35)، العدد (2).
- مصطفى، هويدا (1994)، التنافس الإخباري للقضايا والشئون العربية في التلفزيون المصري: دراسة تطبيقية على أزمة الخليج، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- الموسى، عصام (1986)، المدخل في الاتصال الجماهيري، ط1، عمان، إثراء للنشر والتوزيع.
- النجار، فايز وآخرون (2013). أساليب البحث العلمي: منظور تطبيقي. ط3. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.

مواقع الكترونية

- (إبسوس ستات الأردن للأبحاث: <http://www.ipsos.com>).
- (سوسن زائدة، 2015). من يملك الإعلام في الأردن؟ الأحد 13 / 2015. <https://www.7iber.com/politics-economics/who-owns-media-in-jordan>
- (قناة رؤية الفضائية/ www.royanews.tv).
- (وكالة عمون، 6/5 / 2015 : <http://www.ammonnews.net/article/229024>).
- (وكالة عمون، الأردن (2016/1/30)، <http://www.ammonnews.net/article/257572>).
- دليل القنوات العربية الفضائية: <http://www.tv-arab.net/PHP/index.php5>
- دائرة الإحصاءات العامة، المملكة الأردنية الهاشمية، الموقع الإلكتروني: http://dosweb.dos.gov.jo/DataBank/Population_Estimares/PopulationEstimatesbyLocality.pdf
- إتحد إذاعات الدول العربية، تقرير اللجنة العليا للتنسيق، 2010.

المراجع باللغة الإنجليزية

- Abdulla , R. A. & et.al.(2002), *The Credibility of Newspapers, Television news, and Online News*, A paper presented to the Mass Communication and Society Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication, annual convention, Miami Beach, Fla., August 9, 2002. Retrieved on: 10 February 2016.

- Andaleeb, S. S. & others,(2009), " Credibility of TV News in a Developing Countries: The Case of Bangladesh", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 89(1), 73-90.
- Anderson, K. & Clevenger, Theodore Jr. (1963), "A Summary of Experimental Research on Ethos", *Speech Monography*, 30: 59-78.
- Elareshi, M. & Gunter B.(2012), "Credibility of Televised News in Libya: Are International News Services Trusted More than Local News Services?", *Journal of Middle East Media*, 8(1), 1-25.
- Gaziano, Cecili., and McGrath, Kiristin. (1986,Autumn)."Measuring the Concept of Credibility". *Journalism Quarterly*,63(3),451-462.
- Gunther, A. C. (1992)," Biased Press or Biased Public? Attitudes Toward Media Coverage of Social Groups", *Public Opinion Quarterly*,Vol.56,No.2.
- Hovland, Carl & Weiss, Walter (1951), "The influence of Source Credibility on communication Effectiveness", *Public Opinion Quarterly*, 15: 635-650.
- Meyer, Philip (1988), "Defining and Measuring Credibility of Newspapers: Developing an Index", *Journalism Quarterly*, 65: 567-589.
- Mullainathan,S.& Shleifer,A.,(2002),"Media Bias" ,available at:[http://www.Posteconomics. Harard.Edu/Faculty/Shleifer/Papers/Mediabias.html](http://www.Posteconomics.Harard.Edu/Faculty/Shleifer/Papers/Mediabias.html).Pp. 3-5.
- Thomas, C.,(2004) ,*The Media's Trust Problem*, (Online), available: [http:// www.Townhill. Com/ Opinion/ Calthomas/ 2004/ 09-29-13174/ html](http://www.Townhill.Com/Opinion/Calthomas/2004/09-29-13174/html).
- Smith, Brewster (1973). "Political Attitudes", In Heanne Knutson(ed.), *A Handbook of Political Psychology*. Worcestor.