مصداقية وسائل الإعلام الإليكترونية العربية و العالمية لدى الشباب الجامعى العربى في تغطية القرار الأمريكى بالإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل ونقل سفارتها إليها

دراسة ميدانية

د. منى طه محمد*

مقدمة :

على الرغم من أن بحوث المصداقية بدأت منذ ثلاثينيات القرن الماضى مركزة في بدايتها على عاملين رئيسيين هما : الثقة في المصدر والخبرة إلا أن بحوث المصداقية مازالت مجالاً خصباً لمزيد من الأبحاث الإعلامية نظراً للتطور الإعلامى المستمر والذى يؤدى بدوره دوراً في تطوير مفهوم المصداقية وعناصرها لتواكب التطور الإعلامى .

وتزداد أهمية بحوث المصداقية عند تناول قضايا جدلية أو أزمات فهل تستمر هذه الوسيلة فى أداء دورها في المجتمع محافظة على ثقة مستخدميها بتقديم الحقائق في مختلف المواقف أم أن الوسيلة ستنحاز إلى البعد الأيديولوجى والفكرى الذى قد يؤثر على مستوى مصداقيتها لدى جمهورها ودرجة ثقتهم فيها .

وهذا هو الركيزة الأساسية لهذه الدراسة (إلى أي مدى تنال الوسيلة الإعلامية – المواقع الإخبارية على وجه التحديد – على ثقة جمهورها وقت الأزمات ؟) .

وإلى أي مدى تحتفظ بعناصر مصداقيتها أثناء الأزمات ويلمس جمهورها ذلك ؟ وما تأثير الانتماء الأيديولوجى للوسيلة على مصداقيتها ؟

فالقرار الأمريكي بالاعتراف بالقدس عاصمة لدولة الاحتلال إسرائيل في 2017/12/5 لم يكن القرار الأول من نوعه في تاريخ الصراع العربى الإسرائيلي والقضية الفلسطينية منذ نكبة 1948 ، ولكن تكمن أهميته في توقيت اتخاذه ففي الوقت الذى سلكت فيه القضية الفلسطينية مسلكاً سليماً تفاوضياً برعاية أمريكية ، وهو يعد تحولاً جوهرياً في اتجاهات الإدارات الأمريكية المتلاحقة والتي كانت تراعى موقف حلفائها من الدول العربية وإشعال الحملات الإعلامية المناهضة لها وللقرار على مدار سنوات عديدة ، وضرب مسار السلام الفلسطيني الإسرائيلي والذى كان من ضمن محاوره الرئيسية أن القدس عاصمة دولة فلسطين .. وهو ما لم تعترف به

* تم ترقية سيادتها بهذا البحث لدرجة استاذ مساعد بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة المنصورة

الإدارات الأمريكية السابقة كجزء من دولة الاحتلال التي أعلنت في 1948 ... وبدأت المنصات الإعلامية المختلفة العربية والعالمية في تناول هذا القرار الأمريكى وأصبحت مصداقيتها في محكٍ حقيقى ، هل تتخلى المنصفات الإعلامية العالمية عن قوتها الداعمة لإسرائيل والقرار الأمريكي حفاظاً على ثقة جمهورها في كل مكان أما تنحى المنحى المعاكس وتحاول هذه الدراسة رصد مدى مصداقية تلك المواقع الالكترونية العربية والعالمية من تلك الأزمة من وجهة نظر عينة من الشباب العربى.

أولاً : الدراسات السابقة :

ضمت الدراسة الحالية عدداً من الدراسات السابقة التي تتناول متغيرى الدراسة: دراسات تناولت مصداقية وسائل الإعلام ودراسات تناولت مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام وقت الأزمات العربية والعالمية ومصداقيتها لديه .

(أ) دراسات تناولت مصداقية وسائل الإعلام :

1- **دراسة رنا محمد أبو اليزيد عمر** (2018)[1] حول مصداقية التغطية الخبرية في الصحافة المصرية لإحداث التحول الديمقراطى بعد ثورة 25 يناير .

توصلت من خلال الدراسة التحليلية أن قضايا حقوق الإنسان وأحداث التحول الديمقراطى في مقدمة الموضوعات في صحف الدراسة وكان الفن الإخبارى في مقدمة الفنون الصحفية التي تناولت قضايا الدراسة وأثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين نمط الملكية والفنون الحفية المستخدمة في التغطية الخبرية لإحداث التحول الديمقراطى .

وأن هناك علاقة ارتباطية دالة بين نمط الملكية واتجاه التغطية الخبرية لإحداث التحول الديمقراطى بعد ثورة 25 يناير .

وركزت الدراسة على أن عناصر مصداقية المادة الإخبارية هي : الدقة في المعلومات والصدق والوضوح في الأفكار والاتجاهات وأساليب العرض والشفافية في التناول الإعلامى والثقة في المضمون الخبرى والعدالة والإنصاف وعدم التحيز والشمولية في التغطية .

2- **دراسة إبراهيم حسن المرسى التوام** (2016)[2] حول مصداقية المواقع الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية وعلاقتها بالتنافر المعرفى .

وتوصلت الدراسة إلى أن موقع اليوم السابع كان في مقدمة المواقع التي ترتفع درجة مصداقيتها لدى المبحوثين تلاه موقع المصرى اليوم ثم بوابة الأهرام ثم موقع BBC ثم بوابة الأحبار ثم موقع CNN ثم موقع الشروق والوطن وقناة العربية وفى المراكز الأخيرة موقع يلا كورة .

جاءت المواقع الالكترونية في مقدمة مصادر المعلومات التي يعتمد عليها النخبة الأكاديمية في الحصول على المعلومات ، يليها شبكات التواصل الاجتماعى ، ثم القنوات التليفزيونية ثم الصحف المطبوعة والمكتبات الالكترونية والراديو .

جاءت في مقدمة معايير المصداقية كما تراها عينة الدراسة من النخبة في الفورية في نقل الحدث ، توافر وجود تعليق أو رد ، ثم إمكانية المشاركة عبر شبكات التواصل أو البريد الالكترونى ، كما ترى أن درجة المصداقية متوسطة في المواقع الإخبارية ، كما أوضحت النتائج أن التوجه الأيديولوجى للنخبة كان أحد معايير المصداقية التي تستند إليها النخبة للحكم على صحة الأخبار من وجهة نظرهم ، كما تزداد درجة التنافر المعرفى للنخبة الأكاديمية في حالة تعرضهم لأخبار لا يعتقدون في صحتها وتتعارض مع معارفهم وخبراتهم ، كما توصلت إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين وبين درجة مصداقية المواقع الإخبارية لديهم .

3- **دراسة وفاء عبد الخالق ثروت** (2016)[3] التي عنيت بدراسة مصداقية المواقع الالكترونية للقنوات الأوربية الموجهة باللغة العربية تحديداً موقع قناة BBC العربية وموقع قناة دوتيش فيله الألمانية – روسيا اليوم – فرانس 24 ساعة – يورونيوز العربية لدى الجمهور المصرى في تغطيتها الإعلامية للعمليات الإرهابية لتنظيم داعش ومدى التزام هذه المواقع بالمعايير التي تحقق المصداقية ومدى اعتماد الجمهور عليها كمصادر للمعلومات عن العمليات الإرهابية لداعش ودوافع هذا الاعتماد والتأثيرات الناتجة عنه ورصد المتغيرات التي تؤثر على تصديق الجمهور وثقته في هذه المواقع .

وتوصلت إلى أن هناك علاقة ارتباطية دالة بين المصداقية والاعتماد وتنوع المعايير التي يستند إليها الإعلاميون والجمهور في تقييم مصداقية المواقع الالكترونية وتركزت حول التغطية المتكاملة الصدق ، الدقة ، التوازن ، الفورية ، الفصل بين الخبر والرأى والثقة في الموقع ، والتفاعلية مع الجمهور وكفاءة القائم بالاتصال ووجود علاقة وطيدة بين هذه المواقع والدول التي تنتمى إليها سواء علاقة صريحة أو مستترة لأنها تشكل جزءاً عضوياً من السياسة الخارجية والقوى الناعمة لدولها .

4- **دراسة يزن على مصطفى طلفاح** (2016)[4] والتي سعت إلى الكشف عن مدى مصداقية المواقع الإخبارية الالكترونية الأردنية لدى أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين ، ومعايير هذه المصداقية وسماتها .

أجريت الدراسة على عينة متاحة من أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين بلغ عددها (146) مفردة باستخدام أداة الاستبيان ، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها : أن غالبية المبحوثين (83.2%) يتابعون المواقع الإخبارية الأردنية بدرجة مرتفعة ، وكشفت الدراسة أن درجة المصداقية العامة لهذه المواقع جاءت متوسطة

وأن موقع (خبرى) كان أكثر المواقع الإخبارية مصداقية لدى المبحوثين يليه موقع (عمون) و(المقر) .

وتوصلت الدراسة أن هناك تأثير لمتغيرات الدراسة (سنوات الخبرة – المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها – العمل في المواقع الإخبارية) على تقييمهم لمصداقية المواقع الإخبارية الأردنية ، بينما لم يكن هناك تأثير للعوامل الديموجرافية الأخرى (النوع – المستوى التعليمى – التخصص الدقيق) على هذا التقييم .

5- **دراسة محمد بن زين عبد الرحمن** (2015)[5] والتي هدفت إلى التعرف على حجم تعرض الجمهور المصرى للمواقع الالكترونية الإخبارية والتعرف على حجم تعرض الجمهور المصرى للموضوعات الخاصة بمشروع قناة السويس الجديدة عبر المواقع الإخبارية .

وهى من الدراسات الوصفية الميدانية ، وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها صحة الفرض باختلاف مستويات التعرض لموضوعات قناة السويس عبر المواقع الإخبارية تبعاً لاختلاف مستويات مصداقية المواقع الإخبارية لدى المبحوثين ، كما توصلت إلى أنه يوجد اختلاف في مستويات التعرض لموضوعات قناة السويس عبر المواقع الإخبارية تبعاً لاختلاف مستويات مصداقية المواقع الإخبارية لدى المبحوثين.

6- **دراسة جاسون ك. كلارك وأبيجال تى. ايفانس** (2014)[6] حول مصداقية المصدر والإقناع به ودور الرسالة والتوافق النفسى للجمهور معها .

وتناولت الدراسة ثلاث دراسات حول مصداقية المصدر والتوافق النفسى للجمهور مع الرسالة وأثبتت الدراسة الأولى والثانية أنه عندما تتناول الرسالة موقف مستخدمه حجج أو مبررات ضعيفة في توافقها النفسى مع الجمهور فإن مصداقية المصدر تنخفض ، وترتفع بين المشاركين أو الجمهور في الدراسة الثانية في حالة المحافظة على المثيرات أو بقاء المثيرات المتفقة مع الجمهور .

بينما ركزت الدراسة الثالثة للباحثين عن أن استخدام المبررات والحجج القوية تزيد من المصداقية وتؤدى إلى حدوث التوافق النفسى ، كما ركزت الدراسة على مصداقية المصدر منتج الرسالة وأن مصداقية المصدر تؤثر على درجة (الثقة) وبالتالي تؤدى إلى الإقناع بالاعتماد على الوسيلة ، وأن الاتفاق أو التوافق الشخصى مع ما يحدث تكون الرسائل مدعمة بما يحقق صدق المصدر .

7- **دراسة ريهام أحمد الحبيبى** (2014)[7] حول مصداقية المضامين الدينية الإسلامية المقدمة من خلال وسائل الإعلام الجديد متمثلة في المواقع الإسلامية لدى عينة من الجمهور ، وتأثير ذلك على استخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية .

وتناولت الدراسة مدى اعتماد المبحوثين على هذه الوسائل كمصادر للمعرفة الدينية ، وتأثير المتغيرات (الاستخدام – الاعتماد – المتغيرات الديموجرافية –

الانتماء لتيار فكرى إسلامى) على تقييم الجمهور لمصداقية المضامين الدينية المقدمة من خلال تلك المواقع وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين تقييم المبحوثين لمصداقية الشخصيات الدينية المقدمة بالمواقع الإسلامية وثقتهم بالمعلومات المقدمة بهذه المواقع ، وأن المواقع الإسلامية كانت أهم مصادر المبحوثين للمعرفة الدينية يليها الكتب الدينية ثم البرامج الدينية التليفزيونية يليها إذاعة القرآن الكريم ثم المسجد ، كما أثبتت الدراسة عدم وجود تأثير لمتغير (النوع – التعليم – الانتماء لتيار فكرى إسلامى محدد) على تقييم المبحوثين لمصداقية المضامين الدينية الإسلامية المقدمة بالمواقع الإسلامية ، بينما هناك فروق لصالح متغير (العمر) لصالح الأصغر سناً فهم الأكثر استخداماً للانترنت .

8- **دراسة هديل فايز الطوالية** (2014)[8] والتي هدفت الباحثة إلى معرفة اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعى ومدى اعتمادهم عليها في متابعة الأخبار .

واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامى بشقيه الوصفى والتحليلى ، شملت عينة الدراسة الصحفيين الأردنيين العاملين في الصحف الأردنية اليومية (الرأي – الدستور – الغد – العرب اليوم – السبيل) ووكالة الأنباء الأردنية (بترا) وهم مقيدون في نقابة الصحفيين الأردنية ، واعتمدت الدراسة على صحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :

- أن 65% من المبحوثين كانت اتجاهاتهم متوسطة نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعى .

- كان الفيس بوك في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعى التي اعتمد عليها الصحفيون عينة الدراسة في متابعة الأخبار يليه موقع تويتر ، وكان سبب الاستخدام هو فورية الموقع والسرعة في نقل الأخبار والأحداث لحظة بلحظة .

- وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعى تبعاً لمتغيرات النوع ، الحالة الاجتماعية ، والتخصص الدراسي ، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعى تبعاً لمتغيرى مستوى التعليم والخبرة .

9- **دراسة ميريام ج. بيتزجر واندروج فلانجن** (2013)[9] حول المصداقية والثقة في المعلومات في بيئات الإعلام الالكترونى ، وما يقدمه الإعلام الالكترونى من تحديات جديدة للجمهور لتحديد المعلومات التي يمكن أن يثق فيها .

وأن اعتماد أفراد المجتمع على المعلومات المتاحة عبر الانترنت لا تعدو أن تجعل استخدام الانترنت في تزايد .

وتناقش هذا المقال كيف ولماذا الاتصال في بيئات الشبكات الرقمية يحول أو يغير المفاهيم التقليدية للثقة ، وكيف أن مستهلكى المعلومات يصنعون أحكامهم عن المصداقية ودقة المعلومات التي تقابلهم عبر المواقع الالكترونية .

وركز على استخدام الفهم الاستدلالى أو الإدراك المكثف في تقييم المصداقية وأن الدراسات الحديثة اعتادت توضح أنواع الفهم الاستدلالى أو الإدراك المنظم للكشف ، وان مستخدمى المعلومات توظفها في تحديد أي المصادر والمعلومات تثق فيه ، وخلص المقال بقائمة لأبحاث مستقبلية عن الوسط الالكترونى وفهم أكثر لدور وتأثير الإدراك المنظم المكثف في سياقات الاتصال .

10- **دراسةعلي سيد محمد** (2012)[10] حول مصداقية الإعلام والتي استعرض فيها الباحث بشكل نقدى الآداب والمعايير أو المقاييس المتفق عليها حول المصداقية كما حاول أن يقدم بعض المعرفة حول كيف نقيس مصداقية الإعلام وكيف يمكن تحديد حجمها وكذلك دراسة الأساليب البحثية المستخدمة في تحليل التكنولوجيا الجديدة وقدم عرضاً تاريخياً لظهور المصداقية للوصول إلى وجهة نظر كلية حولها ، وإمكانية قياس حجم ومقاييس مصداقية الإعلام ووصف العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام وبين مصداقيتها ، ودراسة العناصر المؤثرة في مصداقية وسائل الإعلام التقليدية والجديدة خلال الانترنت كذلك التمييز بين مصطلحات مصداقية الصحف الورقية والتليفزيون والانترنت وقدم وجهة نظره في منهج دراسة وقياس مصداقية وسائل الإعلام .

11- **دراسة محمد عبد البديع السيد** (2012)[11] حول تأثير التعرض للانترنت على مستويات مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية لدى الشباب الجامعى .

وسعت الدراسة إلى التعرف على أثر شبكة الانترنت على ثقة الشباب الجامعى في كليتى الدراسة في محتوى القنوات الفضائية الإخبارية العربية خاصة والأجنبية عامة ، وثقة الشباب العربى في قنواته العربية الإخبارية وثقة الشباب العربى في قنواته العربية الإخبارية في أوقات الأزمات والأوقات الاعتيادية بالتطبيق على طلاب جامعتى بنها في جمهورية مصر العربية وجامعة الحدود الشمالية بالمملكة العربية السعودية ، كما سعت الدراسة إلى تحديد مستوى مصداقية الانترنت والقنوات الإخبارية لديهم ، والعوامل المؤثرة في مصداقية الشباب لهذه القنوات وهى تنتمى للدراسات الوصفية الميدانية وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها : ارتفاع نسبة من يقبلون على شبكة الانترنت من عينة الدراسة ، وأنهم يستخدمونها بصفة دائمة ، وتنوع أسباب الثقة لدى شباب الجامعتين في شبكة الانترنت ، أنهم يستخدمونها من اجل التسلية والترفيه والشعور بالمتعة ثم الحصول على المعلومات والشعور بالتميز وتملك مهارة جديدة ولمشاهدة التليفزيون والراديو من خلال الانترنت .. وكانت أهم أسباب ثقة العينة في الانترنت وجود البريد الالكترونى

واستخدامه للتواصل مع الأصدقاء ، وجاء محرك البحث جوجل في مقدمة محركات البحث العربية والعالمية من حيث ثقة عينة الدراسة في جامعة بنها وموقع جامعة الحدود لدى طلابها يليهما موقع الفيس بوك ثم محرك البحث ياهو Yahoo ثم موقع ويكبيديا .

12- **دراسة ماجدة محمد عبد العزيز مراد** (2008)[12] وتنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية في إطار منهج المسح للتعرف على مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية لدى أفراد العينة وعلاقتها برؤيتهم لحرية الإعلام .

عينة الدراسة : الصفوة الأكاديمية من أعضاء هيئة التدريس بالجامعة قوامها (150 مفردة) في جامعات القاهرة ، الزقازيق ، بنى سويف .

أداة جمع البيانات : الاستبيان على عينة من الصفوة الأكاديمية في جامعات القاهرة والزقازيق ، وبنى سويف .

وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج منها : وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مستوى مصداقية الفضائيات الإخبارية ومعدل مشاهدة أفراد العينة لها ما عدا : قناة النيل للأخبار حيث لم يثبت صحة الفرض بالنسبة لها فلا توجد علاقة بين مستوى مصداقيتها ومعدل المشاهدة ، ولم تثبت علاقة بين مستوى الحرية المنشود في الفضائيات من وجهة نظر المبحوثين ومعدل المشاهدة ، كما توجد علاقة ارتباط إيجابية بين مدى مصداقية الفضائيات الإخبارية ومستوى الحرية الإعلامية المنشودة من وجهة نظر أفراد العينة بالنسبة لثلاث قنوات هي الجزيرة ، العربية ، CNN وعدم ثبوت صحة الفرض بالنسبة لقنوات BBC Euronews والنيل للأخبار ووجود علاقة ارتباط سلبية بين مستوى مصداقية النيل للأخبار ومستوى الحرية الإعلامية المنشودة .

كما أثبتت صحة الفرض بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين القنوات الفضائية فيما يتعلق بتوافر عناصر المصداقية ما عدا الفروق بين مصداقية "العربية" وعناصر مصداقية BBC والعربية واليورونيوز .

وحددت عناصر المصداقية في ثلاث مجموعات هي (1) النقل الخبرى وتشمل : الفورية في نقل الحدث ، ومتابعة تطورات الحدث ، عدم تجاهل أي حدث مهم ، (2) أساليب التناول وتشمل عرض مختلف الآراء ووجهات النظر تجاه الحدث ، عدم الخلط بين الخبر والرأى ، تقديم كل أطراف القضايا ، الدقة في عرض البيانات والحقائق ، التحليل المتعمق ، تنوع المصادر ، (3) السياسة العامة للقناة وتشمل استهداف المصلحة العامة وليست المصالح الخاصة، تمتع العاملين بالكفاءة المهنية .

كما توجد علاقة ارتباط إيجابية بين مستوى كفاءة القائم بالاتصال في الفضائيات الإخبارية ودرجة مصداقيتها لدى أفراد العينة .

13- **دراسة سامى السعيد النجار** (2007)[13] حول مصداقية الصحف المصرية لدى النخبة السياسية بالتطبيق على التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية المصرية 2005 .

وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية الميدانية وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها ارتفاع معدل تعرض المبحوثين للصحف المصرية فترة الانتخابات المصرية ، وتصدرت صحف الأهرام والوفد والأسبوع قائمة أفضل الصحف المصرية تناولاً للانتخابات البرلمانية وذلك للأسباب التالية : إمكانية الوثوق بالصحيفة ، اهتمامها بما يفكر فيه الناس ، والحياد وعدم التحيز والالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية ، كما حظيت الصحف الحزبية بأعلى نسبة ثقة من المبحوثين في الاعتمادية حال تعرضهم لمعلومات وتقارير متضاربة حول الانتخابات ، وتفوقت الفضائيات العربية على غيرها من الوسائل العربية والعالمية من حيث مصداقيتها في تغطية وقائع الانتخابات البرلمانية في مصر يليها الصحف المصرية على اختلافها ، كما اتضح وجود تأثير للانتماء السياسى للمبحوثين على اتجاهاتهم نحو مصداقية التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية المصرية ، بينما لم يكن هناك تأثير لمتغير (السن – المؤهل العلمى – النوع) نحو مصداقية التغطية ، ووجود علاقة ارتباطية بين معدل تعرض المبحوثين لنوعية من الصحف المصرية وبين اتجاهاتهم نحو مصداقية التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية في الصحف المصرية على اختلافها.

14- **دراسة خالد صلاح الدين حسن على** (2006)[14] والتى استندت إلى النموذج البنائى لمستويات المصداقية لدراسة المتغيرات المختلفة التى تؤثر فى قابلية الجمهور لتصديق وسائل الإعلام المختلفة والمدخل التأثيرى والمدخل الفردى المحدد فى محاولة لرصد المتغيرات الوسيطة التى تضعف أو تعضد الثقة فى وسائل الإعلام ، فى ضوء خصوصية المجتمع المصرى

وتوصلت الدراسة إلى اختلاف المبحوثين فى تقييم كل من وسائل الإعلام المصرية التقليدية والحديثة وفقاً لمستويات المصداقية الخاصة بالتصديق العام لوسائل الإعلام ، ووفقاً لمكونات المصداقية كالثقة والشمولية وعدم التميز والعدالة .. وغيرها.

كما أشارت الدراسة إلى تفوق الصحف القومية ثم الحزبية كوسائل أكثر مصداقية عن الانترنت لدى المبحوثين فى معالجتها لبعض القضايا ، كذلك كانت الوسائل الإعلامية الغير رسمية أكثر ثقة لدى المبحوثين من الوسائل الإعلامية الرسمية فى تناول القضايا الداخلية بينما العكس فيما يخص القضايا الخارجية فكانت الوسائل الرسمية أكثر مصداقية لديهم ، كما تقدمت المواقع الإخبارية الالكترونية على الصحف الخاصة من حيث المصداقية فى تناول القضايا الخارجية مثل القضية العراقية ، والقضية الفلسطينية ، كما توصلت الدراسة إلى وجود تفاعلات رأسية بين

مستويات المصداقية المختلفة المؤسسية والبشرية ، وأن متغير المصداقية ديناميكى لا يتسم بالثبات ويتأثر بنوع الوسيلة وطبيعة القضايا التى تتناولها الوسيلة ، وتوصلت إلى وجود علاقة إيجابية بين متغيرى الاعتماد على وسائل الإعلام المصرية ومصداقيتها لدى الجمهور .

15- **دراسة وائل إسماعيل عبد البارى** (2005)[15] حول اختبار العلاقة بين مصداقية المواقع الإخبارية ومستقبل الصحافة المطبوعة .

وأسفرت الدراسة عن عدة نتائج أن محتوى المواقع الإخبارية بنفس جودة محتوى الصحافة المطبوعة ، ووجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مستوى معرفة الجمهور لاستخدام الانترنت وتشكيل الاتجاه نحو مصداقية هذه المواقع وقد تجلت هذه المواقع من خلال تفاعل الجمهور مع هذه المواقع ، ورصدت اتجاه سلبى وآخر إيجابى في ازدياد استخدام المواقع الإخبارية مع عدم الاعتماد عليها كلياً ، بينما ركز الاتجاه السلبى على انخفاض توزيع الصحف المطبوعة.

كما أعرب المبحوثون عن اعتقادهم بان المواقع الإخبارية أكثر مصداقية من الصحف المطبوعة وذلك باختبار معايير المصداقية (الموضوعية – الدقة – الفورية – جودة المحتوى).

وطرح الباحث أفكاراً للبحوث المستقبلية حول مستقبل حرية الصحافة المطبوعة في ضوء حرية التعبير من خلال المواقع الالكترونية الإخبارية في مساحات الحوار والمنتديات التفاعلية .

16- **دراسة سهام نصار** (2003)[16] حول تأثير المصداقية على علاقة الصفوة المصرية بالصحافة معتمدة على نظرية التكيف المعرفى ومدخل الاستخدامات والإشباعات .

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية : أن الصحافة المصرية أقل مصداقية من وسائل الإعلام العربية والأجنبية والتي تقدم تغطية متكاملة شاملة ، وان هناك علاقة ارتباطية بين مصداقية الخبر في التليفزيون وبين القناة التي يذاع من خلالها وليس شخص المذيع ونفس الشئ بالنسبة لمصداقية الخبر من خلالها وليس شخص المذيع ونفس الشئ بالنسبة لمصداقية الخبر الصحفى والصحيفة التي ينشر من خلالها، وأن الصحف القومية كانت أكثر مصداقية لدى المبحوثين من الصحف الحزبية والخاصة .

17- **دراسة هويدا مصطفى** (2003)[17] حول رؤية النخبة المصرية لمصداقية وسائل الإعلام واستطلاع رأى النخبة المصرية حول مصداقية وسائل الإعلام والتزامها بمعايير وعناصر المصداقية من موضوعية ودقة وثقة ونزاهة في

تغطية الحرب الأمريكية على العراق والالتزام بالمعايير والأخلاقيات المهنية مع تطبيق هذه المعايير على الأداء الإعلامى في تغطية الحرب .

وتوصلت الدراسة لارتفاع نسبة تعرض عينة الدراسة إلى التقارير الإخبارية المتعارضة، بين الصحف وبعضها البعض أو بين الصحف وغيرها من الوسائل الأخرى ، وتقل في الراديو نظراً لقلة التعرض له ، وإرجاع عينة الدراسة سبب التناقض هو عدم التزام وسائل الإعلام بدقة المعلومات المقدمة ، خاصة في أخبار الصراعات والحروب والأخبار السياسية والصراع العربى الإسرائيلي ، اعتماد النخبة بدرجة عالية على الصحف عند التعرض للتقارير الإخبارية المتعرضة يليها التليفزيون ، وزيادة التعرض للصحف القومية في حالة التقارير الإخبارية المتعارضة عن القضايا المحلية ، وعدم حرص وسائل الإعلام على الالتزام الدائم بعناصر المصداقية ، وافتقادها في التغطية الإخبارية لإحداث الحرب على العراق .

(ب) دراسات تناولت الاعتماد على وسائل الإعلام والمواقع الإخبارية تحديداً :

1- **دراسة سابينا ميهالج ، جيمس ستانير** (2018)[18] حول مساعى الإعلام التفاعلية، والإعلام والتغير الاجتماعى من منطلق المدخل العملى أو التطبيقى .

وتناولت الدراسة المناقشات التى دامت حول دور وسائل الإعلام والاتصال فى التغير الاجتماعى ، وأن الارتباط الجزئى وقلة عدد المشاركين المستخدمين واللغة والتى تؤدى للفهم المحدود كل ذلك يعين ذلك الدور .

ومنذ 1951 فقد تم تناول المداخل التى تشمل الإعلام والاتصال كبيئة للتغيير ويستخدم ذلك التصنيف للتعرف على الاتجاهات الرئيسية فى هذا المجال .

وبعد 1985 حدث تراجع حاد فى هذا الاتجاه وتم التركيز على النواحى الاقتصادية للتغيير، ومنذ 2000 تعددت الروايات حول مسببات التغيير والتى تعد موازية لتأثيرات الإعلام.

ومن خلال النتائج توصل الباحثين إلى السمات الرئيسية للمنهج العملى (التطبيقى) للتغيير الاجتماعى والذى يتسع ليقدم أصل اللغة الأكثر انتشاراً فى هذا المجال ، فاللغة يمكن أن تعطينا القدرة التى تؤهل على التفكير فى وسائل الإعلام .

فالاتصال والتغير الاجتماعى من خلال انتشارها المؤقت والخطط الاجتماعية يمكن ربطهم معاً فى إعادة الوضع بشكل أكبر مع التغيرات الأساسية للنظام الاجتماعى.

2- **دراسة منى طه محمد طه** (2018)[19] حول العلاقة بين تعرض الشباب الجامعى الأجنبي المقيم في مصر للمواقع الإخبارية وصورة مصر لديهم .

تنتمى الدراسة للدراسات الوصفية الميدانية . اعتمدت الدراسة على المنهج المسحى واستمارة الاستبيان المطبقة على عينة من الشباب الجامعى الأجنبي من آسيا وأفريقيا الذين يدرسون في الجامعات المصرية .

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج ، منها: وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين للمواقع الإخبارية وبين درجة الاعتماد عليها في تكوين صورة عن مصر ، وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى اعتماد المبحوثين على المواقع الإخبارية في الحصول على معلومات عن مصر وفقاً للخصائص الديموجرافية للمبحوثين (العمر – الجنسية – المؤهل الدراسى – نوع التعليم – مدة الإقامة في مصر) لصالح جميع المتغيرات فيما عدا نوع التعليم ، وجود علاقة ارتباطية بين تعرض المبحوثين للمواقع الإخبارية وبين الصورة الذهنية المتكونة عن مصر وتأثر تلك العلاقة بالمتغيرات الديموجرافية للمبحوثين فيما عدا متغير السن ونوع التعليم ، ووجود علاقة بين نوعية المواقع الإخبارية التي يتعرض لها المبحوثين وبين صورة مصر لديهم وفقاً للمتغيرات الديموجرافية ، وكانت المواقع التي يتعرضون لها أغلبها عالمى .

3- **دراسة كيفين كايلو ، ايسبيو سكورنافاكا** (2017)[20] حول التنبؤ باستمرارية الاهتمام بالاستخدام الواسع للأنظمة الإعلامية .

وأن ظهور أشكال جديدة متكاملة وزيادة أجهزة الحاسوب (الكمبيوتر) والتى يتبعها منصات متعددة للأجهزة العديدة ساعد فى زيادة الانتشار الواسع لأنظمة الإعلام، وهذه الأشكال الجديدة والمعقدة متصلة بهذه الأداة (الكمبيوتر) تتضمن العلاقة بين الوظائف المختلفة وتمد بسيل من المعلومات الممكنة عبر قنوات متعددة .

والانتشار الواسع لأنظمة البيئة الرقمية والتطور التكنولوجى الكبير قد ولد حاجة عاجلة لإعادة النظر فى فهمنا لاستخدام التكنولوجيا خلال عدسات وسائل الإعلام التى تشمل حدود طبيعة الانتشار الواسع لأنظمة الإعلام .

وتختبر هذه الدراسة دور الاعتماد الفردى على وسائل الإعلام فى توقع استمرار الاهتمام أو التركيز على الاستخدام الواسع أو المتزايد للأنظمة الإعلامية وأن الاعتماد على التكنولوجيا حقيقة ، وقد تم تجميع المعلومات من خلال 150 من مستخدمى أنظمة الإعلام المنتشرة والذين تم استخدامهم لاختبار تطوير نموذج للمفاهيم فى هذا المجال ، وأكدت النتائج التأثير الشامل للاعتماد الواسع على الأنظمة الإعلامية فى استمرار الأسباب الفردية للاستخدام أو المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين .

4- **دراسة يونج شان كيم وجويونبح جونج** (2017)[21] حول الاعتماد على خدمة التواصل الاجتماعى والعلاقات الشخصية أو الداخلية .

وإن ذلك امتداد جديد أو نطاق جديد في دراسة نظرية نظام الاعتماد على وسائل الإعلام واختبرت الدراسة فرضين الأول : اختبار وضع تصور لاختبار معايير الاعتماد على خدمة التشابك الاجتماعى (التواصل الاجتماعى) والثانى يقترح ويختبر النموذج العام لتأثير خدمة التواصل الاجتماعى المباشر أو الغير مباشر في ذكر (حكى) العلاقات الشخصية (أو الداخلية للفرد) .

وتعتمد الدراسة في بنائها النظرى على الاسترشاد بنظام الاعتماد على تطبيق خدمة التواصل الاجتماعى وأساس نظرية الاتصال وتوصلت الدراسة إلى أن الكمبيوتر يساعد المبحوثين والذين تتراوح أعمارهم بين 19-59سنة من مدينة سول في تكوين وجهات النظر الشخصية ، وأن مقياس الاعتماد على وسائل الإعلام والمطبق على اعتمادنا على شبكات التواصل الاجتماعى هو مقياس مقبول ووافى ، كما أثبتت العلاقة بين اعتماد المبحوثين على خدمة شبكات التواصل الاجتماعى واستخدامهم الأنشطة التفاعلية وأن ذلك له تأثيرات غير مباشرة للحكايات الداخلية لغير المستخدمين .

5- **دراسة آمى ريسل جورج** (2016)[22] حول شبكات التواصل الاجتماعى ، الانترنت والتأثيرات السياسية ، تغيير أساليب الاتصال من خلال وجهة نظر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام .

واعتبرت هذه الدراسة هي مدخل لدراسة آثار المعلومات والأخبار والتكنولوجيا الكبيرة والتي توضح كيف أن الجمهور يتواصل مع بعضه البعض في العالم وفى هذه الدراسة يحدث ذلك من خلال شبكات التواصل الاجتماعى وهم مثلهم مثل السياسيون لهم منصات للتواصل .

وان تحديداً الفيس بوك وتويتر تكمل النقص في الأخبار ، وأنها كيف أصبحت بديل عن المواقع الإخبارية وتؤثر في الناخبين ، وذلك باستخدام نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ، بالاعتماد على مجموعتى نقاش صغيرة إحداهما أكبر سناً والأخرى أصغر سناً . وتوصلت الدراسة إلى أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ضرورية والتي توضح الكيفية التي يبحث ويشبع بها المستخدمون الحاجة إلى معلومات فرضية لهم ، وأنها في هذه الدراسة تقدم آراء ووجهات نظر تدعم وتعزز الآراء السياسية .

ومن خلال الترميز المباشر فقد دخلت المجموعات في نقاش مفتوح وتم تدوين ملاحظات أوضحت النتائج أن المجموعة الأصغر سناً بالتحديد قد فكرت في مصادر أخبار وسائل الإعلام تلك التي تعزز أو تدعم انتمائهم السياسى .

6- **دراسة زينب مصطفى عبد الفتاح الناغى** (2016)[23] حول تأثير تعرض الجمهور المصرى لوسائل الإعلام الجديد على قارئيه المجلات المطبوعة .

وهى دراسة ميدانية وصفية وكانت أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة أن أهم التأثيرات السلبية التعرض لوسائل الإعلام الجديد : إهدار الوقت ، إدمان شبكة الانترنت ، زيادة حالات انتهاك خصوصية الآخرين ، التعرض لجرائم الانترنت لعدم توفر تشريعات محددة لهذا النوع من الإعلام . وجاءت شهرة المجلة في مقدمة العوامل التي تدفع المبحوثين لقراءة المجلات المطبوعة وهم يشكلون 45.8% من عينة الدراسة ، وأثر التعرض لوسائل الإعلام الجديد على قارئي المجلات المطبوعة على 75.5% من المبحوثين وأن الخدمات التفاعلية جاءت في مقدمة أسباب زيادة التعرض لها ، وجاءت وسائل الإعلام الحديثة في المرتبة الأولى التي يعتمد عليها الجمهور وكان الذكور أكثر من الإناث في قراءة المجلات المطبوعة ، كما أثبتت الدراسة بشكل جزئى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً لمتغيراتهم الديموجرافية وبين كثافة التعرض للإعلام الجديد ومعدل قارئيتهم للمجلات المطبوعة.

7- **دراسة حسين على محمد أبو عمر** (2015)[24] حول دور الفضائيات المصرية فى تشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعى المصرى نحو القضايا السياسية المثارة فى مصر ما بين الثورتين 2011-2013 وتأثير ذلك على حجم المشاركة السياسية لدى الشباب الجامعى المصرى . وهى تنتمى للدراسات الوصفية الميدانية وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها :

أن حوالى 39.8% من المبحوثين يشاهدون الفضائيات دائماً ، 17.7% البرامج الحوارية ، انخفضت نسبة اعتماد المبحوثين على التليفزيون المصرى فقط لمصدر للمعلومات إلى 19.5% ، ويرى المبحوثون أن البرامج الحوارية قد تغيرت كثيراً بعد ثورة 25 يناير ، وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة فى مقياس التعرض للبرامج الحوارية وفقاً لمتغير النوع ، فوجود علاقة ارتباطية بين كثافة مشاهدة البرامج الحوارية ومستوى معارف المبحوثين بالقضايا المعاصرة ، عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية وفقاً لمتغير العمر وبين الاعتماد على البرامج الحوارية واستقاء المعلومات والأخبار .

8- **دراسة سلمى السيد أحمد المرسى الشعراوى** (2015)[25] والتي تناولت الدور الذى تقوم به الصحافة الالكترونية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعى نحو قضيتى المواطنة والوحدة الوطنية في مصر . وهى دراسة وصفية ميدانية ، وتوصلت لعدد من النتائج كان أهمها : جاءت شبكة الانترنت المصدر الأول لدى عينة الدراسة في الحصول على معلوماتهم وتشكيل اتجاهاتهم وبناء أفكارهم ، جاءت قيمة المساواة بين أبناء الوطن هي أكثر قضايا المواطنة والوحدة الوطنية التي تناولتها الصحف الالكترونية ، تفوق الذكور في الاعتماد على الصحف الالكترونية كمصدر لحصولهم على المعلومات ، كذلك أهل الحضر أكثر اعتماداً على الصحف الالكترونية كمصدر للمعلومات وكذلك طلاب جامعة القاهرة مقارنة بطلاب الجامعات الأخرى عينة

الدراسة وهي جامعة المنصورة وبنى سويف ، كما أن الإناث يعتقدن أن الصحافة الالكترونية لا تعرض القدر الكافى من المعلومات حول قضيتى المواطنة والوحدة الوطنية أكثر من الذكور، واتفقوا في أن معالجة الصحافة الالكترونية لقضية المواطنة سطحية ، كما جاء تأثير الصحف الالكترونية على اتجاهات المبحوثين تجاه قضيتى الدراسة "إلى حد ما".

9- **دراسة زيو تاى وتاومن** (2007)[26] والذى اختبر الاعتماد على وسائل الإعلام بين الشعب الصينى أثناء أحداث وباء سارس 2006 ، بينما كانت أغلب بحوث الإعلام قد اختبرت علاقات الاعتماد فى ظل ظروف إتاحة المعلومات بسهولة ، بينما هذه الدراسة تختبر الوضع عندما تكون المعلومات مسيطرة عليها بدرجة كبيرة أو عليها رقابة كبيرة وبذلك فليس من السهل أن تكون متاحة من خلال الاتجاه الرئيسى للإعلام .

ولأن بيئة البناء الاجتماعى ليست مؤدية للتدفق الحر للمعلومات أثناء الأزمة الصحية الكبيرة ، والجمهور لا يبحث فقط عن بدائل رسائل قصيرة مثل خدمات (إس إم إس) والانترنت، لكنهم مشتركين فى قنوات إعلان بديلة من خلال إنتاجهم للمعلومات والإشاعات أيضاً ، وكان الانترنت إلى حد ما الأداة الأقوى التى اتبعها الأفراد لكى يتجنبوا أو يواجهوا السيطرة الرسمية التي تتحدى الحجج الرسمية خلال الأزمة .

10- **دراسة وفاء عبد الخالق ثروت** (2006)[27] حول اعتماد الجمهور على التليفزيون المصرى أثناء الأزمات . وطبقت الدراسة على حادث شرم الشيخ فكانت أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة أن المصادر التي اعتمدت عليها عينة الدراسة للحصول على معلومات عن الحادث في مقدمتها التليفزيون المصرى ، يليه الفضائيات العربية ، ثم الصحف المصرية بالإضافة إلي الانترنت .. وأنه يقل الاعتماد على التليفزيون المصرى في حالة توفر المصادر الأخرى للمبحوثين ، وكانت أسباب التفصيل في مقدمتها السرعة في نقل الحدث وتفسير وتحليل الحادث ثم تقديم الحقائق كاملة والدقة في عرض البيانات وأن أسباب الاعتماد تركزت في عمق المعالجة، التوازن في عرض وجهات النظر والثقة في الوسيلة والصور المصاحبة للصوت والمتابعة المستمرة لمتابعة الحدث، وكانت أهداف الاعتماد تتركز في تحقيق الفهم ، التوجيه ، والتسلية ، كما ثبت عدم وجود علاقة بين النوع والاعتماد على التليفزيون المصرى والفضائيات الأجنبية والإذاعة المصرية ، ولم يكن هناك تأثير بصفة عامة لخصائص عينة الدراسة ودرجة الاعتماد على مصادر المعلومات المختلفة عن الحادث.

11- **دراسة عادل عبد الغفار** (2003)[28] حول رصد مصادر المعلومات التي يعتمد عليها طلاب الجامعات المصرية لمتابعة أحداث الحادى عشر من سبتمبر .

وعنيت الدراسة برصد أهمية وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات لمتابعة الأزمة وتوابعها من منطلق فرضية أهمية الاعتماد على وسائل الإعلام وقت الأزمات بالتطبيق على الشباب الجامعى . وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج منها أن درجة الاعتماد على وسائل الإعلام تتأثر بمدى أهمية الأحداث لدى المبحوثين ، وكان التليفزيون في مقدمة الوسائل التي اعتمدت عليها عينة الدراسة في متابعة الأحداث وأهمها CNN يليها BBC ، كما أثبتت الدراسة وجود علاقة إيجابية بين أهمية الحدث ودرجة الحرص على متابعته ، وعدم وجود علاقة بين المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين ودرجة الاعتماد على وسائل الإعلام .

12- **دراسة وليد فتح الله بركات** (2003)[29] حول اعتماد الشباب الجامعى الكويتى على وسائل الإعلام في المعرفة بالقضايا العربية والدولية .

وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها : أن تليفزيون وإذاعة الكويت في مقدمة وسائل الإعلام التي طرحها الباحث على الشباب عينة الدراسة ثم الصحف ثم الاتصال الشخصى ثم الانترنت في جميع الموضوعات التي طرحتها الدراسة محلية أو عالمية ، ومن أهم الأهداف المتحققة من الاعتماد الفهم ، التوجيه أو الإرشاد ، التسلية أو الهروب ، وضعف العلاقة بين الوسيلة التي يعتمد عليها المبحوثين وبين متغيراتهم الديموجرافية (النوع – التخصص الدراسى – كثافة الاستخدام) .

ومن استعراض نتائج الدراسات السابقة يتضح ما يلى :

1- اتفقت أغلب دراسات المصداقية على أن عناصر مصداقية المادة الصحفية، الدقة ، الصدق ، الوضوح في الأفكار ، الشفافية ، الثقة في المضمون ، الإنصاف وعدم التحيز، الشمولية في التغطية ، والتوازن .
2- بالنسبة لمصداقية المواقع الإخبارية تمتاز بـ"الفورية ، وجود تعليق ، إمكانية المشاركة عبر البريد الالكترونى وشبكات التواصل .
3- أن التوجه الأيديولوجى للمبحوثين له تأثير على تقديراتهم لمصداقية الوسيلة.
4- أغلب الدراسات لم تثبت وجود علاقة بين المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين ودرجة مصداقية المواقع بالنسبة لهم .
5- بعض الدراسات أثبتت وجود علاقة بين المصداقية والاعتماد على الوسيلة .
6- بعض الدراسات ركزت على المصداقية من حيث مصداقية القائم بالاتصال أو المصدر وان مصداقية المصدر تؤثر على الثقة والاقتناع .
7- اختلفت محركات البحث التي تحقق ثقة أعلى لدى المبحوثين في مقدمتها جوجل ثم ياهوو والفيس بوك وويكبيديا .
8- خلطت بعض الدراسات بين أسباب الثقة في وسيلة وأسباب تفضيلها .
9- أضافت بعض الدراسات عناصر المصداقية – وفيما يخص الفضائيات تحديداً – أسلوب التناول والعمق في التحليل وعدم خلط الرأى بالخبر ، والسياسة العامة للقناة باستهدافها المصلحة العامة ، وتمتع العاملين فيها

بالكفاءة المهنية أي عناصر تخص المضمون ، عناصر تخص إمكانيات الوسيلة ، عناصر تخص سمعة الوسيلة .

10- بعض الدراسات أثبتت علاقة بين الاعتماد على المواقع الإخبارية وبين الصورة الذهنية.

11- أثبتت بعض الدراسات أن الاعتماد على المواقع الالكترونية يؤثر على تكوين وجهات النظر الشخصية ، وأهمية توافر الأنشطة التفاعلية لزيادة الاعتماد على المواقع .

12- تتفاوت نتائج الدراسات حول الاعتماد على وسائل الإعلام بالنسبة للإناث والذكور أو بالنسبة لسكان الريف والحضر .

13- إن الاعتماد على الوسائل الالكترونية على اختلافها أثر على مدى مقروئية الوسائل المطبوعة .

14- أغلب دراسات المصداقية ربطت بين الاعتماد على وسائل الإعلام والمصداقية من حيث إمكانات الوسيلة ، وبعضها ربط الاعتماد بالصورة الذهنية ، والبعض بين الاعتماد والتنافر المعرفى .

15- تنوعت الدراسات التي تناولت مصداقية وسائل الإعلام بين الدراسات التحليلية والميدانية وتمثلت الدراسة التحليلية في بحث مصداقية عينة من الصحف الورقية ، وعينة الدراسات الميدانية بفئات الشباب الجامعى المصرى والنخب في أغلبها ثم الكويتى والسعودى والأردنيين في دراستين.

16- تنوعت عينات الدراسة : عشوائية ، ومتاحة في الأغلب والأسبوع الصناعى في الدراسات التحليلية وشملت الشباب الجامعى في أغلبها والأدوات تراوحت بين جماعات النقاش ، والاستبيان الورقى والالكترونى، التحليل الكيفى ، تحليل المضمون . المنهج المستخدم في الدراسات جميعها منهج المسح الإعلامى بشقيه التحليلى والميدانى .

17- لم تتطرق الدراسات السابقة لمقارنة مصداقية المواقع الإخبارية العربية والعالمية .

18- لم تتطرق الدراسات السابقة لقضية القرار الأمريكي بشأن الاعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل ونقل سفارتها إليها .

19- لم تتطرق الدراسات السابقة إلى قياس المصداقية لدى الشباب العربى بوجه عام وليس في دولة محددة .

وقد استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في :

- بلورة الإطار النظرى للدراسة .
- بلورة المشكلة البحثية وأهدافها .
- تحديد معايير المصداقية بدقة وتصميم مقياس للمصداقية يناسب الدراسة .
- تحديد مجتمع الدراسة وعينتها .

مشكلة الدراسة :

تتحدد مشكلة الدراسة فى رصد مدى مصداقية وسائل الإعلام الالكترونية العربية والعالمية لدى الشباب الجامعى العربى وقت الأزمات ، التحديد فيما يخص القرار الأمريكى الاعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل ونقل سفارتها إليها ، ومدى تأثير التوجه الأيديولوجى للمواقع الالكترونية ، ومدى مصداقيتها فيما يخص القرار الأمريكى .

أهمية الدراسة :

تتمثل أهمية الدراسة في :

1- أهمية قضية مصداقية وسائل الإعلام بوجه عام والالكترونية بوجه خاص فهى قضية مستمرة على مستوى عقود من البحث العلمى وتزداد أهميتها مع التطور التكنولوجى في وسائل الإعلام ، وتطور الأحداث التي يمكن أن تختبر مصداقية الوسيلة .

2- أهمية التقنية التي تناولتها الدراسة وهى القرار الأمريكى بالاعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل ونقل سفارتها إليها باعتبارها قرار يمس كل عربى لأن القضية الفلسطينية تعد قضية العرب الأولى .

3- أهمية الشباب الجامعى العربى وهم الفئة المستهدفة (المبحوثين) ، وهم يشكلون أحد الفئات المتعلمة التي تعكس نبض الرأى العام في دولهم .

4- أهمية المواقع الالكترونية والوسائل الالكترونية بوجه عام لدى الجمهور ولدى الشباب وهو ما توصلت إليه أغلب الدراسات السابقة .

أهداف الدراسة :

- تهدف الدراسة إلى رصد أسباب اعتماد الشباب الجامعى العربى على الوسائل الالكترونية العربية والعالمية في متابعة القرار الأمريكي بشان القدس .
- ورصد طبيعة العلاقة بين مدى اعتماد المبحوثين على وسائل معينة – العربية أو العالمية – ومدى ثقتهم فيها أو بمعنى آخر ومدى مصداقيتها لديهم.
- دراسة مدى تأثير التوجه الأيديولوجى للوسيلة الإعلامية ومدى مصداقيتها في تناول القرار الأمريكي .
- دراسة عناصر المصداقية المتحققة في وسائل الإعلام الالكترونية والعربية والعالمية من وجهة نظر الشباب الجامعى العربى .

دراسة مدى تأثير نوعية الحدث الذى تتناوله وسائل الإعلام في ثبات أو تغير ثقة الجمهور فيها .

الإطار النظرى للدراسة :

تعتمد الدراسة في بنائها النظرى على **نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام** ، وما بين اعتبار بعض الباحثين الاعتماد على وسائل الإعلام مدخل نظرى واعتبار البعض الآخر أنها نظرية ، فإنه لا أحد ينكر الاتجاه المتزايد لدى الأفراد في المجتمعات الحديثة نحو زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام لإستيفاء المعلومات بهدف تكوين المعارف والاتجاهات إزاء ما يحدث في المجتمع والمجتمعات الأخرى .

ويقصد بالاعتماد على وسائل الإعلام هو درجة أهمية وسيلة بعينها للأفراد كمصادر للمعلومات عن الأحداث والقضايا المثارة خاصة في حالة حدوث حوادث أو أزمات أو كوارث تمس المجتمع والمجتمعات الأخرى .. فمع زيادة القلق والتوتر يزيد الاعتماد على وسائل الإعلام[30] .

وإن كانت وسائل الإعلام ليست السبب الكافى أو الوحيد لإحداث تأثير في الجمهور لكنها تعمل مع ومن خلال شبكة من العناصر والمؤثرات الوسيطة لإحداث التأثير[31] .

ومن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحياناً آثاراً قوية ومباشرة ، وفى أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما[32] .

وينتج عن الاعتماد على وسائل الإعلام آثاراً معرفية ووجدانية وتترجم في سلوكيات أحياناً ، وتشمل الآثار المعرفية لوسائل الإعلام وفق النظرية ، كشف الغموض ، تكوين الاتجاهات ، ترتيب أولويات الاهتمام ، اتساع المعتقدات والقيم ... وغيرها .

وتنحصر الآثار السلوكية لاعتماد الجمهور على وسائل الإعلام وفقاً لديفلر وروكيتش في سلوكيين رئيسيين هما : التنشيط والخمول ، والتنشيط يعنى القيام بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية ، ويعد المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية، وقد يتمثل التنشيط في اتخاذ مواقف مؤيدة ، أو قد يكون مفيد اجتماعياً وقد يكون ضاراً[33] .

وتعنى أغلب دراسات بحوث تأثيرات وسائل الإعلام بالآثار الإدراكية أو الآثار على الإدراك الحسى والمواقف والمعرفة أو القيم أما التأثيرات العاطفية مثل مشاعر الخوف أو السعادة أو الإحساس أو الكراهية فإنها تحظى باهتمام أقل كثيراً وإن كان من الصعب فصل الأبعاد الإدراكية والعاطفية ، فاغلب تغييرات المواقف على سبيل المثال تحمل معها بعض التغير في حب أو كراهية شيء أو موقف ما ، والصلة بين أبعاد التأثيرات الإدراكية والسلوكية أقل وضوحاً[34] .

وتتأثر عملية الاعتماد على وسائل الإعلام بعدة عوامل تتحدد فيما يلى :

1- طبيعة الجمهور وأهدافه من الاعتماد على وسائل الإعلام المختلفة .

2- طبيعة المجتمع ومدى توفر مصادر المعلومات فيه .

3- طبيعة وتنوع الإعلام ، وقدرته على تقديم المعلومات إلى الجمهور .

4- طبيعة الوقت أو الظروف التي يمر بها الفرد أو المجتمع .

5- طبيعة المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام ومدى إشباعها لحاجة الفرد أو المجتمع[35].

وتتعدد أسباب الاعتماد على وسائل الإعلام ودرجة الثقة فيها ، ومنها :

- أن التحول السياسى يخلق حالة من عدم الاستقرار ويجعل المواطنين أكثر حساسية تجاه ما تتركه وسائل الإعلام من تأثيرات أو اتجاهات .
- توصلت العديد من الدراسات إلى أن أهم أسباب الاعتماد على وسائل الإعلام هي الثقة في الوسيلة ، ويزداد مستوى الاعتماد كلما ازداد شعور المواطنين بالثقة والارتياح في الوسيلة الإعلامية[36] .
- وربطت النظرية بين المتغيرات الديموجرافية للجمهور وبين الثقة في الوسيلة ومن هنا تستخدم الدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لملائمتها لموضوع وهدف الدراسة حيث يمكن من خلال تطبيقها ما يلى :

– رصد أسباب اعتماد الجمهور المستهدف على الوسائل الالكترونية العربية والعالمية وقت الأزمات بالتطبيق على القرار الأمريكي للوقوف على أي الوسائل الالكترونية كان مصدر المعلومات الرئيسى الذى اعتمدت عليه عينة الدراسة في متابعة القرار الأمريكي ، وأى الوسائل الالكترونية العربية والعالمية الأكثر اعتماداً بوجه عام .

– ورصد علاقة اعتماد الجمهور على الوسائل الإلكترونية ودرجة ثقتهم فيها وعناصر هذه الثقة بالنسبة للوسائل الالكترونية العربية والعالمية .

– رصد مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين على الاعتماد على نوعية معينة من الوسائل الالكترونية .

رصد التأثيرات الناتجة عن الاعتماد لدى عينة الدراسة .

المصداقية :

إنه على الرغم من أن بحوث الاتصال في العالم قد دخلت عامها الثمانين(**) ونضجت إلا أن الاضطراب والاختلاف مازال سائداً حول بعض المفاهيم الاتصالية ، وفى مقدمتها مفهوم "المصداقية" ، فالبعض يرى أنها مجرد قابلية الوسيلة للتصديق

أو الاعتقاد في صدقها Believability ، فالبعض يرى أنها الثقة في الوسيلة Confidence ، والبعض يرى أنها تعنى إمكانية الاعتماد عليها Dependability ، والبعض يرى أنها احترام الوسيلة وتقديرها وتفضيلها كمصدر للمعلومات والآراء مقارنة بغيرها من الوسائل ، والبعض يرى أنها تعنى رضا الجمهور عن أداء الوسيلة[37]، فهناك خلط بين مفهوم المصداقية ومكوناتها وبحوث المصداقية التي بدأت ثلاثينات القرن الماضى كان لها أساسان هما :

- **الأساس الأول** : بحوث Michell. V. Chanrnley حول دقة التغطية الإخبارية.
- **الأساس الثانى** : نتائج دراسات جماعة Yale حول قابلية تصديق المصدر Source Believability كأحد مكونات تأثير الاتصال الإقناعى ، وحددت هذه الجماعة مكونين رئيسيين للمصداقية هما : الثقة في المصدر trustivorthiness ، والخبرة Expertise[38]، واستمرت البحوث منذ ذلك الوقت للوقوف على المزيد من الأبعاد المحددة للمصداقية خاصة مع التطور الهائل في وسائل الإعلام وأساليبه .

ويمكن القول أن البداية الحقيقية بقضية المصداقية كانت نهاية الخمسينات حين حدث الانفجار الاتصالى الحاد ... وبزيادة كمية الرسائل .. مع ثورة المعلومات ... يزداد ما يسميه محمود علم الدين "التلوث الاتصالى" وتزداد أزمة الثقة أو التصديق .

خاصة وأن وسائل الإعلام لا تعمل من فراغ ودائماً تحاول أن تفرض نوعا من الثقافة السياسية سواء كانت هادفة لخير الإنسان أو إلى تدميره ،لنشر الفكر الحر أو الفكر الإرهابى ، النظرة الاستبدادية أو الديمقراطية ، أو مجرد الدعوة لنظام أو زعامة[39] .

ولقد أثارت قضية مصداقية وسائل الإعلام جدلاً واسعاً بين الأوساط المهنية والأكاديمية، وعلى المستوى الجماهيرى ، وعلى نطاق الدول والمجتمعات المختلفة[40].

كما شهدت السنوات الأولى من الألفية الثالثة تراجعاً في مصداقية وسائل الإعلام بمختلف دول العالم "فالمصداقية تمثل محدداً هاماً ورئيسياً لمدى اعتماد الجمهور على مصادر معينة تبعاً لثقته في مصداقيتها"[41].

ولم يكن اهتمام الغرب ببحوث المصداقية بمعزل عن العالم العربى ، فقد بدأت بحوث المصداقية بدراسات مبكرة وملاحظات في كتابات كل من جيهان رشتى، سمير حسين ، شاهيناز طلعت ، محمد سيد محمد ، مختار التهامى ، وخليل صابات ، وليلى عبد المجيد ، ومحمود علم الدين حتى وإن وردت ضمن دراسات أعدت عن

حرية الصحافة ومسئولياتها وأخلاقياتها وسياسات الإعلام والاتصال أو السياسات الإعلامية .

وركزت الدراسات على زاوية مصداقية المصدر ، ومصداقية الاتصال والإعلام[42] ، واستمرت البحوث والدراسات في إطار مصداقية وسائل الإعلام ,وحدد محمد سيد محمد مقاييس أربعة كمتطلبات أساسية لدراسة المصداقية في الإعلام العربى والإعلام بصفة عامة وهى (1-المقياس اللغوى ، 2- المقياس الأيديولوجى ، 3- المقياس المعرفى ، 4- مقياس التزوير)[43].

كما قدم محمود علم الدين تساؤلاً حول هل يمكن للباحث الإعلامى أن يضع مقاييسا يسترشد بها المستقبل لمعرفة مدى الصدق في الرسالة الإعلامية ؟ وطرح عدة معايير للإجابة على التساؤل .

وهى : - المصداقية الداخلية الخاصة بالوسيلة نفسها ومقارنتها كوسيلة بوسيلة أخرى .

- وأن هناك مكونات كثيرة لمصداقية الوسيلة وتركزت في ثلاث مكونات رئيسية الكفاءة والثقة ، وعدم التميز وعدم الإثارة ، الشخصية الحيوية وتتضمن عناصر فرعية[44].

وركزت دراسات عديدة على أن المصداقية مرتبطة بمصداقية المصدر ، ومع ذلك فقد ظهرت إشكالية تحديد من هو المصدر إذ لا يوجد تمييز بين الشخص كمصدر وبين المؤسسة الإعلامية كمصدر أيضاً . فحددها البعض بان الشخص الذى يقدم الرسالة هو المصدر الداخلى ، بينما الوسيلة هي المصدر الخارجي .. بينما الدراسات وجدت أن قابلية الرسالة للتصديق أكثر أهمية بالنسبة للمتلقى من مصداقية المصدر ، وأن وضوح الحقيقة في الخبر كان لها تأثيرها الكبير في الحكم على مصداقية الخبر بمعزل عن مصداقية المصدر ومعنى ذلك أن الثقة في المعلومات نفسها أكثر أهمية للمستقبل عن مصدر المعلومات[45] ، وحدد البعض معايير لقياس مصداقية المصدر مثل : القابلية للتصديق Believability ، والعدالة والإنصاف Fairness ، والدقة Accuracy ، والتعمق Depth of .. بينما ركزت دراسات أخرى على معايير مصداقية الوسيلة وحددتها في : الموثوقية Authenticity ، والموضوعية Objectivity ، والديناميكية Dynamism ، والراحة Respite ، والدقة ويقابلها عدم الدقة ، التحيز في مقابل عدم التحيز .. كما طرح باحثون إشكالية أخرى للمصداقية وهى أن مستقبل الرسالة قد يكون له معاييره المختلفة .. بينما يركز الباحثون على المصدر أو الوسيلة .

ويقصد بذلك هي الدرجة التي عندها يحكم الفرد على إدراكه على أنه انعكاس صحيح للحقيقة ، أي أن المصداقية تمتد لكى تشمل توجهات الجمهور فيما يتعلق بمعنى الحدث بالنسبة لهم وقدرتهم على السيطرة على الموقف[46] .

كما أضافت دراسات أن "نوعية الخبر" التي تقدمه وسائل الإعلام لها علاقة بمصداقية الوسيلة ، مثل اعتبار الصحف أكثر مصداقية من التليفزيون فيما يتعلق بالأخبار المحلية .

وتشير دراسة Gunther أن تقديرات الجمهور للثقة في المصدر تتأثر بآرائهم الشخصية حول موضوع ما حتى قبل أن يبدأ الاتصال ، وأن الأفراد الذين يتحيزون لمسألة معينة من المحتمل جداً أن يدركوا وسائل الإعلام على أنها متحيزة في تناول هذه القضايا ، كما دخلت الأخطاء اللغوية والنحوية وأخطاء الهجاء كعنصر جديد في مجال مصداقية الصحف على وجه التحديد(47) .

وساق خالد صلاح الدين نموذجاً – النموذج البنائى – لمصداقية وسائل الإعلام مكون من أربعة مكونات رئيسية لمصداقية وسائل الإعلام وهى :

1- المتغيرات السابقة والتي تؤثر بدورها في مستويات المصداقية لدى الجماهير وتشتمل على التأثيرات الحكومية والتوجهات الأيديولوجية والسياسات التحريرية لوسائل الإعلام ، وضغوط التمويل ، فضلاً عن التحيزات المسبقة لدى القائم بالاتصال وثقافته وكفاءته المهنية .

2- المتغيرات الوسيطة والتي تعضد أو على العكس تعوق تأثيرات المصداقية وتتمثل في استخدامات وسائل الإعلام ، تحيزات الجمهور المسبقة وخبرته المباشرة ، وخبراته مع وسائل الإعلام عبر الزمن ، فضلاً عن مدى اعتماده على تلك الوسائل بوصفها الرافد الأولى لاستقاء المعلومات عن الأحداث والقضايا المختلفة .

3- مستويات المصداقية وتنطوى على ترتيب تصاعدى من المستوى الأكثر عمومية والمرتبط بالتصديق العام لوسائل الإعلام ، إلى المستوى المتعمق والأكثر تحديداً ، والذى يرتبط بالقضايا والأحداث ومصادرها وقدر الثقة لدى الجماهير عن القائمين بالاتصال من محررين ومذيعين ومقدمى برامج وكتاب.

4- أساليب القياس : وتشمل أساليب القياس الكيفى والكمى فضلاً عن تكنيكات القياس من الناحية المنهجية(48) .

وتوصل محمود علم الدين إلى أن مصداقية الاتصال هي "مركب "من مصداقية أطرافه المختلفة وهى :

أولاً : **مصداقية المصدر** : ولها ثلاث مستويات مصداقية ، عنصر الافتتاحية، ومصداقية المصدر المستوعبة ، ومصداقية المصدر النهائية ، وأن مكونات مصداقية المصدر الرئيسية الإحساس بالأمان للمصدر – الخبرة والمهارة – الديناميكية – الإعجاب أو الحب .

ثانياً : **مصداقية القائم بالاتصال** : وأبرز مكوناتها إمكانية الوصول إليه ، الخبرة، الموضوعية ، المعاصرة .

ثالثاً : **مصداقية الرسالة :** ولها مكونات بعضها يتعلق بشكل الرسالة أو أسلوب بنائها وهى المقروئية أو المسموعية ، توفر عنصر الاهتمام الإنسانى ، تنوع المفردات اللغوية المستحدثة ، الواقعية ، القابلية للتحرى أو الاختبار الواقعى .

رابعاً : **مصداقية الوسيلة** : وهى ضمن مصداقية الوسيلة نفسها ومصداقية الوسيلة مقارنة بوسائل أخرى ، ومن مكوناتها : الكفاءة ، عدم الإثارة، الدقة ، العناية بالمجتمع ، الحيوية ، فصل الحقائق عن الآراء، احترام خصوصية الأفراد الإنصاف، القائمين بالاتصال فيها مؤهلون ، التمتع بشخصية متميزة .... الخ[49].

وفى ضوء ما سبق تعنى الدراسة الحالية بقياس مصداقية وسائل الإعلام الالكترونية العربية والعالمية بشان القرار الأمريكي من خلال تصميم مقاييس لمعرفة مدى مصداقية هذه الوسائل من خلال قياس مصداقية الأطراف المختلفة لهذا المفهوم المركب للمصداقية :

1) مصداقية المصدر بمعنى الوسيلة وتشمل : مدى اهتمامها بمصالح الجمهور، تقديم الأخبار بسرعة (الفورية) ، فصل الحقائق عن الآراء ، التمتع بثقة المبحوثين ، الالتزام بالمعايير المهملة مع أهمية المعيار الأيديولوجى للوسيلة ، الإمكانيات التفاعلية التي تتوفر بها ، السرعة في التغطية ، الموضوعية ، الخبرة السابقة .

2) مصداقية المرسل أو القائم بالاتصال : الموضوعية ، السرعة ، التخصص، إمكانية التواصل معه .

مصداقية الرسالة (المضمون) : توفر لغة مناسبة ، واقعية الرسالة ، التوازن ، التوثيق للأخبار والمعلومات ، التحيز ، الشمولية أي تناول القضية من خلال أشكال صحفية كثيرة ويعرض كافة الآراء حولها .

تساؤلات الدراسة :

تتركز الدراسة حول سؤال رئيسى هو ما مدى مصداقية وسائل الإعلام الالكترونية العربية والعالمية لدى الشباب الجامعى العربى فيما يخص القرار الأمريكي بالإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل ونقل سفارتها إليها ؟ ويندرج من هذا السؤال الرئيسى أسئلة فرعية :

1- ما مدى اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام الإلكترونية في متابعة الأحداث بوجه عام ؟

2- ما مدى اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام الإلكترونية في متابعة القرار الأمريكي بشأن القدس ؟

3- ما أسباب اعتماد المبحوثين على الوسائل الإلكترونية العربية والعالمية في متابعة القرار الأمريكي ؟

4- ما التأثيرات الناتجة عن اعتماد المبحوثين على الوسائل الإلكترونية العربية والعالمية في متابعة القرار الأمريكي ؟ خاصة تلك التأثيرات المتعلقة بمدى ثقتهم في الوسيلة ومصداقيتها بالنسبة لهم .

5- ما وسائل الإعلام الإلكترونية الأكثر مصداقية لدى الشباب الجامعى العربى في تغطية القرار الأمريكي ؟

6- ما محددات مصداقية وسائل الإعلام الالكترونية العربية والعالمية لدى المبحوثين في تغطيتها للقرار الأمريكي ؟ فيما يتعلق بالوسيلة والرسالة والقائم بالاتصال .

7- ما تقيم المبحوثين لتغطية وسائل الإعلام الالكترونية العربية والعالمية للقرار الأمريكي؟

فروض الدراسة :

تفترض الدراسة وجود علاقة بين مدى اعتماد الجمهور على وسيلة معينة وبين مدى مصداقيتها لديه وفى ضوء ذلك وفيما يخص القرار الأمريكي فقد صيغت فروض الدراسة على النحو التالى :

1- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل اعتماد المبحوثين على وسيلة معينة بوجه عام وبين تفضيلهم لها وقت الأزمات .

2- توجد علاقة ارتباطية بين معدل اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام الالكترونية في متابعة القرار الأمريكي وبين مدى ثقتهم فيها .

3- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى ثقة المبحوثين في وسائل الإعلام الالكترونية العربية والعالمية في تغطيتها للقرار الأمريكي وبين توفر معايير المصداقية فيها.

4- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام الالكترونية العربية والعالمية في متابعة القرار الأمريكي وبين التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد – فيما يخص الموقف من القرار .

5- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث المتغيرات الديموجرافية (الجنس – نوع الدراسة – النوع – محل الإقامة) ودرجة اعتمادهم على وسائل الإعلام الالكترونية في متابعة القرار الأمريكي .

6- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمتغيرات الديموجرافية السابقة وبين معايير مصداقية وسائل الإعلام الالكترونية العربية والعالمية لديهم.

توجد فروق دالة إحصائياً بين الاتجاه الأيديولوجى للوسيلة الإعلامية الالكترونية – عربية أم عالمية – وبين توفر معايير المصداقية بها في تغطية القرار الأمريكي .

نوع الدراسة :

تنتمى الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تعنى بجمع الحقائق والبيانات عن ظاهرة معينة وهى رصد مدى مصداقية وسائل الإعلام الالكترونية العربية والعالمية في تغطية القرار الأمريكي بالاعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل ونقل سفارتها إليها ، من وجهة نظر الشباب الجامعى العربى ، ومدى اعتمادهم على تلك الوسائل فيما يخص القرار ، والتأثيرات المختلفة الناتجة عن الاعتماد على الوسائل الالكترونية العربية والعالمية في متابعة القرار، وتحديد معايير المصداقية بالنسبة لهم.

المنهج المستخدم :

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامى بشقه الوصفى الميدانى على عينة من الشباب الجامعى العربى وهى مرحلة الإدراك وتكوين الاتجاهات والآراء والقدرة على التعبير والتقييم ، كما أنهم أكثر فئات الجمهور استخداماً للإعلام الالكترونى كما أثبتت أغلب الدراسات السابقة .

مجتمع الدراسة :

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب الجامعى العربى .

عينة الدراسة :

تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها 300 مفردة من الشباب الجامعى العربى بعد استبعاد 50 استمارة غير صالحة . وتم استخدام أكثر من أسلوب لسحب مفردات العينة .

- استخدمت العينة المتاحة من الشباب المستخدم للمواقع الالكترونية من المصريين سواء من خلال الاستمارة الالكترونية أو الورقية .
- واستخدم أسلوب العينة العنقودية في تطبيق الاستمارة الإليكترونية والورقية علي عينة الشباب العربي غير المصريين حيث تم توزيعها على عدد من طلاب الجامعات العرب – الوافدين وهم بدورهم قاموا بتوزيعها لعدد أكبر من زملائهم في كليات وجامعات مصرية أخرى أو في بلادهم وهكذا حتى اكتمل عدد الاستمارات القابل للتحليل الإحصائى واستبعاد الغير صالح منها.

خصائص عينة الدراسة:

وتشكلت عينة الجامعات المصرية مما يلي: جامعة المنصورة (144 مبحوثًا) من المصريين والوافدين العرب ،وجامعة عين شمس (21 مبحوثًا) وجامعة طنطا (16 مبحوثًا) وجامعة حلوان (10 مبحوثين) وجامعة القاهرة (15 مبحوثا) وجامعة الإسكندرية (8) وجامعة بنها (5 مفردات) وجامعتي الزقازيق والأزهر (بواقع مبحوثين اثنين من كل جامعة) وجامعات أسيوط وكفر الشيخ والدلتا والأمريكية وجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا (بواقع مبحوث واحد من كل جامعة) أما عينة الجامعات العربية فشملت ما يلي: الجامعة الإسلامية بغزة (45 مبحوثًا) وجامعة الأردن (16 مبحوثين) وجامعة اليرموك (3 مبحوثين) وجامعة الكويت (بواقع مبحوثين اثنين) وجامعات مالك والجامعة الاسترالية بالكويت والجامعة الكندية بالكويت والزيتونة وأم درمان وكلية الإسراء الجامعة (بواقع مبحوث واحد من كل جامعة). وقد تم جمع البيانات من طلبة الجامعات المصرية من الشباب المصري والعربي من خلال أداة الاستبيان الورقي المطبوع و الأليكترونى. أما طلبة الجامعات العربية فقد تم جمع أغلب البيانات من خلال إرسال رابط الكتروني للاستمارة بعد تصميمها على موقع جوجل سيرفي Google Survey، واستقبال الردود منهم أومن خلال الإستمارة الورقية.وبالتالى شملت العينة طلاب من كل من دول : مصر – السعودية – العراق – سوريا – الأردن – فلسطين المحتلة _ الكويت – الأمارات – عمان – ليبيا – تونس – السودان .

ويعرض الجدول التالي رقم (1) لتوزيع المبحوثين عينة الدراسة وفق خصائصهم الديموغرافية.

جدول رقم (1)
خصائص عينة الدراسة (ن=300)

خصائص العينة		ك	%
النوع	ذكر	149	%49.7
	أنثى	151	%50.3
السن	من 18 لأقل من 26 سنة	203	%67.7
	من 26 إلى 35 سنة	97	%32.3
المرحلة الدراسية	مرحلة الليسانس أو البكالوريوس	139	%46.4
	مرحلة التمهيدي	40	%13.3
	مرحلة الماجستير	70	%23.3
	مرحلة الدكتوراه	51	%17
الجنسية	مصري	167	%55.7
	عربي	133	%44.3
القطاع الجغرافي	شباب مصري	167	%55.7
	شباب خليجي	45	%15
	شباب شامي	70	%23.3
	شباب شمال أفريقيا	18	%6

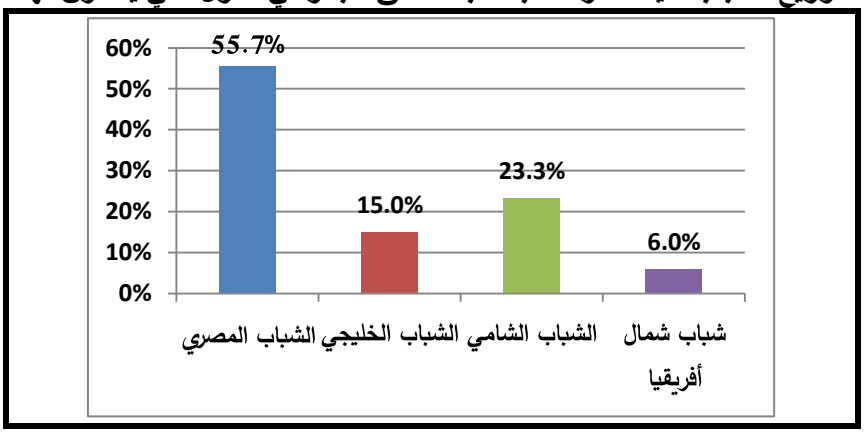
وتتضح الخصائص الديموجرافية للمبحوثين فيما يلي:

- من حيث النوع، بلغت نسبة الذكور ضمن عينة الدراسة 49.7%، على حين بلغت نسبة الإناث 50.3% من إجمالي العينة.
- من حيث السن، بلغت نسبة المبحوثين في الفئة العمرية من 18 لأقل من 26 سنة 67.7%، بينما بلغت نسبة المبحوثين في الفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة 32.3% من إجمالي العينة.
- من حيث المرحلة الدراسية، كانت غالبية العينة بنسبة 46.4% ممن هم في مرحلة الليسانس أو البكالوريوس، يليهم حملة الماجستير بنسبة 23.3%، ثم حملة الدكتوراه بنسبة 17%، وأخيرا من هم في مرحلة التمهيدي بنسبة 13.3% من إجمالي العينة.
- من حيث الجنسية: فقد بلغت نسبة الشباب المصري ضمن عينة الدراسة 55.7%، بينما بلغت نسبة الشباب العربي 44.3% من إجمالي العينة.
- من حيث القطاع الجغرافي: فقد بلغت نسبة الشباب المصري ضمن عينة الدراسة 55.7%، بينما بلغت نسبة الشباب الشامي 23.3%، أما الشباب الخليجي فبلغت نسبتهم 15%، على حين بلغت نسبة شباب شمال أفريقيا 6% من إجمالي العينة.

ويعرض الشكل البياني التالي لتوزيع الشباب عينة الدراسة بحسب النطاق الجغرافي للدول التي ينتمون لها:

شكل رقم (1)

توزيع الشباب عينة الدراسة بحسب النطاق الجغرافي للدول التي ينتمون لها



أدوات جمع البيانات :

استخدمت الدراسة صحيفة الاستبيان لجمع المعلومات والبيانات الأولية من المبحوثين واستخدمت الاستمارة الورقية والالكترونية ، وتم تصميمها في ضوء أهداف الدراسة وفروضها.

تم تطبيق الإستمارة منذ بداية الفصل الدراسى الثانى في يناير2018 إلى مايو 2018 وهى تبدأ بعد إعلان ترامب القرار الأمريكي فى نهاية 2017 و إعلانه نقل السفارة الأمريكية إلي القدس مارس 2018.
وتضم الاستمارة مقاييس الإعتماد والمصداقية للوسائل الالكترونية العربية والعالمية .

مقاييس الدراسة وأساليب القياس المستخدمة:

1) مدى الاعتماد على وسائل الإعلام الإلكترونية:

تم قياسه من خلال سؤال واحد عن مدى الاعتماد على وسائل الإعلام الألكترونية، ويحدد المبحوث موقفه بين ثلاثة بدائل للإجابة هي: اعتمدت عليها بشكل كبير (يحصل من يختارها على 3 درجات، وتشير إلى اعتماد مرتفع) اعتمدت عليها إلى حد ما (يحصل من يختارها على درجتين، وتشير إلى اعتماد متوسط) واعتمدت عليها بشكل محدود (يحصل من يختارها على درجة واحدة، وتشير إلى اعتماد منخفض).

2) مدى الثقة في وسائل الإعلام الإلكترونية:

تم قياسه من خلال سؤال واحد عن مدى الثقة، ويحدد المبحوث موقفه بين ثلاثة بدائل للإجابة هي: أثق بدرجة كبيرة (يحصل من يختارها على 3 درجات، وتشير إلى ثقة مرتفعة) أثق بدرجة متوسطة (يحصل من يختارها على درجتين، وتشير إلى ثقة متوسطة) وأثق بدرجة منخفضة (يحصل من يختارها على درجة واحدة، وتشير إلى ثقة منخفضة).

3) مدى تأثير خصائص الوسيلة: (ألفا كرونباخ=0.754، معامل الصدق الذاتي=0.868)

يتكوَّن هذا المقياس مِن 16 عبارة، يحدد المبحوث موقفه منها على مقياس ثلاثي، بحيث يحصل من يختار تنطبق على تماما 3 درجات، ومن يختار تنطبق على إلى حد ما يحصل على درجتان، ومن يختار لا تنطبق على يحصل على درجة واحدة، وهذا لكل عبارة. والعبارات هي:

1-اسهل في الحصول على المعلومات.
2- تعودت على استعمالها منذ فترة طويلة
3-تقدم معلومات فورية وسرعة التغطية
4-تستخدم فيديوهات مصاحبة للأخبار
5-فيها حرية اكثر في تناول الاحداث

6-تتيح امكانية التعليق على الاحداث
7-تتيح امكانية معرفة المزيد من الاخبار المرتبطة بالحدث من خلال الروابط (اللينكات)
8-التحديث المستمر لما يرتبط بالقرار
9-المتابعة لتطورات القرار
10-التوازن في عرض المعلومات المرتبطة بالقرار
11-تحدث بياناتها حول القرار باستمرار
12-الوسيلة الأسرع والأرخص
13- البث الحي والمباشر للحدث وتداعياته
14-تنشر التاريخ علي المادة المنشورة
15-توجد بها استطلاعات رأي واستبيانات للجمهور
16-يوجد ارشيف لما سبق نشره

وتراوحت درجات المقياس ككل بين (16: 18) توزعت على النحو التالي:
منخفض (16-26 درجة).
متوسط (27-37 درجة).
مرتفع (38-48 درجة).

4) مدى توافر معايير المصداقية: (ألفا كرونباخ=0.695، معامل الصدق الذاتي=0.833)

يتكوَّن هذا المقياس مِن 32 عبارة، يحدد المبحوث موقفه منها على مقياس ثلاثي، بحيث يحصل من يختار موافق على 3 درجات، ومن يختار محايد يحصل على درجتان، ومن يختار معارض يحصل على درجة واحدة، وهذا في العبارات الإيجابية مع عكس التكويد في العبارات السلبية على النحو المبين تاليا. والعبارات هى:

العبارة	موافق	محايد	معارض
أبرزت الدور المصري في طرح القرار للتصويت ضده في الأمم المتحدة	3	2	1
تعتمد في التغطية على مراسليها	3	2	1
تعتمد على مصادر اخبار متخصصة	3	2	1
تعرض الاحداث بدقة	3	2	1
خبرتي السابقة معها انها اكثر مصداقية	3	2	1
الانترنت وسيلتي الاولى في الحصول على المعلومات	3	2	1
تعرض كل وجهات النظر المرتبطة بالقضية	3	2	1
قدمت القرار بدون تحريف	3	2	1
نقلت ردود الأفعال المختلفة من القرار دون تحيز	3	2	1
نقلت المبررات الأمريكية وردود الفعل العربية والعالمية	3	2	1
المحررون يكتبون بريدهم الإلكتروني كفرصة للتواصل	3	2	1
تستخدم ادلة وشواهد لدعم جانب من الحدث	1	2	3
تستخدم احصائيات وارقام لتأكيد الحدث	3	2	1

العبارة	موافق	محايد	معارض
تعتمد على التهويل والمبالغة بشأن القرار	1	2	3
تعتمد علي الأخبار الكاذبة في تغطية القرار	1	2	3
غطت القرار من وجهة نظر واحدة	1	2	3
انتقدت القرار باستخدام شعارات وعبارات حماسية	1	2	3
تنشر اخبار مجهولة المصدر عن القرار	1	2	3
تناولت القرار بما يخدم مصلحة دولتها فقط	1	2	3
غطت القرار بشكل سطحي	1	2	3
اكتفت بنقل التظاهرات الاحتجاجية في بعض العواصم ضد القرار	1	2	3
متعاطفة مع الموقف الفلسطيني	3	2	1
قدمت تحليلات وتعليقات شاملة حول القرار	3	2	1
استخدمت ادلة تاريخية تثبت الحق الفلسطيني	3	2	1
تتضمن تغطيتها أخطاء كثيرة	1	2	3
اعتبرت القرار شأن داخلي بين الدولتين	1	2	3
تدعم تغطيتها للأحداث بمادة فيلمية او صور ووسائط متعددة	3	2	1
تعتمد علي خبراء يدعمون وجهة نظر معينة من القرار	1	2	3
تعتمد علي خبراء ومتخصصون اثق فيهم	3	2	1
تناولت القرار من كل الزوايا والأبعاد والآثار المترتبة عليه	3	2	1
اهتمت بتحليل القرار أكثر من ابداء رأيها في القرار	3	2	1
تناولت القرار بكل حياد ومهنية	3	2	1

وتراوحت درجات المقياس ككل بين (32: 96) توزعت على النحو التالي:
منخفض (32-53 درجة).
متوسط (54-74 درجة).
مرتفع (75-96 درجة).

5) **مدى مصداقية وسائل الإعلام العربية:** (ألفا كرونباخ=0.749، معامل الصدق الذاتي=0.865)

تم قياسها من خلال مقياس التميز الدلالي بدرجات من 1 إلى 5، بحيث يعبر الرقم الأكبر (5) يمثل أعلى درجات الاتصاف بالصفة الإيجابية، بينما يمثل الرقم الأقل (1) أقل درجات الاتصاف بالصفة الإيجابية. والصفات هي:

موضوعية	متحيزة
شاملة	جزئية
متعمقة	سطحية
دقيقة	غير دقيقة
واقعية	مبالغة
واضحة	غامضة

وتراوحت درجات المقياس ككل بين (6: 30) توزعت على النحو التالي:
منخفض (6-13 درجة).
متوسط (14-22 درجة).
مرتفع (23-30 درجة).

6) **مدى مصداقية وسائل الإعلام العالمية:** (ألفا كرونباخ=0.778، معامل الصدق الذاتي=0.882)

تم قياسها من خلال مقياس التميز الدلالي بدرجات من 1 إلى 5، بحيث يعبر الرقم الأكبر (5) يمثل أعلى درجات الاتصاف بالصفة الإيجابية، بينما يمثل الرقم الأقل (1) أقل درجات الاتصاف بالصفة الإيجابية. والصفات هي:

موضوعية	متحيزة
شاملة	جزئية
متعمقة	سطحية
دقيقة	غير دقيقة
واقعية	مبالغة
واضحة	غامضة

وتراوحت درجات المقياس ككل بين (6: 30) توزعت على النحو التالي:
منخفض (6-13 درجة).
متوسط (14-22 درجة).
مرتفع (23-30 درجة).

7) تأثيرات وسائل الإعلام الإلكترونية العربية والعالمية:

تم تقسيم التأثيرات إلى ثلاثة مجموعات جرى قياس كل منها على النحو التالي:

1- **تأثيرات سلوكية** (ألفا كرونباخ=0.842، معامل الصدق الذاتي=0.917)

يتكوَّن هذا المقياس مِن 11 عبارة، يحدد المبحوث موقفه منها على مقياس ثلاثي، بحيث يحصل من يختار موافق على 3 درجات، ومن يختار محايد يحصل على درجتان، ومن يختار معارض يحصل على درجة واحدة، وهذا لكل عبارة. والعبارات هى:

1- أصبحت يمكنني مناقشة القرار مع زملائي
2- يمكنني المشاركة في ندوات عن القرار
3- أدعو الي حملات للتنديد بالقرار
4- أؤيد الموقف المصري في طرح القرار الأمريكي للتصويت علي أدانته في مجلس الامن
5- أؤيد الموقف العربي من خلال الجامعة العربية
6- شاركت في احتجاجات منددة بالقرار الامريكي
7- أشارك في أدانة القرار الأمريكي علي الفيس بوك وتويتر
8- أقوم بعمل مشاركة لمواد رافضة بالقرار الأمريكي علي الإنترنت
9- أكتب تعليقات تندد بقرار الأمريكي علي الانترنت
10- أقوم بعمل مشاركة للفيديوهات عن الاعتداءات الإسرائيلية في الاراضي المحتلة
11-أتفق مع كثير من مما نشر علي المواقع الاخبارية العربية عن القرار

وتراوحت درجات المقياس ككل بين (11: 33) توزعت على النحو التالي:

منخفض (11-18 درجات).
متوسط (19-25 درجة).
مرتفع (26-33 درجة).

2- تأثيرات معرفية (ألفا كرونباخ=0.842، معامل الصدق الذاتي=0.917)

يتكوَّن هذا المقياس مِن 4 عبارات، يحدد المبحوث موقفه منها على مقياس ثلاثي، بحيث يحصل من يختار موافق على 3 درجات، ومن يختار محايد يحصل على درجتان، ومن يختار معارض يحصل على درجة واحدة، وهذا لكل عبارة. والعبارات هى:

1- أضافت الي أبعاد عن القضية لم أكن اعرفها
2- زادت معلوماتي عن الإدارة الامريكية وعلاقتها بالعرب
3-تعرفت علي موقف العديد من الدول الاوروبية حول القرار
4-تعرفت علي المواقف العربية حول القرار

وتراوحت درجات المقياس ككل بين (4: 12) توزعت على النحو التالي:
منخفض (4-6 درجات).
متوسط (7-9 درجات).
مرتفع (10-12 درجة).

3- **تأثيرات وجدانية** (ألفا كرونباخ=0.749، معامل الصدق الذاتي=0.865)

يتكوَّن هذا المقياس مِن عبارتين، يحدد المبحوث موقفه منها على مقياس ثلاثي، بحيث يحصل من يختار موافق على 3 درجات، ومن يختار محايد يحصل على درجتان، ومن يختار معارض يحصل على درجة واحدة، وهذا لكل عبارة. والعبارات هي:

1-زاد تعاطفي مع الفلسطينيين
2-أشعر بالغضب نحو ما يكتب عن القرار الامريكي في المواقع الاجنبية

وتراوحت درجات المقياس ككل بين (2: 6) توزعت على النحو التالي:
منخفض (2-3 درجات).
متوسط (4 درجات).
مرتفع (5-6 درجات).

وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل

اختبارا الصدق والثبات :

1- **اختبار الصدق من خلال** : تصميم الاستمارة تصميم محكم مرتبط بأهداف الدراسة وفروضها وإطارها النظرى ، وتم عرض الاستمارة على عدد من

أساتذة الإعلام(*) لتحكيمها ومراجعة الأسئلة وأنها تقيس بالفعل ما استهدفت قياسه وهو المعروف بالصدق الظاهرى للاستمارة .

2- **اختبار الثبات** : تم إعادة تطبيق (10%) من صحف الاستبيان بعد ثلاثة أسابيع من تطبيقها من نفس عينة الدراسة وكان معامل الثبات للباحثة في المرتين (90%) مما كان مؤشراً لصلاحية الاستمارة .

المعالجة الإحصائية للبيانات(*):

بعد الانتهاء من جمع البيانات اللازمة للدراسة، تم إدخالها -بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم SPSS اختصاراً لـ: Statistical Package for the Social Sciences (Version 23)، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

الوزن المرجح الذي يحسب بضرب التكرارات بوزن معين يقرره الباحث بناءً على عدد المراتب في السؤال، ثم تجمع نتائج الضرب لكل بند للحصول على مجموع الأوزان المرجحة وتحسب النسب المئوية لبنود الأسئلة كلها.

معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio). وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.4 ، ومتوسطة ما بين 0.4-0.7 ، وقوية إذا بلغت 0.7 فأكثر.

اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

تحليل التباين ذو البعد الواحد (One way Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

القرار الأمريكي بشأن القدس :

في 2017/12/5 اعترفت الإدارة الأمريكية إدارة الرئيس دونالد ترامب رسمياً بالقدس عاصمة لإسرائيل وأضاف ترامب أن وزارة الخارجية الأمريكية ستبدأ عملية بناء سفارة أمريكية جديدة في القدس(50) .

* قام بإدخال البيانات وإجراء المعالجة الإحصائية أ. **محمود زكي** الباحث الإحصائي بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

الخميس 2017/12/21 عقدت الجمعية العامة للأمم المتحدة جلسة طائرة للتصويت على قرار يدين اعتراف واشنطن بالقدس عاصمة لإسرائيل وسط تهديد أمريكى شديد اللهجة لمن يصوتون مع القرار(51) .

وكانت قد بدأت مئات الألوف من الفلسطينيين بالانطلاق من جميع المساجد من مختلف محافظات فلسطين رفضاً لإعلان الرئيس الأمريكي الاعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل ووقوع عشرات الإصابات ، واندلعت مواجهات عنيفة بين الشباب الفلسطيني وقوات الاحتلال الإسرائيلي في مناطق القدس والضفة الغربية(52) .

وأثار القرار الأمريكي موجة من الغضب العالمى والعربى والإسلامى .

وعقد اجتماع وزارى طارئ في جامعة الدول العربية للتباحث بشأن مستجدات الأحداث.

ورفضت غالبية قادة العالم قرار ترامب بالاعتراف بالقدس كعاصمة لإسرائيل مثل بريطانيا ، إيطاليا ، ألمانيا ، وفرنسا ، كما وجه البابا فرنسيس نداء يدعو إلى احترام جميع الدول لاحترام "الوضع الراهن" للمدينة وحثت الصين على توخى الحذر إذاء التصعيد المحتمل للتوترات في الشرق الأوسط : (53) المواقف المختلفة.

(1) مجلس الأمن:

وعقد مجلس الأمن التابع للأمم المتحدة اجتماعاً طارئاً في 7 ديسمبر حيث أن 14 عضواً من أصل 15 اعترضوا على قرار ترامب . وقال مجلس الأمن إن قرار الاعتراف بالقدس كان انتهاكاً لقرارات الأمم المتحدة ، وكان طلب الاجتماع الطارئ قد قدم من قبل كل من بوليفيا ومصر وبريطانيا وفرنسا وإيطاليا والسنغال والسويد وأوروجواى .

وأدانت في الاجتماع الطارئ العديد من الدول القرار الأمريكي منها إيطاليا واليابان وبريطانيا وفرنسا والسويد .

وفى ديسمبر 2017 كانت قد صوتت 151 دولة من أعضاء الجمعية العامة للأمم المتحدة على رفض العلاقات الإسرائيلية بالقدس ، وصوتت ست دول ضد القرار وامتنعت تسعة دول عن التصويت .

كما تقدمت مصر بمشروع قرار في مجلس الأمن يدين اعتراف الولايات المتحدة بالقدس عاصمة لإسرائيل وسط موافقة بقية الأعضاء في المجلس ، بينما استخدمت الولايات المتحدة حق النقض (الفيتو) ضد مشروع القرار .

(2) الاتحاد الأوروبى :

وأكدت ممثلة السياسة الخارجية في الاتحاد الأوروبى فيديريكا موغيرينى أن جميع حكومات الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبى متحدة حول قضية القدس ،

وأكدت مجدداً إلتزامها بدولة فلسطينية عاصمتها القدس الشرقية ، وذكرت أنه لا ينبغي نقل السفارة إلى القدس في حين أن الوضع النهائي للمدينة متنازع عليه .

وأن ضم إسرائيل للقدس الشرقية يعتبر انتهاكاً للقانون الدولى بموجب قرار صادر عن مجلس الأمن التابع للأمم المتحدة الصادر 1980 وأعلنت موغيرينى في 2017/2/11 أن الدول الأوروبية لن تنقل سفاراتها إلى القدس .

(3) العالم الإسلامي :

أبلغت مصر الرئيس الفلسطيني رفضها لقرار ترامب وأية آثار مترتبة عليه واعترضت على اتخاذ تدابير من شأنها تقويض فرص السلام في الشرق الأوسط .

وحذر شيخ الأزهر من "اتجاه بعض الدول إلى نقل سفارتها إلى القدس" وان ذلك يعنى "فتح أبواب جهنم على الغرب قبل الشرق" .

ونظم الأزهر الشريف 17-2018/12/18 في القاهرة مؤتمر تحت شعار "مؤتمر الأزهر العالمى لنصرة القدس" بمشاركة عربية وإسلامية ودولية رفيعة ، وحضور ممثلين من 86 دولة ودعا شيخ الأزهر إلى اعتبار عام 2018 هو عاماً للقدس الشريف في كل العالم الإسلامي لمواجهة المخططات الدولية التي تهدف إلى تهويدها ولتقسيم المنطقة بأكملها .

وتوالت ردود الأفعال العربية الرافضة للقرار فرفضته الأردن واعتبرته يمثل خرقاً لقرارات الشرعية الدولية وميثاق الأمم المتحدة التي تؤكد أن وضع القدس يتقرر بالتفاوض .

وجاء في بيان صادر عن الديوان الملكى السعودى أن القرار "غير مبرر وغير مسئول" واحتجت المغرب على القرار ببرقية إلى الرئيس الأمريكي وأعربت عن رفضها للقرار وكذلك العراق ولبنان وغيرها من الدول العربية والإسلامية .

كذلك أدانت المنظمات العالمية القرار منظمة التعاون الإسلامي ، اللجنة العربية لحقوق الإنسان ، رابطة علماء المسلمين ، الاتحاد العالمى لعلماء المسلمين ، اتحاد علماء أفريقيا ، وغيرها من المنظمات والهيئات الدولية الإسلامية .

واندلعت المظاهرات الرافضة للقرار في العديد من العواصم العربية والعالمية احتجاجا على القرار في المدن الفلسطينية والقاهرة والأردن ومخيمات اللاجئين في بيروت ، والخرطوم ، ولاهور وكراتشى ، وتونس ، وطهران وغيرها من العواصم .

ومع ذلك أعلنت بعض الدول دعمها للقرار ففي 5 مارس 2018 قرر رئيس جواتيمالا نقل سفارة دولته من تل أبيب إلى القدس ، إذ كانت واحدة من تسع دول أيدت القرار في الأمم المتحدة .

هذا القرار صحبه أيضاً تأييد إسرائيلى فقد جاء في بيان إسرائيلى أن القرار "حدث تاريخى" ويعكس التزام ترامب بتعهداته وأشاد بنيامين نيتنياهو بالقرار وأنه "شجاع وعادل" وطالب بقية دول العالم بالاقتداء بأمريكا ونقل سفاراتها من تل أبيب إلى القدس المحتلة .

كما شجبت كوريا الشمالية قرار الرئيس الأمريكي ، كما رفضته كندا وغيرها .

وجدير بالذكر أنه فى 2017/5/14 كانت روسيا قد نشرت في صحيفة وول ستريت جورنال اعترافها بالقدس عاصمة لإسرائيل وتساءلت لماذا لم تفعل الولايات المتحدة الأمريكية ؟

وفى 14 مايو 2018 نقلت الولايات المتحدة الأمريكية سفارتها من تل أبيب إلى القدس بالفعل .

تشريع سفارة القدس لعام 1995 :

وتعود خلفية القرار الأمريكي إلى ما يعرف بـ"تشريع سفارة القدس" الصادر عام 1995 وهو تشريع أقره الكونجرس الأمريكي في دورته رقم 104 في 23 أكتوبر 1995 ، حيث يعبر بصراحة عن رغبة الولايات المتحدة بنقل سفارتها في إسرائيل إلى القدس بدلاً من تل أبيب والإعتراف بالقدس كعاصمة للدولة العبرية وذلك في موعد أقصاه مايو 1999 .

ويزعم التشريع أن إسرائيل عملت على توحيد القدس بعد أن كانت مقسمة كما يذكر أن القانون الدولى يكفل لكل دولة تحديد عاصمتها وفى هذا السياق أعلنت إسرائيل منذ 1950 القدس عاصمة أبدية لها . وجعلها مقراً لكل مؤسساتها الوزارية والإدارية وبينها مقر الرئيس والبرلمان والمحكمة العليا ، كما أنها مركز للديانة اليهودية ، وتعتبر مدينة مقدسة بالنسبة لأعضاء ديانات أخرى ، ولضمان تنفيذ القرار فرض الكونجرس عقوبات على الجهات التنفيذية في حال فشلت في اتخاذ مثل هذه القرارات ضمن الموعد المذكور ، وقد حصل القرار على موافقة أغلبية أعضاء الكونجرس فكانت نتائج التصويت 93 صوت مقابل 5 أصوات ضده ، وفى تصويت مجلس النواب وافق عليه 374 صوت مقابل 37 صوت ضده .

ولقد وعد عشرون رئيساً ومرشحاً ومسئولاً في مجلس الشيوخ الأمريكي بنقل السفارة الأمريكية من تل أبيب إلى القدس ، ولكن هذا القرار يسمح للرئيس الأمريكي بتأجيل تطبيقه كل 6 أشهر ، وهذا ما فعله الرؤساء الأمريكان منذ 1995 . إلى أن قرر الرئيس الأمريكي دونالد ترامب في 6 ديسمبر 2017 الاعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل ونقل سفارة الولايات المتحدة الأمريكية إلى القدس في خطوة أدانها المجتمع الدولى والدول الإسلامية والعربية والفلسطينيون(54)

نتائج الدراسة الميدانية:

جدول رقم (2)

مدى متابعة الشباب الجامعي المصري والعربي للأحداث الجارية المختلفة

الشباب / مدى متابعة الأحداث الجارية		المصري (ن=167)		العربي (133)		الإجمالي (300)	
		ك	%	ك	%	ك	%
المحلية (في بلدك)	مرتفع	103	%61.7	78	%58.6	181	%60.3
	متوسط	23	%13.8	37	%27.8	60	%20
	منخفض	41	%24.6	18	%13.5	59	%19.7
العربية	مرتفع	51	%30.5	112	%84.2	163	%54.3
	متوسط	89	%53.3	15	%11.3	104	%34.7
	منخفض	27	%16.2	6	%4.5	33	%11
العالمية	مرتفع	49	%29.3	51	%38.3	100	%33.3
	متوسط	78	%46.7	62	%46.6	140	%46.7
	منخفض	40	%24	20	%15	60	%20

توضح بيانات الجدول رقم (2) مدى متابعة الشباب الجامعي المصري والعربي للأحداث الجارية المختلفة، حيث تم تصنيف المبحوثين بحسب درجاتهم على مقياس المتابعة إلى ثلاثة درجات هم مرتفعو المتابعة ومتوسطو المتابعة ومنخفضو المتابعة.

ففيما يخص متابعة الأحداث المحلية كانت غالبية الشباب محل الدراسة بنسبة 60.3% من كثيفي التعرض لها، وهو ما يتسق مع كون هذه الأحداث تقع في المحيط الذى يعيش فيه الأفراد ويمارسون فيه حياتهم اليومية، ومن ثم فهي أحداث قادرة على فرض نفسها على أجندة اهتمامات المبحوثين. بينما جاء في الترتيب الثاني المبحوثين متوسطى التعرض بنسبة 20%، يليهم مباشرة المبحوثين منخفضى التعرض بنسبة 19.7% من إجمالي عينة الدراسة. وقد زادت نسبة متابعة هذه الأحداث المحلية بين الشباب المصري لتبلغ نسبة كثيفو التعرض لها بينهم 61.7%، بينما بلغت نسبة كثيفو التعرض للأحداث المحلية 58.6% من إجمالي الشباب العربي غير المصري.

أما عن متابعة الأحداث العربية فأيضًا كانت غالبية الشباب محل الدراسة بنسبة 54.3% من كثيفى التعرض لها، يليهم من حيث العدد المبحوثين متوسطى التعرض بنسبة 34.7%، ثم أخيرًا المبحوثون منخفضى التعرض بنسبة 11% من إجمالي عينة الدراسة. وعلى مستوى كل مجموعة من مجموعتي العينة على حدة، فقد بلغت نسبة الشباب العربي كثيف التعرض للأحداث العربية 84.2% مقارنة بما نسبة 30.5% من إجمالي الشباب المصري ممن أمكن تصنيفهم مرتفعى التعرض. وتعنى هذه النتيجة ارتفاع كثافة متابعة الأحداث العربية لدى الشباب العربي، وهو ما يمكن تفسيره بأن هؤلاء الشباب المنتمون إلى جنسيات عربية مختلفة كانوا -بحكم شواغل

الشأن الوطني- الأكثر اهتمامًا ومن ثم متابعة للأحداث التي ترتبط بالدول التي وفدوا منها أو يعيشون فيها.

أما عن متابعة الأحداث العالمية فأيضًا كانت أكثرية الشباب محل الدراسة بنسبة 46.7% من متوسطى التعرض لها، يليهم من حيث العدد المبحوثين مرتفعى التعرض بنسبة 33.3%، ثم أخيرًا المبحوثون منخفضى التعرض بنسبة 20% من إجمالي عينة الدراسة. وعلى مستوى كل مجموعة من مجموعتي العينة على حدة فلم يختلف الحال كثيرًا عنه على مستوى العينة ككل، فقد كانت أكثرية المبحوثين داخل كل مجموعة من متوسطى التعرض، حيث بلغت نسبة الشباب المصري متوسط التعرض للأحداث العالمية 46.7% العربي كما بلغت نسبة الشباب العربي متوسط التعرض للأحداث العالمية 46.6%. بينما جاء المبحوثون كثيفى التعرض في الترتيب الثاني بنسبة 38.8% من إجمالي عينة الشباب العربي غير المصري وبنسبة 29.3% من إجمالي عينة الشباب المصري.

هكذا يتضح إجمالاً أن الأحداث الجارية المحلية جاءت في صدارة اهتمامات الشباب المصري والعربي على السواء من حيث المتابعة والتعرض، تليها الأحداث الجارية العربية، بينما تأخرت الأحداث الجارية العالمية إلى الترتيب الأخير للمتابعة لدى كل من الشباب المصري والعربي عينة الدراسة.

جدول رقم (3)

ترتيب وسائل الإعلام حسب درجة أهميتها لدى المبحوثين بالأوزان المرجحة

الشباب / ترتيب الوسائل	المصري	العربي	الإجمالي
مواقع التواصل الاجتماعي	%31.4	%25.8	%30.4
المواقع الإلكترونية الإخبارية	%24.6	%27.6	%26.5
التطبيقات الإخبارية على الهاتف المحمول	%19.8	%18.5	%19.3
المواقع الالكترونية الصحفية	%18.8	%19.9	%18.2
القنوات التلفزيونية	%2.9	%3.5	%3
الصحف المطبوعة	%1.5	%4.5	%1.9
المحطات الإذاعية	%1	%0.2	%0.7

تُظهر بيانات الجدول رقم (3) ترتيب وسائل الإعلام حسب درجة أهميتها لدى المبحوثين، وهى الأهمية التي قيست من خلال الأوزان المرجحة لهذه الوسائل بحيث يمثل الوزن المرجح لكل وسيلة ترتيبها لدى المبحوث مضروبًا في قيمة كمية تتفق مع هذا الترتيب، وصولاً إلى رقم مئوي يعبر عن هذه الأهمية.

وقد جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول من حيث الأهمية لدى الشباب عينة الدراسة بوزن مرجح 30.4%، تليها المواقع الإلكترونية الإخبارية بوزن مرجح 26.5%، ثم في الترتيب الثالث التطبيقات الإخبارية على الهاتف المحمول بوزن مرجح 19.3%، ثم الصحف الإلكترونية بوزن مرجح 18.2%، بينما لم يزد الوزن المرجح لأهمية القنوات التلفزيونية عن 3% والصحف المطبوعة عن 1.9% والمحطات الإذاعية عن 0.7%.

وعلى مستوى كل مجموعة من مجموعتي العينة على حدة فلم يختلف الحال كثيرًا عنه على مستوى العينة ككل، فقد جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول من حيث الأهمية لدى الشباب المصري عينة الدراسة بوزن مرجح 31.4%، تليها المواقع الإلكترونية الإخبارية بوزن مرجح 24.6%، ثم في الترتيب الثالث التطبيقات الإخبارية على الهاتف المحمول بوزن مرجح 19.8%، ثم الصحف الإلكترونية بوزن مرجح 18.8%. أما لدى الشباب العربي غير المصري فقد جاءت في الترتيب الأول لديهم المواقع الإلكترونية الإخبارية بوزن مرجح 27.6%، تليها مواقع التواصل الاجتماعي بوزن مرجح 25.8%، ثم في الترتيب الثالث الصحف الإلكترونية بوزن مرجح 19.9%، ثم التطبيقات الإخبارية على الهاتف المحمول بوزن مرجح 18.5%.

تعني هذه النتيجة بوضوح أن وسائل الإعلام الإلكترونية (مواقع التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية الإخبارية، والتطبيقات الإخبارية على الهاتف المحمول، والصحف الإلكترونية) لها أهمية مرتفعة للغاية لدى الشباب المصري والعربي مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية (القنوات التلفزيونية، والصحافة المطبوعة والمحطات الإذاعية) عند متابعة الأحداث الجارية.وهي تتفق مع دراسات عديدة أثبتت نتائجها تقدم وسائل الإعلام الأليكترونية لدى المبحوثين علي اختلاف نوعية المواقع باختلاف طبيعة الدراسة واختلاف الجمهور عينة الدراسة مثل دراسة سلمى السيد أحمد الشعراوى (2015)**(55)** ، ودراسة ريهام أحمد الحبيبى (2014) **(56)** ،بينما اختلفت مع دراسة خالد صلاح الدين حسن على (2006)**(57)** .

جدول رقم (4)

درجة متابعةالمبحوثين للأحداث الجارية من خلال الصحف والمجلات الورقية

الشباب / درجة المتابعة		المصري (ن=167)		العربي (133)		الإجمالي (300)	
		ك	%	ك	%	ك	%
المحلية	مرتفع	21	12.6	19	%14.3	40	%13.3
	متوسط	19	%11.4	25	%18.8	44	%14.7
	منخفض	127	%76	89	%66.9	216	%72
العربية	مرتفع	11	%6.6	8	%6	19	%6.3
	متوسط	9	%5.4	22	%16.5	31	%10.3
	منخفض	147	%88	103	%77.4	250	%83.3
العالمية	مرتفع	1	%0.6	2	%1.5	3	%1
	متوسط	15	%9	8	%6	23	%7.7
	منخفض	151	%90.4	123	%92.5	274	%91.3

تكشف بيانات الجدول رقم (4) درجة متابعة الأحداث الجارية من خلال الصحف والمجلات الورقية، حيث تم أيضًا تصنيف المبحوثين بحسب درجاتهم على مقياس المتابعة إلى ثلاثة درجات هم مرتفعو المتابعة ومتوسطو المتابعة ومنخفضو المتابعة.

ففيما يخص متابعة الأحداث المصرية كانت غالبية الشباب محل الدراسة بنسبة 72% من منخفضى التعرض لها، وهى نسبة مرتفعة تعكس العزوف الملحوظ فعليا والمرصود بحثيًّا من جانب الشباب عن قراءة الصحف المطبوعة كجزء من مشهد إعلامي عام انخفضت فيه أرقام توزيع الصحف المطبوعة ككل. بينما جاء في الترتيب الثاني المبحوثين متوسطو التعرض بنسبة 14.7%، يليهم مباشرة المبحوثين مرتفعو التعرض للأحداث المحلية عبر الصحف والمجلات الورقية بنسبة 13.3% من إجمالي عينة الدراسة. وعلى مستوى كل مجموعة من مجموعتي الدراسة فقد كان الوضع مطابقًا لما هو عليه على مستوى عينة الشباب ككل؛ فقد بلغت نسبة منخفضو التعرض للأحداث المحلية عبر الصحف المطبوعة 76% من إجمالي الشباب المصري و66.9% من إجمالي الشباب العربي غير المصري.

أما عن متابعة الأحداث العربية فأيضًا كانت الغالبية الكبرى من الشباب محل الدراسة بنسبة 83.3% من منخفضو التعرض لها، يليهم من حيث العدد المبحوثين متوسطو التعرض بنسبة 10.3%، ثم أخيرًا المبحوثون مرتفعو التعرض للأحداث العربية عبر الصحف والمجلات الورقية بنسبة 6.3% من إجمالي عينة الدراسة. وقد تطابق الوضع على مستوى كل مجموعة من مجموعتي الدراسة مع ما هو عليه على مستوى عينة الشباب ككل؛ فقد بلغت نسبة منخفضو التعرض للأحداث العربية عبر الصحف المطبوعة 88% من إجمالي الشباب المصري و77.4% من إجمالي الشباب العربي غير المصري. ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء عنصر "الإتاحة" أي إمكانية الوصول للنسخ المطبوعة من الصحف العربية، فعلى الرغم من وصول هذه الصحف إلى مصر يوميًا لكن أعدادها ومناطق توزيعها يجعل الوصول إليها ليس بالأمر السهل على كل من الشباب المصري والعربي.

أما عن متابعة الأحداث العالمية فأيضًا كانت الغالبية العظمي من الشباب محل الدراسة بنسبة 91.3% من منخفضو التعرض لها، يليهم من حيث العدد بفارق كبير المبحوثين متوسطو التعرض بنسبة 7.7%، ثم حل أخيرًا المبحوثون مرتفعو التعرض للأحداث العربية عبر الصحف والمجلات الورقية بنسبة 1% من إجمالي عينة الدراسة. وعلى مستوى كل مجموعة من مجموعتي العينة على حدة فلم يختلف الحال عنه على مستوى العينة ككل، فقد كانت الغالبية العظمي من المبحوثين داخل كل مجموعة من منخفضى التعرض، حيث بلغت نسبة الشباب المصري منخفض التعرض للأحداث العالمية 90.4%، كما بلغت نسبة الشباب العربي متوسط التعرض للأحداث العالمية 92.5%. بينما جاء المبحوثون متوسطو التعرض في الترتيب الثاني بنسبة 9% من إجمالي عينة الشباب العربي غير المصري وبنسبة 6% من إجمالي عينة الشباب المصري.

هذه النتيجة بالإضافة إلى ما تكشفه من انخفاض معدلات التعرض للصحف والمجلات الورقية بين الشباب المصري والعربي على السواء فهي تعكس أن النطاق الجغرافي لوقوع الأحداث محدد مهم لأهمية الأخبار لدى المبحوثين ومن ثم متابعتهم

لها؛ فقد حظيت الأحداث المحلية (الأقرب جغرافيًّا) بمتابعة أكبر من جانب المبحوثين مقارنة بالأحداث العالمية (الأبعد جغرافيًّا).

جدول رقم (5)

درجة متابعة الأحداث الجارية من خلال القنوات التلفزيونية

الشباب / درجة المتابعة		المصري (ن=167)		العربي (133)		الإجمالي (300)	
		ك	%	ك	%	ك	%
المحلية	مرتفع	25	%15	21	%15.8	46	%15.3
	متوسط	72	%43.1	49	%36.8	121	%40.3
	منخفض	70	%41.9	63	%47.4	133	%44.4
العربية	مرتفع	12	%7.2	28	%21.1	40	%13.3
	متوسط	41	%24.6	42	%31.6	83	%27.7
	منخفض	114	%68.2	63	%47.3	177	%59
العالمية	مرتفع	1	%0.6	4	%3	5	%1.7
	متوسط	8	%4.8	12	%9	20	%6.7
	منخفض	158	%94.6	117	%88	275	%91.6

تكشف بيانات الجدول رقم (5) درجة متابعة الأحداث الجارية من خلال القنوات التلفزيونية، حيث تم أيضًا تصنيف المبحوثين بحسب درجاتهم على مقياس المتابعة إلى ثلاثة درجات هم مرتفعو المتابعة ومتوسطو المتابعة ومنخفضو المتابعة.

ففيما يخص متابعة الأحداث المحلية كانت أكثرية الشباب محل الدراسة بنسبة 44.4% من منخفضو التعرض لها، ما يعني انخفاض مدى متابعة الأحداث المصرية عبر القنوات التلفزيونية. بينما جاء في الترتيب الثاني المبحوثين متوسطو التعرض بنسبة 40.3%، يليهم مباشرة المبحوثين مرتفعو التعرض للأحداث المصرية من خلال القنوات التلفزيونية بنسبة 15.3% من إجمالي عينة الدراسة. وعلى مستوى كل مجموعة من مجموعتي الدراسة فلم يختلف الحال كثيرًا عنه على مستوى عينة الشباب ككل؛ فقد بلغت نسبة منخفضو التعرض للأحداث المصرية عبر القنوات التلفزيونية 47.4% من إجمالي الشباب العربي غير المصري، يليهم متوسط التعرض بنسبة 36.8%. بينما بلغت نسبة متوسطو التعرض للأحداث المصرية عبر القنوات التلفزيونية 43.1% من إجمالي الشباب المصري، يليهم منخفضو التعرض بنسبة 41.9%

أما عن متابعة الأحداث العربية فأيضًا كانت الغالبية الكبرى من الشباب محل الدراسة بنسبة 59% من منخفضو التعرض لها، يليهم من حيث العدد المبحوثين متوسطو التعرض بنسبة 27%، ثم أخيرًا المبحوثون مرتفعو التعرض للأحداث العربية من خلال القنوات التلفزيونية بنسبة 13.3% من إجمالي عينة الدراسة. وقد تطابق الوضع على مستوى كل مجموعة من مجموعتي الدراسة مع ما هو عليه على مستوى عينة الشباب ككل؛ فقد بلغت نسبة منخفضو التعرض للأحداث العربية من

خلال القنوات التلفزيونية 68.2% من إجمالي الشباب المصري و47.3% من إجمالي الشباب العربي غير المصري. ويُلاحظ أن الشباب العربي كان أكثر تعرضًا للأحداث العربية من خلال القنوات التلفزيونية مقارنة بالشباب المصري، حيث زادت لديهم نسب متابعة قنوات العربية السعودية ورؤيا (الأردنية) والفلسطينية والليبية والعراقية والسورية.

أما عن متابعة الأحداث العالمية فأيضًا كانت الغالبية العظمي من الشباب محل الدراسة بنسبة 91.6% من منخفضو التعرض لها، يليهم من حيث العدد بفارق كبير المبحوثون متوسطو التعرض بنسبة 6.7%، ثم حل أخيرًا المبحوثون مرتفعو التعرض للأحداث العربية من خلال القنوات التلفزيونية بنسبة 1.7% من إجمالي عينة الدراسة. وعلى مستوى كل مجموعة من مجموعتي العينة على حدة فلم يختلف الحال عنه على مستوى العينة ككل، فقد كانت الغالبية العظمي من المبحوثين داخل كل مجموعة من منخفض و التعرض، حيث بلغت نسبة الشباب المصري منخفض التعرض للأحداث العالمية 94.6%، كما بلغت نسبة الشباب العربي منخفض و التعرض للأحداث العالمية 88%.

من خلال هذه النتيجة يمكن القول أن القنوات التلفزيونية لم تكن بأفضل حالاً لدى الشباب المصري والعربي عينة الدراسة من الصحف والمجلات المطبوعة؛ فكلاهما وسيلتان انخفضت درجة متابعة المبحوثين للأحداث الجارية من خلالهما.

جدول رقم (6)

درجة متابعةالمبحوثين الأحداث الجارية من خلال **المواقع الإلكترونية الصحفية**

الشباب / درجة المتابعة		المصري (ن=167)		العربي (133)		الإجمالي (300)	
		ك	%	ك	%	ك	%
المحلية	مرتفع	83	%49.7	70	%52.6	153	%51
	متوسط	48	%28.7	29	%21.8	77	%25.7
	منخفض	36	%21.6	34	%25.6	70	%23.3
العربية	مرتفع	45	%26.9	97	%72.9	142	%47.4
	متوسط	39	%23.4	10	%7.5	49	%16.3
	منخفض	83	%49.7	26	%19.6	109	%36.3
العالمية	مرتفع	27	%16.2	47	%35.4	74	%24.7
	متوسط	26	%15.6	49	%36.8	75	%25
	منخفض	114	%68.2	37	%27.8	151	%50.3

تكشف بيانات الجدول رقم (6) درجة متابعة الأحداث الجارية من خلال المواقع الإلكترونية الصحفية، حيث تم أيضًا تصنيف المبحوثين بحسب درجاتهم على مقياس المتابعة إلى ثلاثة درجات هم مرتفعو المتابعة ومتوسطو المتابعة ومنخفضو المتابعة.

ففيما يخص متابعة الأحداث المصرية كانت غالبية الشباب محل الدراسة بنسبة 51% من مرتفعو التعرض لها، ما يعكس ارتفاع مدى متابعة الأحداث المحلية من خلال المواقع الإلكترونية الصحفية. بينما جاء في الترتيب الثاني المبحوثين متوسطو التعرض بنسبة 25.7%، يليهم مباشرة المبحوثين منخفضو التعرض للأحداث المصرية من خلال المواقع الإلكترونية الصحفية بنسبة 23.3% من إجمالي عينة الدراسة. وعلى مستوى كل مجموعة من مجموعتي الدراسة فلم يختلف الحال كثيرًا عنه على مستوى عينة الشباب ككل؛ فقد بلغت نسبة مرتفعو التعرض للأحداث المحلية من خلال المواقع الإلكترونية الصحفية 52.6% من إجمالي الشباب العربي غير المصري، يليهم منخفضو التعرض بنسبة 25.6%. بينما بلغت نسبة مرتفعو التعرض للأحداث المصرية من خلال المواقع الإلكترونية الصحفية 49.7% من إجمالي الشباب المصري، يليهم متوسطو التعرض بنسبة 28.7%

أما عن متابعة الأحداث العربية فأيضًا كانت أكثرية الشباب محل الدراسة بنسبة 47.4% من مرتفعى التعرض لها، يليهم من حيث العدد المبحوثين منخفضو التعرض بنسبة 36.3%، ثم أخيرًا المبحوثون متوسطو التعرض للأحداث العربية من خلال المواقع الإلكترونية الصحفية بنسبة 16.3% من إجمالي عينة الدراسة. أما على مستوى كل مجموعة من مجموعتي الدراسة، فعلى كانت غالبية الشباب العربي بنسبة 72.9% من مرتفعو التعرض للأحداث العربية من خلال المواقع الإلكترونية الصحفية، فقد كانت النسبة الأكبر من الشباب المصري (49.7%) من منخفضو التعرض. ما يعنى أن الشباب العربي كانوا أكثر اهتمامًا بمتابعة الأحداث التي تقع في دولهم مقارنة بالشباب المصري.

أما عن متابعة الأحداث العالمية فأيضًا كانت غالبية الشباب محل الدراسة بنسبة 50.3% من منخفضى التعرض لها، يليهم من حيث العدد المبحوثون متوسطو التعرض بنسبة 25%، ثم حل أخيرًا المبحوثون مرتفعو التعرض للأحداث العالمية من خلال المواقع الإلكترونية الصحفية بنسبة 24.7% من إجمالي عينة الدراسة. وعلى مستوى كل مجموعة من مجموعتي العينة على حدة فلم يختلف الحال كثيرًا عنه على مستوى العينة ككل، فعلى حين كانت غالبية الشباب المصري بنسبة 68.2% من منخفضي التعرض للأحداث العالمية من خلال المواقع الإلكترونية الصحفية، فقد بلغت نسبة متوسطي التعرض بين الشباب العربي غير المصري 36.8%، يليهم مرتفعو التعرض للأحداث العالمية من خلال المواقع الإلكترونية الصحفية بنسبة 35.4%.

وبالتالي فقد ارتفعت نسبة متابعة المواقع الإلكترونية الصحفية لدى الشباب المصري والعربي لاسيما فيما يخص الأحداث الجارية المصرية.

جدول رقم (7)

درجة متابعة الأحداث الجارية من خلال **المواقع الإخبارية**

الشباب / درجة المتابعة		المصري (ن=167)		العربي (133)		الإجمالي (300)	
		ك	%	ك	%	ك	%
المحلية	مرتفع	78	%46.7	69	%51.8	147	%49
	متوسط	50	%29.9	30	%22.6	80	%26.7
	منخفض	39	%23.4	34	%25.6	73	%24.3
العربية	مرتفع	41	%24.6	88	%66.2	129	%43
	متوسط	46	%27.5	29	%21.8	75	%25
	منخفض	80	%47.9	16	%12.0	96	%32
العالمية	مرتفع	23	%13.8	44	%33.1	67	%22.3
	متوسط	24	%14.4	59	%44.4	83	%27.7
	منخفض	120	%71.9	30	%22.6	150	%50

تكشف بيانات الجدول رقم (7) درجة متابعة الأحداث الجارية من خلال المواقع الإخبارية بوجه عام ، حيث تم أيضًا تصنيف المبحوثين بحسب درجاتهم على مقياس المتابعة إلى ثلاثة درجات هم مرتفعو المتابعة ومتوسطو المتابعة ومنخفضو المتابعة.

ففيما يخص متابعة الأحداث المحلية كانت غالبية الشباب محل الدراسة بنسبة 49% من مرتفعو التعرض لها، ما يعكس ارتفاع مدى متابعة الأحداث المحلية من خلال المواقع الإخبارية كما هو الحال في المواقع الإلكترونية الصحفية. بينما جاء في الترتيب الثاني المبحوثون متوسطو التعرض بنسبة 26.7%، يليهم مباشرة المبحوثين منخفضو التعرض للأحداث المحلية من خلال المواقع الإخبارية بنسبة 24.3% من إجمالي عينة الدراسة. وعلى مستوى كل مجموعة من مجموعتي الدراسة فلم يختلف الحال كثيرًا عنه على مستوى عينة الشباب ككل؛ فقد بلغت نسبة مرتفعو التعرض للأحداث المصرية من خلال المواقع الإخبارية 51.8% من إجمالي الشباب العربي غير المصري، يليهم منخفضو التعرض بنسبة 25.6%. بينما بلغت نسبة مرتفعو التعرض للأحداث المصرية من خلال المواقع الإخبارية 46.7% من إجمالي الشباب المصري، يليهم متوسطو التعرض بنسبة 29.9%

أما عن متابعة الأحداث العربية فأيضًا كانت أكثرية الشباب محل الدراسة بنسبة 43% من مرتفعي التعرض لها، يليهم من حيث العدد المبحوثين منخفضو التعرض بنسبة 32%، ثم أخيرًا المبحوثون متوسطو التعرض للأحداث العربية من خلال المواقع الإخبارية بنسبة 25% من إجمالي عينة الدراسة. أما على مستوى كل مجموعة من مجموعتي الدراسة، فعلى كانت غالبية الشباب العربي بنسبة 66.2% من مرتفعو التعرض للأحداث العربية من خلال المواقع الإخبارية، فقد كانت النسبة الأكبر من الشباب المصري (47.9%) من منخفضو التعرض. ما يعنى أن الشباب

العربي كانوا أكثر اهتمامًا بمتابعة الأحداث التي تقع في دولهم من خلال المواقع الإخبارية مقارنة بالشباب المصري.

أما عن متابعة الأحداث العالمية فأيضًا كانت غالبية الشباب محل الدراسة بنسبة 50% من منخفضو التعرض لها، يليهم من حيث العدد المبحوثون متوسطو التعرض بنسبة 27.7%، ثم حل أخيرًا المبحوثون مرتفعو التعرض للأحداث العالمية من خلال المواقع الإخبارية بنسبة 22.3% من إجمالي عينة الدراسة. وعلى مستوى كل مجموعة من مجموعتي العينة على حدة فلم يختلف الحال كثيرًا عنه على مستوى العينة ككل، فعلى حين كانت غالبية الشباب المصري بنسبة 71.9% من منخفضي التعرض للأحداث العالمية من خلال المواقع الإخبارية، فقد بلغت نسبة متوسطي التعرض بين الشباب العربي غير المصري 44.4%، يليهم مرتفعو التعرض للأحداث العالمية من خلال المواقع الإخبارية بنسبة 33.1%.

ومن ثم فقد ارتفعت نسبة متابعة الشباب المصري والعربي للمواقع الإخبارية لاسيما فيما يخص الأحداث الجارية المحلية والعربية بينما انخفضت نوعًا ما نسب متابعة الأحداث العالمية.

جدول رقم (8)

درجة متابعة المبحوثين الأحداث الجارية من خلال **مواقع التواصل الاجتماعي**

الشباب / درجة المتابعة	المصري (ن=167)		العربي (133)		الإجمالي (300)	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفع	112	%67.1	106	%79.7	218	%72.7
متوسط	50	%29.9	25	%18.8	75	%25
منخفض	5	%3	2	%1.5	7	%2.3

توضح بيانات الجدول رقم (8) درجة متابعة الأحداث الجارية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم أيضًا تصنيف المبحوثين بحسب درجاتهم على مقياس المتابعة إلى ثلاثة درجات هم مرتفعو المتابعة ومتوسطو المتابعة ومنخفضو المتابعة. وقد كانت الغالبية العظمي من الشباب عينة الدراسة على اختلاف جنسياتهم بنسبة 72.7% من مرتفعي المتابعة، يليهم بفارق كبير المبحوثون متوسطو التعرض بنسبة 25%، ثم حل أخيرًا المبحوثون منخفضو التعرض بنسبة 2.3% من إجمالي عينة الدراسة.

كذلك على مستوى كل مجموعة من المجموعتين محل الدراسة فلم يختلف الحال عنه على مستوى العينة ككل؛ فقد كانت الغالبية في كل مجموعة بنسبة 67.1% من إجمالي عينة الشباب المصري و79.7% من إجمالي عينة الشباب العربي غير المصري من مرتفعي التعرض.

تعكس هذه النتيجة ارتفاع نسب متابعة الأحداث المختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب المصري والعربي عينة الدراسة. وهو ما يتسق مع ما انتهت إليه عديد الدراسات العربية التي أبرزت الموقع الهام الذي صارت تشغله مواقع التواصل الاجتماعي في عالم اليوم؛ إذ أصبحت مصدرًا إخباريًا شديد الأهمية لكنه يطرح في الوقت نفسه تساؤلات حول موثوقية الأخبار والمواد المتداولة عليه، ومدى ما يمكن أن تحدث من تأثير في متلقيها في ظل غياب الرقابة الفاعلة على هذه المواقع.

جدول رقم (9)
ترتيب أنواع الأحداث التي تعرضها وسائل الإعلام الإلكترونية (العربية والعالمية) حسب درجة أهميتها لدى المبحوثين بالأوزان المرجحة

الشباب / أنواع الأحداث	المصري	العربي	الإجمالي
السياسية	%21.3	%19.5	%20.1
الرياضية	%20.4	%13.2	%17.7
الاجتماعية	%13.8	%17	%16.2
الاقتصادية	%13.9	%16.8	%15.9
الفنية	%16.6	%11.7	%14.9
الثقافية	%8	%10.6	%9
الجرائم والحوادث	%6	%11.2	%6.2

تكشف بيانات الجدول رقم (9) ترتيب أنواع الأحداث التي تعرضها وسائل الإعلام الإلكترونية (العربية والعالمية) حسب درجة أهميتها لدى المبحوثين بالأوزان المرجحة، وهى الأهمية التي قيست أيضًا من خلال الأوزان المرجحة لهذه الوسائل بحيث يمثل الوزن المرجح لكل وسيلة ترتيبها لدى المبحوث مضروبًا في قيمة كمية تتفق مع هذا الترتيب، وصولاً إلى رقم مئوي يعبر عن هذه الأهمية.

وقد جاءت الأحداث السياسية في الترتيب الأول من حيث الأهمية لدى الشباب عينة الدراسة بوزن مرجح 20.1%، تليها الأحداث الرياضية بوزن مرجح 17.7%، ثم في الترتيب الثالث الأحداث الاجتماعية بوزن مرجح 16.2%، ثم الأحداث الاقتصادية بوزن مرجح 15.9%، ثم الأحداث الفنية بوزن مرجح 14.9%، ثم الأحداث الثقافية بوزن مرجح 9%، وأخيرًا جاءت أخبار الجرائم والحوادث بوزن مرجح 6.2%.

وعلى مستوى كل مجموعة من مجموعتي العينة على حدة فلم يختلف الحال كثيرًا عنه على مستوى العينة ككل، فقد جاءت الأحداث السياسية في الترتيب الأول من حيث الأهمية لدى الشباب المصري عينة الدراسة بوزن مرجح 21.3%، تليها الأحداث الرياضية بوزن مرجح 20.4%، ثم في الترتيب الثالث الأحداث الفنية بوزن مرجح 16.6%، ثم الأحداث الاقتصادية بوزن مرجح 13.9%. أما لدى الشباب العربي غير المصري فقد جاءت في الترتيب الأول من حيث الأهمية لدى الشباب

المصري عينة الدراسة الأحداث السياسية بوزن مرجح 19.5%، تليها الأحداث الاجتماعية بوزن مرجح 17%، ثم في الترتيب الثالث الأحداث الاقتصادية بوزن مرجح 16.8% ثم الأحداث الرياضية بوزن مرجح 13.2%.

من هذه النتيجة يمكن القول أن الأحداث السياسية مازالت قادرة على فرض نفسها على أجندة اهتمامات الشباب العربي وإن لم تكن بدرجة مرتفعة كما أشارت دراسات أُجريت في وقت سابق، بينما تقدم ترتيب الأحداث ذات الصفة الرياضية لدى كل من الشباب المصري والعربي على السواء وإن زادت الأهمية نسبيًا لدى الشباب المصري.

جدول رقم (10)
مدى متابعة المبحوثين للقرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل و نقل سفارتها إليها

الشباب / مدى المتابعة	المصري		العربي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	161	%96.4	131	%98.5	292	%97.3
لا	6	%3.6	2	%1.5	8	%2.7
الإجمالي	167	%100	133	%100	300	%100

تعرض بيانات الجدول رقم (10) لمدى متابعة الشباب عينة الدراسة القرار الأمريكي في الاعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل و نقل سفارتها إليها. حيث تم سؤال عينة الدراسة إن كانوا قد تابعوا هذا القرار أم لم يتابعوه.

أشارت الغالبية العظمي من الشباب عينة الدراسة بنسبة 97.3% إلى أنهم تابعوا أخبار هذا القرار، بينما لم تتعد نسبة الشباب المصري والعربي الذين لم يتابعوا أخبار القرار الأمريكى الاعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل عن 2.7% من إجمالي عينة الدراسة.

وعلى مستوى كل مجموعة من مجموعتي العينة على حدة فأيضًا لم يختلف الحال عنه على مستوى العينة ككل، فقد بلغت نسبة الشباب العربي غير المصري الذين تابعوا القرار الأمريكي 98.5%، بينما بلغت نسبة الشباب المصري الذين تباعوا القرار الأمريكي 96.4%.

تعكس هذه النتيجة ارتفاع الوعي لدى الشباب المصري والعربي بالقرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل ونقل سفارتها إليها باعتباره حدثًا استثنائيًا في التاريخ العربي المعاصر. وهو وعي لا يمكن إغفال ضرورته في أي جهد يبتغي توحيد الصف العربي وإقامة حوائط صد عربية تحول دون تنفيذ هذا القرار وتتصدي له بقوي مجتمعية واعية.

جدول رقم (11)
مدى الإعتماد على الوسيلة أو الوسائل المفضلة في متابعة نتائج القرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل و نقل سفارتها إليها

الشباب / مدى الاعتماد	المصري		العربي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
اعتمدت عليها بشكل كبير	98	%60.8	123	%93.9	221	%75.7
اعتمدت عليها إلى حد ما	41	%25.5	6	%4.6	47	%16.1
اعتمدت عليها بشكل محدود	22	%13.7	2	%1.5	24	%8.2
الإجمالي	161	%100	131	%100	292	%100

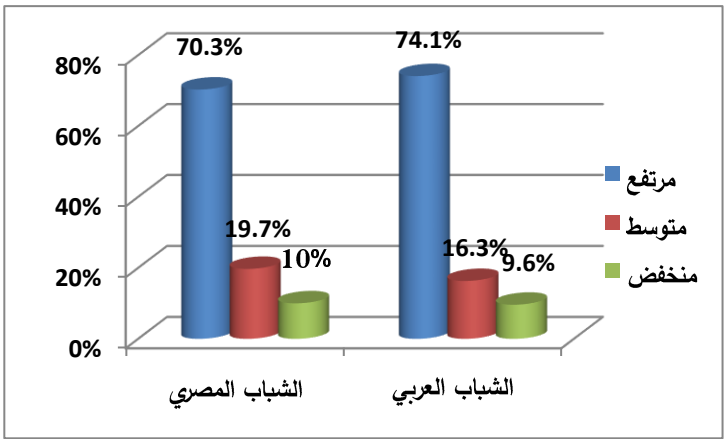
تعرض بيانات هذا الجدول رقم (11) لمدى اعتماد الشباب المصري والعربي عينة الدراسة على الوسيلة أو الوسائل المفضلة في متابعة نتائج القرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل ونقل سفارتها إليها. وتراوحت درجات الاعتماد بين مرتفع (تعبر عنها بشكل كبير) ومتوسط (تعبر عنها إلى حد ما) ومنخفض (تعبر عنها بشكل محدود).

أوضحت الغالبية العظمي من الشباب عينة الدراسة بنسبة 75.7% أنهم اعتمدوا في متابعة نتائج القرار الأمريكي الاعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل على وسائل الاتصال الإلكترونية بشكل كبير، بينما بلغت نسبة من اعتمدوا عليها إلى حد ما 16.1%، على حين لم تزد نسبة المبحوثين الذين اعتمدوا على هذه الوسائل بشكل محدود عن 8.2% من إجمالي عينة الدراسة.

وعلى مستوى كل مجموعة من مجموعتي العينة على حدة فأيضًا لم يختلف الحال عنه على مستوى العينة ككل، فقد كانت الغالبية العظمي من الشباب العربي غير المصري بنسبة 93.9% من ذوي الاعتماد المرتفع، بينما لم تزد نسب ذوي الاعتماد المتوسط والاعتماد المنخفض عن 4.6% و1.5% على التوالي. أما الشباب المصري فكانت غالبيتهم أيضًا بنسبة 60.8% من ذوى الاعتماد المرتفع، يليهم من حيث العدد ذوي الاعتماد المتوسط بنسبة 25.5%، ثم ذوي الاعتماد المنخفض بنسبة 13.7%.

تعني هذه النتيجة ارتفاع معدلات الاعتماد على الوسيلة أو الوسائل المفضلة في متابعة نتائج القرار الأمريكي الاعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل بين الشباب المصري والعربي عينة الدراسة. وهو ما يتسق مع سبق توضيحه من ارتفاع معدلات متابعة وسائل الإعلام الإلكترونية بين المبحوثين عينة الدراسة.

شكل رقم (2)
دور توافر خصائص وسائل الإعلام الإلكترونية العربية في تحديد مدى استفادة الشباب العربي منها في بناء موقف بشأن موضوع الدراسة

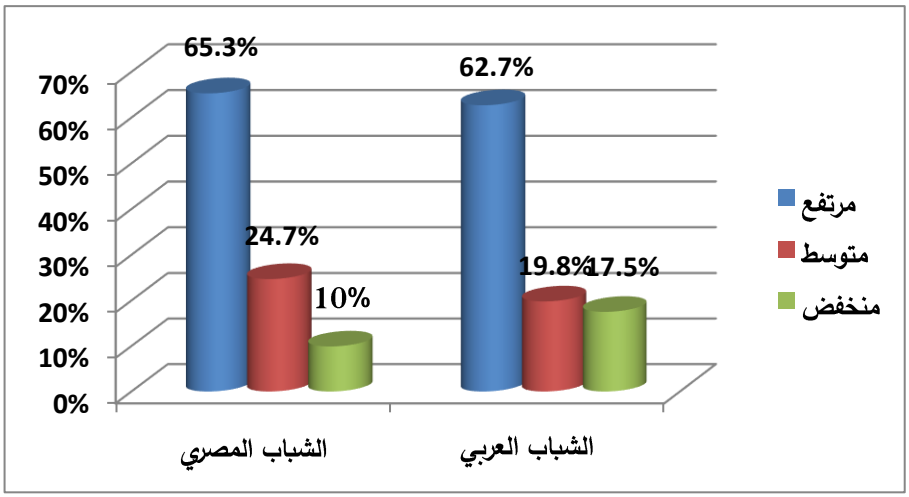


توضح بيانات الشكل البياني رقم (2) دور توافر خصائص وسائل الإعلام الإلكترونية العربية في تحديد مدى استفادة الشباب المصري والعربي منها في بناء موقف بخصوص موضوع الدراسة، حيث تم تصنيف المبحوثين بحسب درجاتهم على مقياس توافر خصائص الوسيلة إلى ثلاث فئات هم: توافر مرتفع، وتوافر متوسط، وتوافر منخفض.

وقد توافرت خصائص وسائل الإعلام الإلكترونية العربية بشكل مرتفع لدى ما نسبته 70.3% من إجمالي عينة الشباب المصري، بينما توافرت بشكل متوسط لدى ما نسبته 19.7%، على حين توافرت بشكل منخفض لدى ما نسبته 10% من إجمالي عينة الشباب المصري. أما بالنسبة للشباب العربي غير المصري فقد توافرت خصائص وسائل الإعلام الإلكترونية العربية بشكل مرتفع لدى ما نسبته 74.1% منهم، بينما توافرت بشكل متوسط لدى ما نسبته 16.3%، على حين توافرت بشكل منخفض لدى ما نسبته 9.6% من إجماليهم.

تعكس هذه النتيجة في مجملها التأثير الكبير الذى يمكن أن تحدثه الخصائص التي تتسم بها وسائل الإعلام الإلكترونية العربية عند متابعة الشباب العربي من خلالها القرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل و نقل سفارتها إليها ، وتتمثل أبرز هذه الخصائص في (سهولة الحصول على المعلومات، وتقديم معلومات فورية بتغطية سريعة، وإمكانية التفاعل مع المواد الإخبارية بالتعليق والمشاركة، والتحديث المستمر، ورخص تكلفة استخدامها، إمكانية معرفة المزيد من الأخبار المرتبطة بالحدث من خلال الروابط).

شكل رقم (3)
دور توافر خصائص وسائل الإعلام الإلكترونية **العالمية** في تحديد مدى استفادة الشباب العربي منها في بناء موقف بخصوص موضوع الدراسة



توضح بيانات هذا الشكل البياني رقم (3) دور توافر خصائص وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية في تحديد مدى استفادة الشباب المصري والعربي منها في بناء موقف بخصوص موضوع الدراسة، حيث تم أيضًا تصنيف المبحوثين بحسب درجاتهم على مقياس توافر خصائص الوسيلة إلى ثلاث فئات هم: توافر مرتفع، وتوافر متوسط، وتوافر منخفض.

وقد توافرت خصائص وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية بشكل مرتفع لدى ما نسبته 65.3% من إجمالي عينة الشباب المصري، بينما توافرت بشكل متوسط لدى ما نسبته 24.7%، على حين توافرت بشكل منخفض لدى ما نسبته 10% من إجمالي عينة الشباب المصري. أما بالنسبة للشباب العربي غير المصري فقد توافرت خصائص وسائل الإعلام الإلكترونية العربية بشكل مرتفع لدى ما نسبته 62.7% منهم، بينما توافرت بشكل متوسط لدى ما نسبته 19.8%، على حين توافرت بشكل منخفض لدى ما نسبته 17.5% من إجماليهم.

أيضًا تعكس هذه النتيجة في مجملها التأثير الكبير الذى يمكن أن تحدثه الخصائص التي تتسم بها وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية عند متابعة الشباب العربي من خلالها القرار الأمريكي ، وتتمثل أبرز هذه الخصائص في (سهولة الحصول على المعلومات، وتقديم معلومات فورية بتغطية سريعة، وإمكانية التفاعل مع المواد الإخبارية بالتعليق والمشاركة، والتحديث المستمر، ورخص تكلفة استخدامها، إمكانية معرفة المزيد من الأخبار المرتبطة بالحدث من خلال الروابط).

جدول رقم (12)
مدى ثقة الشباب العربى في وسائل الاعلام الإلكترونية من خلال متابعة القرار الأمريكي الاعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل و نقل سفارتهاإليها .

الشباب / مدى الثقة	المصري		العربي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أثق بدرجة كبيرة	91	%56.5	70	%53.5	161	%55.1
أثق بدرجة متوسطة	42	%26.1	51	%38.9	93	%31.8
أثق بدرجة منخفضة	28	%17.4	10	%7.6	38	%13.1
الإجمالي	161	%100	131	%100	292	%100

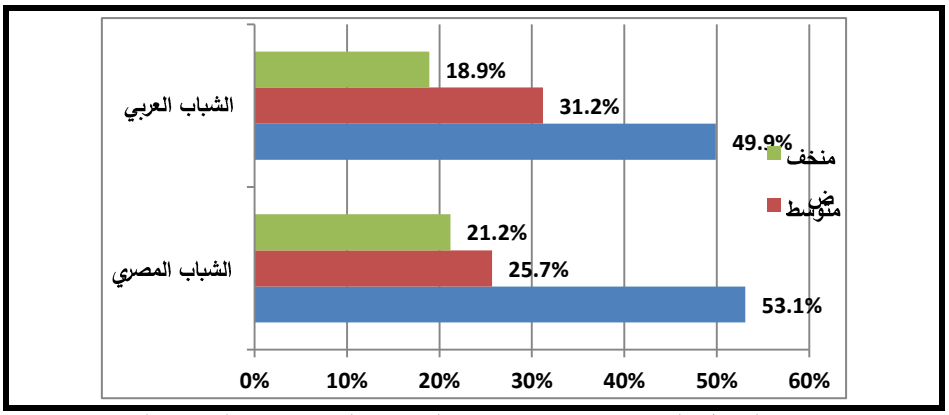
توضح بيانات هذا الجدول رقم (12) مدى ثقة الشباب المصري والعربي في وسائل الاعلام الإلكترونية من خلال متابعة القرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل و نقل سفارتها إليها . وتراوحت درجات الثقة بين مرتفعة (تعبر عنها أثق بدرجة كبيرة) ومتوسطة (تعبر عنها أثق بدرجة متوسطة) ومنخفضة (تعبر عنها أثق بدرجة منخفضة).

وقد أظهرت غالبية الشباب عينة الدراسة بنسبة 55.1% ثقة مرتفعة في وسائل الاعلام الإلكترونية من خلال متابعة القرار الأمريكي. بينما بلغت نسبة أصحاب الثقة المتوسطة 31.8%، على حين بلغت نسبة المبحوثين أصحاب الثقة المنخفضة 13.1% من إجمالي عينة الدراسة.

وعلى مستوى كل مجموعة من مجموعتي العينة على حدة فأيضًا لم يختلف الحال عنه على مستوى العينة ككل، فقد كانت غالبية الشباب المصري بنسبة 56.5% من ذوي الثقة المرتفعة، بينما بلغت نسبة المبحوثين ذوي الثقة المتوسطة 26.1%، أما المبحوثين ذوى الثقة المنخفضة فقد بلغت نسبتهم 17.4% من إجمالي الشباب المصري. أما الشباب العربي غير المصري فكانت غالبيتهم أيضًا بنسبة 53.3% من ذوى الثقة المرتفعة، يليهم من حيث العدد ذوي الثقة المتوسطة بنسبة 38.9%، ثم ذوي الثقة المنخفضة بنسبة 7.6%.

من هذا يمكن القول بارتفاع معدلات الثقة بين الشباب المصري والعربي عينة الدراسة في وسائل الاعلام الإلكترونية من خلال متابعة القرار الأمريكي. وتفسر هذه النتيجة ما سبقت الإشارة إليه عند التعليق على جدول رقم (11) من ارتفاع معدلات الاعتماد على وسائل الإعلام الإلكترونية العربية والعالمية في المتابعة.

شكل رقم (4)
تقييم الشباب العربي لمدى توافر معايير المصداقية في تغطية وسائل الاعلام الإلكترونية العربية للقرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل و نقل سفارتها إليها .

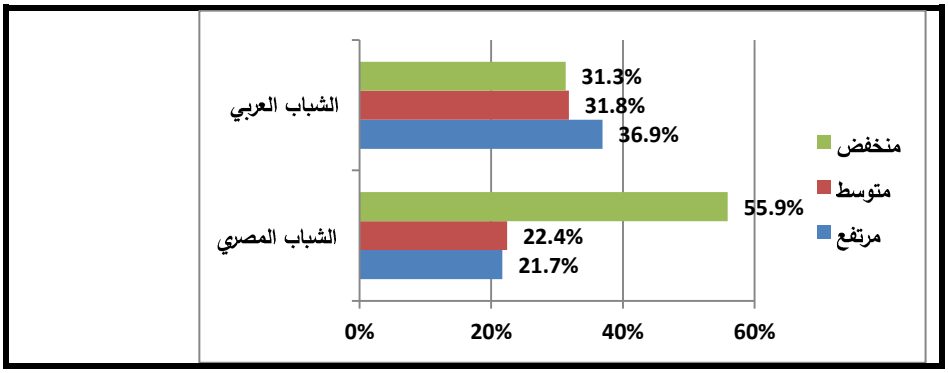


تكشف بيانات الشكل البياني رقم (4) تقييم الشباب المصري والعربي لمدى توافر معايير المصداقية في تغطية وسائل الاعلام الإلكترونية العربية للقرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل ونقل سفارتها اليها ، حيث تم تصنيف المبحوثين بحسب درجاتهم على مقياس تقييم مدى توافر معايير المصداقية إلى ثلاث فئات هم: توافر مرتفع، وتوافر متوسط، وتوافر منخفض.

وقد توافرت معايير المصداقية في تغطية وسائل الاعلام الإلكترونية العربية للقرار الأمريكي بشكل مرتفع لدى ما نسبته 53.1% من إجمالي عينة الشباب المصري، بينما توافرت بشكل متوسط لدى ما نسبته 25.7%، على حين توافرت بشكل منخفض لدى ما نسبته 21.2% من إجمالي عينة الشباب المصري. أما بالنسبة للشباب العربي غير المصري فقد توافرت معايير المصداقية في تغطية وسائل الاعلام الإلكترونية العربية للقرار الأمريكي بشكل مرتفع لدى ما نسبته 49.9% منهم، بينما توافرت بشكل متوسط لدى ما نسبته 31.2%، على حين توافرت بشكل منخفض لدى ما نسبته 18.9% من إجماليهم.

من خلال هذه النتيجة يمكن استخلاص ارتفاع معدل موافقة الشباب عينة الدراسة على توافر معايير المصداقية في تغطية وسائل الاعلام الإلكترونية العربية للقرار الأمريكي ، وتتمثل أبرز هذه المعايير في: (الاعتماد في التغطية على مراسليها، والاعتماد على مصادر اخبار متخصصة، وعرض الأحداث بدقة، استخدام إحصائيات وارقام لتأكيد الحدث، وتقديم تحليلات وتعليقات شاملة حول القرار، ودعم تغطيتها للأحداث بمادة فيلمية أو صور ووسائط متعددة)

شكل رقم (5)
تقييم الشباب المصري والعربي لمدى توافر معايير المصداقية في تغطية وسائل الاعلام الإلكترونية **العالمية** للقرار الأمريكي الاعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل ونقل سفارتها إليها .

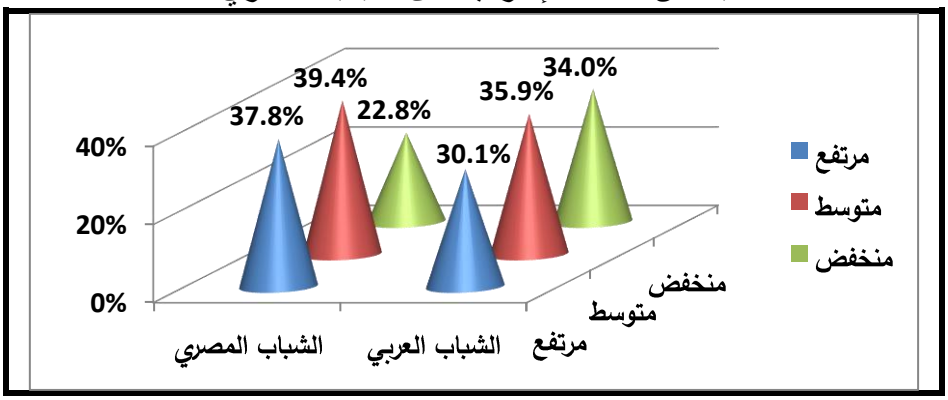


تكشف بيانات الشكل البياني رقم (5) تقييم الشباب المصري والعربي لمدى توافر معايير المصداقية في تغطية وسائل الاعلام الإلكترونية العالمية للقرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل، حيث تم أيضًا تصنيف المبحوثين بحسب درجاتهم على مقياس تقييم مدى توافر معايير المصداقية إلى ثلاث فئات هم: توافر مرتفع، وتوافر متوسط، وتوافر منخفض.

على خلاف تقييم مدى توافر معايير المصداقية في تغطية وسائل الإعلام الإلكترونية العربية، فقد توافرت معايير المصداقية في تغطية وسائل الاعلام الإلكترونية العالمية للقرار الأمريكي بشكل منخفض لدى ما نسبته 55.9% من إجمالي عينة الشباب المصري، بينما توافرت بشكل متوسط لدى ما نسبته 22.4%، على حين توافرت بشكل مرتفع لدى ما نسبته 21.7% من إجمالي عينة الشباب المصري. أما بالنسبة للشباب العربي غير المصري فقد توافرت معايير المصداقية في تغطية وسائل الاعلام الإلكترونية العالمية للقرار الأمريكي بشكل مرتفع لدى ما نسبته 36.9% منهم، بينما توافرت بشكل متوسط لدى ما نسبته 31.8%، على حين توافرت بشكل منخفض لدى ما نسبته 31.3% من إجماليهم.

تعكس هذه النتيجة تباينًا بين كل من الشباب المصري والشباب العربي في تقييمهم مدى توافر معايير المصداقية في تغطية وسائل الاعلام الإلكترونية العالمية للقرار الأمريكي ؛ حيث كان الشباب المصري أقل اعتقادًا في توافر معايير المصداقية في هذه الوسائل مقارنة بالشباب العربي الذي ارتفع تقييمه لمدى توافر هذه المعايير في وسائل الاعلام الإلكترونية العالمية.

شكل رقم (6)
مصداقية تغطية وسائل الاعلام الإلكترونية **العربية** للقرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل لدى الشباب المصري

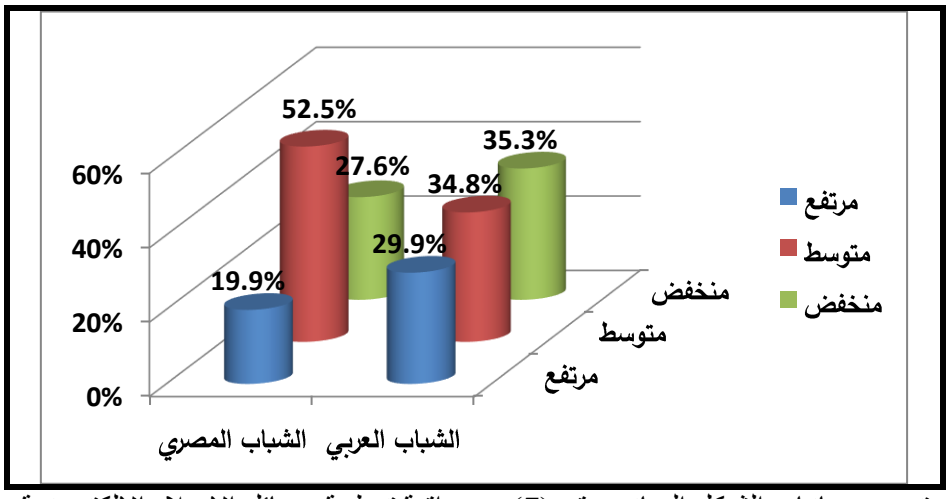


توضح بيانات الشكل البياني رقم (6) مصداقية تغطية وسائل الاعلام الإلكترونية العربية للقرار الأمريكي لدى الشباب المصري، حيث تم تصنيف المبحوثين بحسب درجاتهم على مقياس مصداقية التغطية إلى ثلاث فئات هم: مصداقية مرتفعة، ومصداقية متوسطة، ومصداقية منخفضة.

وقد كانت أكثرية الشباب المصري بنسبة 39.4% ممن يمكن تصنيف مصداقية تغطية وسائل الاعلام الإلكترونية العربية للقرار الأمريكي والاعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل لديهم بالمتوسطة، يليهم من حيث عدد المبحوثون ذوى التقييم المرتفع لمصداقية هذه الوسائل بنسبة 37.8%، ثم المبحوثون ذوى التقييم المنخفض لهذه المصداقية بنسبة 22.8% من إجمالي الشباب المصري. كذلك بالنسبة للشباب العربي غير المصري فقد كانت أكثريتهم بنسبة 35.9% من ذوى التقييم المتوسط لمصداقية وسائل الاعلام الإلكترونية العربية، يليهم من حيث العدد المبحوثون ذوى التقييم المنخفض لمصداقية هذه الوسائل بنسبة 34%، ثم المبحوثون ذوى التقييم المرتفع لهذه المصداقية بنسبة 30.1% من إجمالي الشباب العربي.

تعكس هذه النتيجة تأرجح مستوى المصداقية التي تحظي بها وسائل الإعلام الإلكترونية العربية عند تغطيتها للقرار الأمريكي ،حيث تركزت أكثرية المبحوثين في فئة المصداقية المتوسطة ،ويعكس ذلك نظرة المبحوثين لمصداقية لهذه الوسائل بوجه عام وفيما يخص القرارالأمريكى بوجه خاص .

شكل رقم (7)
مصداقية تغطية وسائل الاعلام الإلكترونية **العالمية** للقرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل لدى الشباب المصري



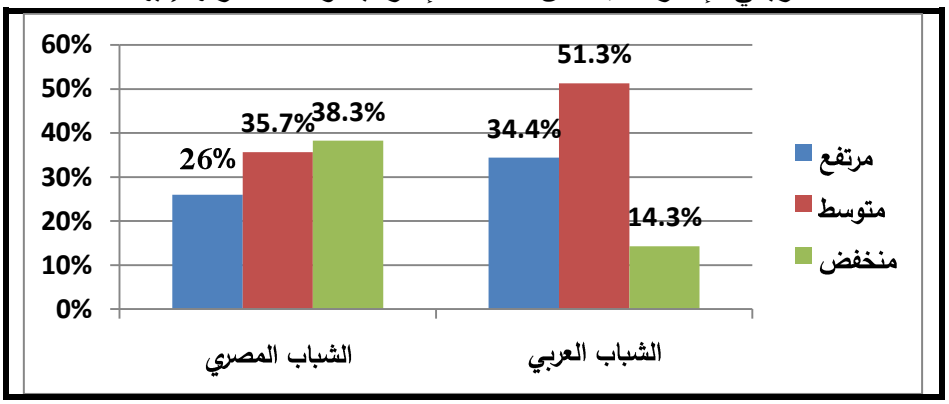
توضح بيانات الشكل البياني رقم (7) مصداقية تغطية وسائل الاعلام الإلكترونية العالمية للقرار الأمريكي الاعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل ونقل سفارتها اليها لدى الشباب المصري، حيث تم أيضًا تصنيف المبحوثين بحسب درجاتهم على مقياس مصداقية التغطية إلى ثلاث فئات هم: مصداقية مرتفعة، ومصداقية متوسطة، ومصداقية منخفضة.

وقد كانت غالبية الشباب المصري بنسبة 52.5% ممن يمكن تصنيف مصداقية تغطية وسائل الاعلام الإلكترونية العالمية للقرار الأمريكي بنقل سفارتها الى القدس والاعتراف بها عاصمة لإسرائيل لديهم بالمتوسطة، يليهم من حيث العدد المبحوثون ذو التقييم المنخفض لمصداقية هذه الوسائل بنسبة 27.6%، ثم المبحوثون ذو التقييم المرتفع لهذه المصداقية بنسبة 19.9% من إجمالي الشباب المصري. كذلك بالنسبة للشباب العربي غير المصري فقد كانت أكثريتهم بنسبة 35.3% من ذوى التقييم المنخفض لمصداقية وسائل الاعلام الإلكترونية العالمية، يليهم من حيث العدد المبحوثون ذوو التقييم المتوسط لمصداقية هذه الوسائل بنسبة 34.8%، ثم المبحوثون ذوى التقييم المنخفض لهذه المصداقية بنسبة 29.9% من إجمالي الشباب العربي.

تعكس هذه النتيجة ميل مستوى المصداقية التي تحظي بها وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية عند تغطيتها للقرار الأمريكي بنقل سفارتها الى القدس والاعتراف بها عاصمة لإسرائيل إلى الانخفاض؛ حيث في المجمل تراوحت درجة مصداقية هذه الوسائل لديهم بين المنخفضة والمتوسطة.

شكل رقم (8)

التأثيرات **السلوكية** للتعرض لتغطية وسائل الإعلام الإلكترونية **العربية** للقرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل و نقل سفارتها إليها .



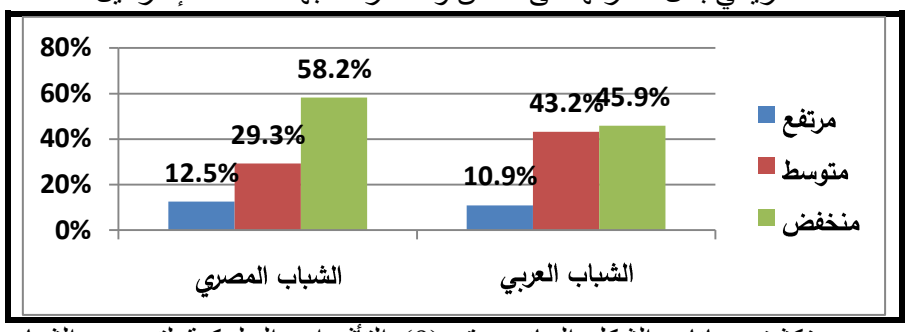
تكشف بيانات الشكل البياني رقم (8) التأثيرات السلوكية لتعرض الشباب عينة الدراسة لتغطية وسائل الإعلام الإلكترونية العربية للقرار الأمريكي ، حيث تم تصنيف المبحوثين بحسب درجاتهم على مقياس التأثيرات السلوكية إلى ثلاث فئات هم: تأثير مرتفع، وتأثير متوسط، وتأثير منخفض.

فعلى مستوى عينة الشباب المصري فقد كانت درجة التأثيرات السلوكية منخفضة لدى ما نسبته 38.3% منهم، يليهم من حيث العدد ذوي الدرجة المتوسطة للتأثيرات السلوكية بنسبة 35.7%، ثم ذوى الدرجة المرتفعة للتأثيرات السلوكية بنسبة 26% من إجمالي الشباب المصري محل الدراسة. أما بالنسبة لعينة الشباب العربي فقد كانت درجة التأثيرات السلوكية متوسطة لدى ما نسبته 51.3% منهم، يليهم من حيث العدد ذوي الدرجة المرتفعة للتأثيرات السلوكية بنسبة 34.4%، ثم ذوى الدرجة المنخفضة للتأثيرات السلوكية بنسبة 14.3% من إجمالي الشباب العربي محل الدراسة

تعكس هذه النتيجة أن الشباب العربي عينة الدراسة كانوا أكثر تأثرًا من الناحية السلوكية بتغطية وسائل الإعلام الإلكترونية العربية للقرار الأمريكي مقارنة بالشباب المصري قياسًا إلى نسبة كل من ذوى التأثر السلوكي المرتفع والتأثر المتوسط ضمن العينة مع ملاحظة أن عينة الشباب العربي تضم عددا من الشباب الفلسطيني .

شكل رقم (9)

التأثيرات **السلوكية** للتعرض لتغطية وسائل الإعلام الإلكترونية **العالمية** للقرار الأمريكي بنقل سفارتها الى القدس والاعتراف بها عاصمة لإسرائيل

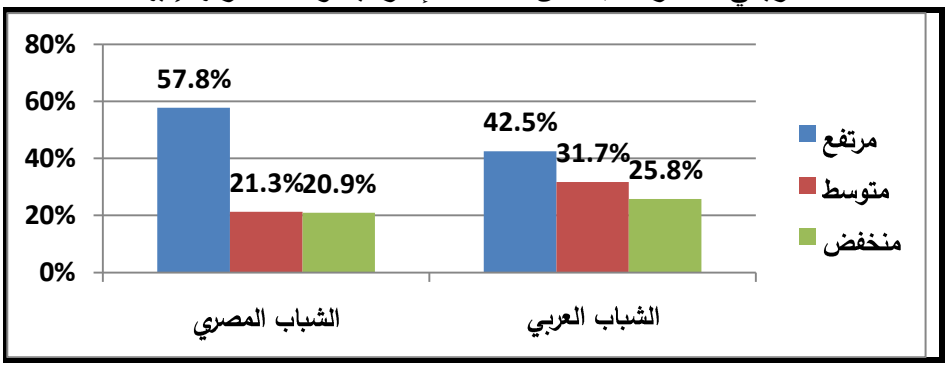


تكشف بيانات الشكل البياني رقم (9) التأثيرات السلوكية لتعرض الشباب عينة الدراسة لتغطية وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية للقرار الأمريكي ، حيث تم تصنيف المبحوثين بحسب درجاتهم على مقياس التأثيرات السلوكية إلى ثلاث فئات هم: تأثير مرتفع، وتأثير متوسط، وتأثير منخفض.

فعلى مستوى عينة الشباب المصري فقد كانت درجة التأثيرات السلوكية منخفضة لدى غالبيتهم بنسبة 58.2% منهم، يليهم من حيث العدد ذوي الدرجة المتوسطة للتأثيرات السلوكية بنسبة 29.3%، ثم ذوى الدرجة المرتفعة للتأثيرات السلوكية بنسبة 12.5% من إجمالي الشباب المصري محل الدراسة. وكذالك الحال بالنسبة لعينة الشباب العربي فقد كانت درجة التأثيرات السلوكية منخفضة لدى أكثريتهم بنسبة 45.9% منهم، يليهم من حيث العدد ذوي الدرجة المتوسطة للتأثيرات السلوكية بنسبة 43.2%، ثم ذوى الدرجة المرتفعة للتأثيرات السلوكية بنسبة 10.9% من إجمالي الشباب العربي محل الدراسة.

شكل رقم (10)

التأثيرات **المعرفية** للتعرض لتغطية وسائل الإعلام الإلكترونية **العربية** للقرار الأمريكي الاعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل ونقل سفارتها إليها .



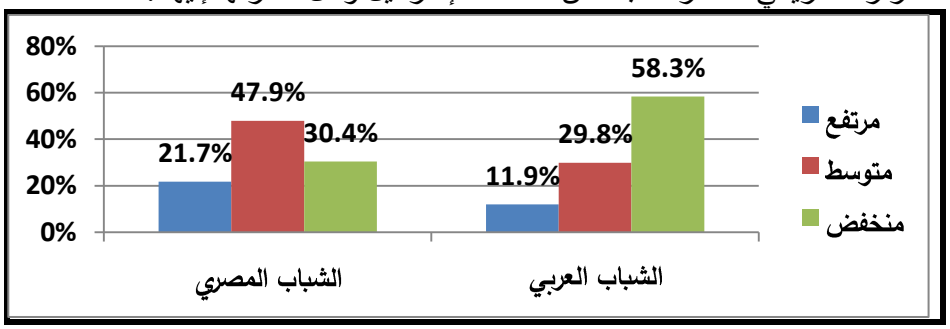
توضح بيانات الشكل البياني رقم (10) التأثيرات المعرفية لتعرض الشباب عينة الدراسة لتغطية وسائل الإعلام الإلكترونية العربية للقرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل، حيث تم تصنيف المبحوثين بحسب درجاتهم على مقياس التأثيرات المعرفية إلى ثلاث فئات هم: تأثير مرتفع، وتأثير متوسط، وتأثير منخفض.

فعلى مستوى عينة الشباب المصري فقد كانت غالبيتهم بنسبة 57.8% ممن أحدث تعرضهم لتغطية وسائل الإعلام الإلكترونية العربية للقرار الأمريكي تأثيرات معرفية مرتفعة، يليهم من حيث العدد ذوي الدرجة المتوسطة للتأثيرات المعرفية بنسبة 21.3%، ثم ذوى الدرجة المنخفضة للتأثيرات المعرفية بنسبة 20.9% من إجمالي الشباب المصري محل الدراسة. كذلك فعلى مستوى عينة الشباب العربي فقد كانت أكثريتهم بنسبة 42.5% ممن أحدث تعرضهم لتغطية وسائل الإعلام الإلكترونية العربية للقرار الأمريكي تأثيرات معرفية مرتفعة، يليهم من حيث العدد ذوي الدرجة المتوسطة للتأثيرات المعرفية بنسبة 31.7%، ثم ذوى الدرجة المنخفضة للتأثيرات المعرفية بنسبة 25.8% من إجمالي الشباب العربي محل الدراسة.

تعكس هذه النتيجة ارتفاع درجة التأثيرات المعرفية التي حدثت لكل من الشباب المصري والعربي بفعل التعرض لتغطية وسائل الإعلام الإلكترونية العربية للقرار الأمريكي .

شكل رقم (11)

التأثيرات **المعرفية** للتعرض لتغطية وسائل الإعلام الإلكترونية **العالمية** للقرار الأمريكي الاعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل ونقل سفارتها إليها .



توضح بيانات الشكل البياني رقم (11) التأثيرات المعرفية لتعرض الشباب عينة الدراسة لتغطية وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية للقرار الأمريكي ، حيث تم تصنيف المبحوثين بحسب درجاتهم على مقياس التأثيرات المعرفية إلى ثلاث فئات هم: تأثير مرتفع، وتأثير متوسط، وتأثير منخفض.

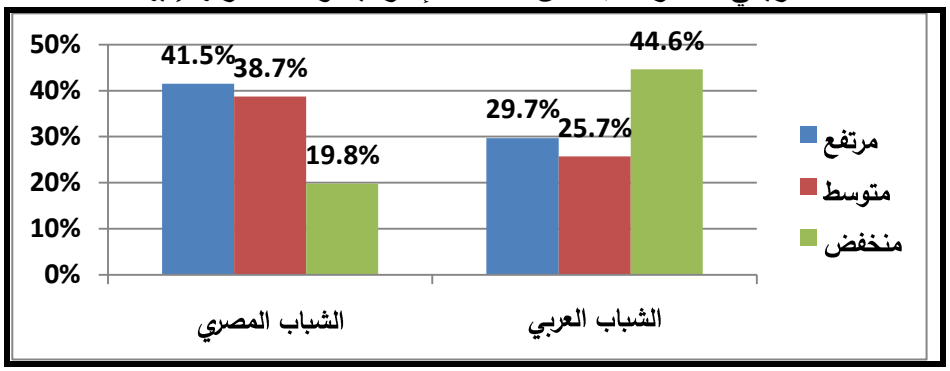
فعلى مستوى عينة الشباب المصري فقد كانت أكثريتهم بنسبة 47.9% ممن أحدث تعرضهم لتغطية وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية للقرار الأمريكي تأثيرات معرفية متوسطة، يليهم من حيث العدد ذوي الدرجة المنخفضة للتأثيرات المعرفية

بنسبة 30.4%، ثم ذوى الدرجة المرتفعة للتأثيرات المعرفية بنسبة 21.7% من إجمالي الشباب المصري محل الدراسة. كذلك فعلى مستوى عينة الشباب العربي فقد كانت غالبيتهم بنسبة 58.3% ممن أحدث تعرضهم لتغطية وسائل الإعلام الإلكترونية العربية للقرار الأمريكي تأثيرات معرفية منخفضة، يليهم من حيث العدد ذوي الدرجة المتوسطة للتأثيرات المعرفية بنسبة 29.8%، ثم ذوى الدرجة المرتفعة للتأثيرات المعرفية بنسبة 11.9% من إجمالي الشباب العربي محل الدراسة.

تشير هذه النتيجة إلى ارتفاع درجة التأثيرات المعرفية لتغطية وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية للقرار الأمريكي بنقل سفارتها الى القدس والاعتراف بها عاصمة لإسرائيل لدى الشباب العربي مقارنة بالشباب المصري.

شكل رقم (12)

التأثيرات **الوجدانية** للتعرض لتغطية وسائل الإعلام الإلكترونية **العربية** للقرار الأمريكي الاعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل ونقل سفارتها إليها .

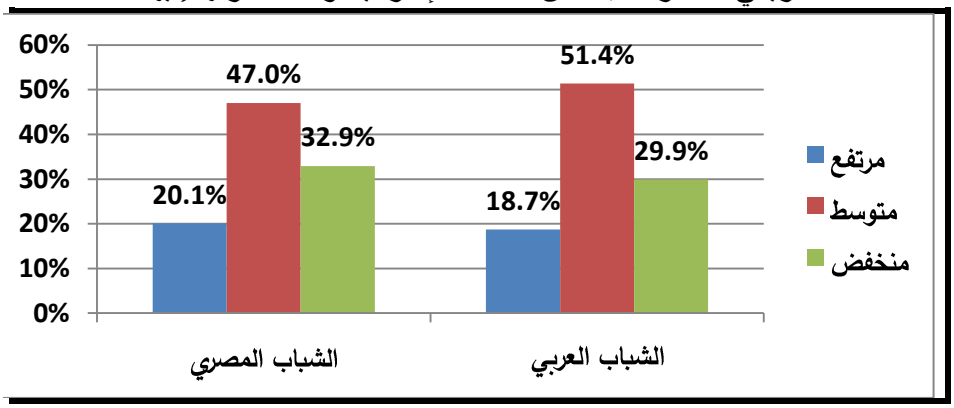


توضح بيانات الشكل البياني رقم (12) التأثيرات الوجدانية لتعرض الشباب عينة الدراسة لتغطية وسائل الإعلام الإلكترونية العربية للقرار الأمريكي ، حيث تم تصنيف المبحوثين بحسب درجاتهم على مقياس التأثيرات الوجدانية إلى ثلاث فئات هم: تأثير مرتفع، وتأثير متوسط، وتأثير منخفض.

فعلى مستوى عينة الشباب المصري فقد كانت أكثريتهم بنسبة 41.5% ممن أحدث تعرضهم لتغطية وسائل الإعلام الإلكترونية العربية للقرار الأمريكي تأثيرات وجدانية مرتفعة، يليهم من حيث العدد ذوي الدرجة المتوسطة للتأثيرات الوجدانية بنسبة 38.7%، ثم ذوى الدرجة المنخفضة للتأثيرات الوجدانية بنسبة 19.8% من إجمالي الشباب المصري محل الدراسة. أما على مستوى عينة الشباب العربي فقد كانت أكثريتهم بنسبة 44.6% ممن أحدث تعرضهم لتغطية وسائل الإعلام الإلكترونية العربية للقرار الأمريكي تأثيرات وجدانية منخفضة، يليهم من حيث العدد ذوي الدرجة المرتفعة للتأثيرات المعرفية بنسبة 29.7%، ثم ذوى الدرجة المتوسطة للتأثيرات المعرفية بنسبة 25.7% من إجمالي الشباب العربي محل الدراسة.

تكشف هذه النتيجة تباين درجة التأثيرات الوجدانية لتغطية وسائل الإعلام الإلكترونية العربية للقرار الأمريكي بين كل من الشباب المصري والعربي؛ فعلى حين ارتفع مستوى التأثير لدى الشباب المصري فقد انخفض لدى الشباب العربي.

شكل رقم (13)
التأثيرات **الوجدانية** للتعرض لتغطية وسائل الإعلام الإلكترونية **العالمية** للقرار الأمريكي الاعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل ونقل سفارتها إليها .



توضح بيانات الشكل البياني رقم (13) التأثيرات الوجدانية لتعرض الشباب عينة الدراسة لتغطية وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية للقرار الأمريكي ، حيث تم تصنيف المبحوثين بحسب درجاتهم على مقياس التأثيرات الوجدانية إلى ثلاث فئات هم: تأثير مرتفع، وتأثير متوسط، وتأثير منخفض.

فعلى مستوى عينة الشباب المصري فقد كانت أكثريتهم بنسبة 47% ممن أحدث تعرضهم لتغطية وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية للقرار الأمريكي تأثيرات وجدانية متوسطة، يليهم من حيث العدد ذوي الدرجة المنخفضة للتأثيرات الوجدانية بنسبة 32.9%، ثم ذوى الدرجة المرتفعة للتأثيرات الوجدانية بنسبة 20.1% من إجمالي الشباب المصري محل الدراسة. أما على مستوى عينة الشباب العربي فقد كانت غالبيتهم بنسبة 51.4% ممن أحدث تعرضهم لتغطية وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية للقرار الأمريكي تأثيرات وجدانية متوسطة، يليهم من حيث العدد ذوي الدرجة المنخفضة للتأثيرات الوجدانية بنسبة 29.9%، ثم ذوى الدرجة المرتفعة للتأثيرات الوجدانية بنسبة 18.7% من إجمالي الشباب العربي محل الدراسة.

نتائج اختبارات الفروض البحثية:

فيما يلي تعرض الباحثة نتائج الفروض البحثية التي تستند إلى الإطار النظري للدراسة وهي:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين درجة متابعة الشباب المصري والعربي للأحداث الجارية عبر الوسائل الإعلامية المختلفة ومصداقية هذه الوسائل لديهم في تغطية القرار الأمريكي بنقل السفارة لإسرائيل.

جدول رقم (13)

معنوية بيرسون للارتباط بين درجة **متابعة** الشباب المصري والعربي للأحداث الجارية عبر وسائل الإعلام الإلكترونية و**مصداقية** هذه الوسائل لديهم في تغطية القرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل

	الشباب المصري		الشباب العربي	
	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
مصداقية الوسائل العربية	0.314**	0.000	0.274**	0.000
مصداقية الوسائل العالمية	0.145*	0.024	0.168*	0.013

* دال عند مستوى معنوية 0.05

** دال عند مستوى معنوية 0.01

لاختبار معنوية **الارتباط بين درجة متابعة** الشباب المصري والعربي للأحداث الجارية عبر وسائل الإعلام الإلكترونية العربية والعالمية **ومصداقية هذه الوسائل لديهم في تغطية القرار** الأمريكي ، وبالنظر إلى أن كلا المتغيرين قد تم قياسه على المستوى الفتري (Interval)، قامت الباحثة باستخدام معامل بيرسون الذى أظهرت قيمه المحسوبة النتائج التالية:

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين درجة متابعة الشباب **المصري** للأحداث الجارية عبر وسائل **الإعلام الإلكترونية العربية** ومصداقية هذه الوسائل لديهم في تغطية القرار الأمريكي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.314، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زادت درجة متابعة الشباب المصري للأحداث الجارية عبر وسائل الاعلام الإلكترونية العربية زادت معها في الوقت نفسه مصداقية هذه الوسائل لديهم في تغطية القرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل، والعكس بالعكس.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين درجة متابعة الشباب **المصري** للأحداث الجارية عبر وسائل **الإعلام الإلكترونية العالمية** ومصداقية هذه الوسائل لديهم في تغطية القرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.145، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.05. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زادت درجة متابعة الشباب المصري للأحداث الجارية عبر وسائل الإعلامية الإلكترونية العالمية زادت معها في الوقت نفسه مصداقية هذه الوسائل لديهم في تغطية القرار الأمريكي ، والعكس بالعكس.

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين درجة متابعة الشباب **العربي** للأحداث الجارية عبر **وسائل الإعلام الإلكترونية العربية** ومصداقية هذه الوسائل لديهم في تغطية القرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.274، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زادت درجة متابعة الشباب العربي للأحداث الجارية عبر وسائل الاعلام الإلكترونية العربية زادت معها في الوقت نفسه مصداقية هذه الوسائل لديهم في تغطية القرار الأمريكي بنقل السفارة لإسرائيل، والعكس بالعكس.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين درجة متابعة الشباب **العربي** للأحداث الجارية عبر **وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية** ومصداقية هذه الوسائل لديهم في تغطية القرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.168، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.05. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زادت درجة متابعة الشباب العربي للأحداث الجارية عبر وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية زادت معها في الوقت نفسه مصداقية هذه الوسائل لديهم في تغطية القرار الأمريكي بنقل السفارة لإسرائيل، والعكس بالعكس.

من مجمل هذه النتائج يمكن القول أن اختبار صحة الفرض الأول القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين درجة متابعة الشباب المصري والعربي للأحداث الجارية عبر الوسائل الإعلامية المختلفة ومصداقية هذه الوسائل لديهم في تغطية القرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل و نقل سفارتها إليها . قد انتهي إلى ثبوت صحة هذا الفرض بشكل كلي.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى اعتماد الشباب المصري والعربي على وسائل الإعلام الإلكترونية العربية والعالمية ومصداقية هذه الوسائل لديهم في تغطية القرار الأمريكي بنقل السفارة لإسرائيل.

جدول رقم (14)

معنوية بيرسون للارتباط بين مدى **اعتماد** الشباب المصري والعربي على وسائل الإعلام الإلكترونية العربية والعالمية **ومصداقية** هذه الوسائل لديهم في تغطية القرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمةلإسرائيل و نقل سفارتها إليها .

	الشباب المصري		الشباب العربي	
	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
مصداقية الوسائل العربية	0.177**	0.001	0.203**	0.000
مصداقية الوسائل العالمية	0.242**	0.000	0.275**	0.000

* دال عند مستوى معنوية 0.05

** دال عند مستوى معنوية 0.01

لاختبار معنوية **الارتباط بين مدى اعتماد الشباب المصري والعربي** على وسائل الإعلام الإلكترونية العربية والعالمية **ومصداقية** هذه الوسائل لديهم في تغطية القرار الأمريكي ، وبالنظر إلى أن كلا المتغيرين قد تم قياسه على المستوى الفتري (Interval)، قامت الباحثة باستخدام معامل بيرسون الذى أظهرت قيمه المحسوبة النتائج التالية:

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى اعتماد الشباب **المصري** على وسائل الإعلام الإلكترونية **العربية** ومصداقية هذه الوسائل لديهم في تغطية القرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.177، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زاد مدى اعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام الإلكترونية العربية زادت معها في الوقت نفسه مصداقية هذه الوسائل لديهم في تغطية القرار الأمريكي ، والعكس بالعكس.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى اعتماد الشباب **المصري** على وسائل الإعلام الإلكترونية **العالمية** ومصداقية هذه الوسائل لديهم في تغطية القرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل و نقل سفارتها إليها ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.242، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زاد مدى اعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام الإلكترونية العربية زادت معها في الوقت نفسه مصداقية هذه الوسائل لديهم في تغطية القرار الأمريكي ، والعكس بالعكس.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى اعتماد الشباب العربي على وسائل الإعلام الإلكترونية العربية ومصداقية هذه الوسائل لديهم في تغطية القرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمةلإسرائيل و نقل سفارتها إليها، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.203، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زاد مدى اعتماد الشباب العربي على وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية زادت معها في الوقت نفسه مصداقية هذه الوسائل لديهم في تغطية القرار الأمريكي، والعكس بالعكس.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى اعتماد الشباب **العربي** على وسائل الإعلام الإلكترونية **العالمية** ومصداقية هذه الوسائل لديهم في تغطية القرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.275، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زاد مدى اعتماد الشباب العربي على وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية زادت معها في الوقت نفسه مصداقية هذه الوسائل لديهم في تغطية القرار الأمريكي ، والعكس بالعكس.

من مجمل هذه النتائج يمكن القول أن اختبار صحة الفرض الثاني القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى اعتماد الشباب المصري والعربي على وسائل الإعلام الإلكترونية العربية والعالمية ومصداقية هذه الوسائل لديهم في تغطية القرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل و نقل سفارتها إليها قد انتهي إلى ثبوت صحة هذا الفرض بشكل كلي. و تتفق هى هذه النتيجة مع نتيجة دراسة وفاء عبد الخالق (2016)(58)فيما يخص اعتماد الصفوة على وسائل الإعلام و مصداقيتها لديهم .

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى اعتماد الشباب المصري والعربي على الوسائل الإعلامية المختلفة والتأثيرات الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل ونقل سفارتها إليها.

جدول رقم (15)

معنوية بيرسون للارتباط بين **مدى اعتماد** الشباب المصري والعربي على الوسائل الإعلامية المختلفة **والتأثيرات** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي .

	الشباب المصري		الشباب العربي	
	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
التأثيرات السلوكية لوسائل الإعلام العربية	**0.245	0.001	**0.351	0.001
التأثيرات المعرفية لوسائل الإعلام العربية	**0.273	0.001	**0.347	0.001
التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام العربية	**0.189	0.001	**0.369	0.001
التأثيرات السلوكية لوسائل الإعلام العالمية	*0.142	0.041	**0.189	0.001
التأثيرات المعرفية لوسائل الإعلام العالمية	*0.164	0.027	**0.176	0.001
التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام العالمية	*0.155	0.035	**0.168	0.001

* دال عند مستوى معنوية 0.05

** دال عند مستوى معنوية 0.01

لاختبار معنوية الارتباط بين مدى اعتماد الشباب المصري والعربي على وسائل الإعلام الإلكترونية العربية والعالمية والتأثيرات الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي ، وبالنظر إلى أن كلا المتغيرين قد تم قياسه

على المستوى الفتري (Interval)، قامت الباحثة باستخدام معامل بيرسون الذى أظهرت قيمه المحسوبة النتائج التالية:

1- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى اعتماد الشباب **المصري** على وسائل الإعلام الإلكترونية **العربية** والتأثيرات **السلوكية** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمةلإسرائيل و نقل سفارتها إليها، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.245، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زاد مدى اعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام الإلكترونية العربية زادت معها في الوقت نفسه التأثيرات السلوكية الحاصلة نتيجة التعرض، والعكس بالعكس.

2- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى اعتماد الشباب **المصري** على وسائل الإعلام الإلكترونية **العربية** والتأثيرات **المعرفية** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.273، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زاد مدى اعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام الإلكترونية العربية زادت معها في الوقت نفسه التأثيرات المعرفية الحاصلة نتيجة التعرض، والعكس بالعكس.

3- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى اعتماد الشباب **المصري** على وسائل الإعلام الإلكترونية العربية والتأثيرات **الوجدانية** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.189، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زاد مدى اعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام الإلكترونية العربية زادت معها في الوقت نفسه التأثيرات الوجدانية الحاصلة نتيجة التعرض، والعكس بالعكس.

4- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى اعتماد الشباب **المصري** على وسائل الإعلام الإلكترونية **العالمية** والتأثيرات **السلوكية** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.142، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.05. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زاد مدى اعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية زادت معها في الوقت نفسه التأثيرات السلوكية الحاصلة نتيجة التعرض، والعكس بالعكس.

5- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى اعتماد الشباب **المصري** على وسائل الإعلام الإلكترونية **العالمية** والتأثيرات **المعرفية** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.164، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية

أقل من 0.05. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زاد مدى اعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية زادت معها في الوقت نفسه التأثيرات المعرفية الحاصلة نتيجة التعرض، والعكس بالعكس.

6- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى اعتماد الشباب **المصري** على وسائل الإعلام الإلكترونية **العالمية** والتأثيرات **الوجدانية** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.155، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.05. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زاد مدى اعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية زادت معها في الوقت نفسه التأثيرات الوجدانية الحاصلة نتيجة التعرض، والعكس بالعكس.

7- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى اعتماد الشباب **العربي** على وسائل الإعلام الإلكترونية **العربية** والتأثيرات **السلوكية** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمةلإسرائيل، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.351، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زاد مدى اعتماد الشباب العربي على وسائل الإعلام الإلكترونية العربية زادت معها في الوقت نفسه التأثيرات السلوكية الحاصلة نتيجة التعرض، والعكس بالعكس.

8- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى اعتماد الشباب **العربي** على وسائل الإعلام الإلكترونية **العربية** والتأثيرات **المعرفية** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.347، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زاد مدى اعتماد الشباب العربي على وسائل الإعلام الإلكترونية العربية زادت معها في الوقت نفسه التأثيرات المعرفية الحاصلة نتيجة التعرض، والعكس بالعكس.

9- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى اعتماد الشباب **العربي** على وسائل الإعلام الإلكترونية **العربية** والتأثيرات **الوجدانية** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.369، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زاد مدى اعتماد الشباب العربي على وسائل الإعلام الإلكترونية العربية زادت معها في الوقت نفسه التأثيرات الوجدانية الحاصلة نتيجة التعرض، والعكس بالعكس.

10- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى اعتماد الشباب **العربي** على وسائل الإعلام الإلكترونية **العالمية** والتأثيرات **السلوكية** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون

بين المتغيرين 0.189، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زاد مدى اعتماد الشباب العربي على وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية زادت معها في الوقت نفسه التأثيرات السلوكية الحاصلة نتيجة التعرض، والعكس بالعكس.

11- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى اعتماد الشباب **العربي** على وسائل الإعلام الإلكترونية **العالمية** والتأثيرات **المعرفية** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.176، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زاد مدى اعتماد الشباب العربي على وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية زادت معها في الوقت نفسه التأثيرات المعرفية الحاصلة نتيجة التعرض، والعكس بالعكس.

12- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى اعتماد الشباب **العربي** على وسائل الإعلام الإلكترونية **العالمية** والتأثيرات **الوجدانية** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.168، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زاد مدى اعتماد الشباب العربي على وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية زادت معها في الوقت نفسه التأثيرات الوجدانية الحاصلة نتيجة التعرض، والعكس بالعكس.

من مجمل هذه النتائج يمكن القول أن اختبار صحة الفرض الثالث القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى اعتماد الشباب المصري والعربي على الوسائل الإعلامية المختلفة والتأثيرات الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل و نقل سفارتها إليها قد انتهي إلى ثبوت صحة هذا الفرض بشكل كلي.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى الثقة في وسائل الإعلام الإلكترونية العربية والعالمية والتأثيرات الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل و نقل سفارتها إليها .

جدول رقم (16)

معنوية بيرسون للارتباط بين **مدى الثقة** في وسائل الاعلام الإلكترونية لدى الشباب المصري والعربي **والتأثيرات** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي الإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل و نقل سفارتها إليها .

	الشباب المصري		الشباب العربي	
	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
التأثيرات السلوكية لوسائل الإعلام العربية	**0.258	0.001	**0.318	0.000
التأثيرات المعرفية لوسائل الإعلام العربية	**0.310	0.000	**0.294	0.001
التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام العربية	**0.327	0.000	**0.308	0.001
التأثيرات السلوكية لوسائل الإعلام العالمية	**0.187	0.001	**0.168	0.001
التأثيرات المعرفية لوسائل الإعلام العالمية	**0.214	0.001	**0.173	0.001
التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام العالمية	**0.209	0.001	**0.186	0.001

* دال عند مستوى معنوية 0.05

** دال عند مستوى معنوية 0.01

لاختبار معنوية الارتباط بين مدى الثقة في وسائل الإعلام الإلكترونية العربية والعالمية والتأثيرات الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي ، وبالنظر إلى أن كلا المتغيرين قد تم قياسه على المستوى الفتري (Interval)، قامت الباحثة باستخدام معامل بيرسون الذى أظهرت قيمه المحسوبة النتائج التالية:

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى **ثقة** الشباب **المصري** في وسائل الإعلام الإلكترونية **العربية** والتأثيرات **السلوكية** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.258، وهى قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زادت ثقة الشباب المصري في وسائل الإعلام الإلكترونية العربية زادت معها في الوقت نفسه التأثيرات السلوكية الحاصلة نتيجة التعرض، والعكس بالعكس.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى **ثقة** الشباب **المصري** في وسائل الإعلام الإلكترونية **العربية** والتأثيرات **المعرفية** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.310، وهى قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زادت ثقة الشباب المصري في وسائل الإعلام الإلكترونية العربية زادت معها في الوقت نفسه التأثيرات المعرفية الحاصلة نتيجة التعرض، والعكس بالعكس.

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى **ثقة** الشباب **المصري** في وسائل الإعلام الإلكترونية العربية والتأثيرات **الوجدانية** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.327، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زادت ثقة الشباب المصري في وسائل الإعلام الإلكترونية العربية زادت معها في الوقت نفسه التأثيرات الوجدانية الحاصلة نتيجة التعرض، والعكس بالعكس.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى **ثقة** الشباب **المصري** في وسائل الإعلام الإلكترونية **العالمية** والتأثيرات **السلوكية** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.187، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.05. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زادت ثقة الشباب المصري في وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية زادت معها في الوقت نفسه التأثيرات السلوكية الحاصلة نتيجة التعرض، والعكس بالعكس.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى **ثقة** الشباب **المصري** في وسائل الإعلام الإلكترونية **العالمية** والتأثيرات **المعرفية** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.214، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.05. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زادت ثقة الشباب المصري في وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية زادت معها في الوقت نفسه التأثيرات المعرفية الحاصلة نتيجة التعرض، والعكس بالعكس.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى **ثقة** الشباب **المصري** في وسائل الإعلام الإلكترونية **العالمية** والتأثيرات **الوجدانية** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.209، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.05. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زادت ثقة الشباب المصري في وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية زادت معها في الوقت نفسه التأثيرات الوجدانية الحاصلة نتيجة التعرض، والعكس بالعكس.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى **ثقة** الشباب **العربي** في وسائل الإعلام الإلكترونية **العربية** والتأثيرات **السلوكية** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.318، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زادت ثقة الشباب العربي في وسائل الإعلام الإلكترونية العربية زادت معها في الوقت نفسه التأثيرات السلوكية الحاصلة نتيجة التعرض، والعكس بالعكس.

- -توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى **ثقة** الشباب **العربي** في وسائل الإعلام الإلكترونية **العربية** والتأثيرات **المعرفية** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.294، وهى قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زادت ثقة الشباب العربي في وسائل الإعلام الإلكترونية العربية زادت معها في الوقت نفسه التأثيرات المعرفية الحاصلة نتيجة التعرض، والعكس بالعكس.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى **ثقة** الشباب **العربي** في وسائل الإعلام الإلكترونية **العربية** والتأثيرات **الوجدانية** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي بنقل السفارة لإسرائيل، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.308، وهى قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زادت ثقة الشباب العربي في وسائل الإعلام الإلكترونية العربية زادت معها في الوقت نفسه التأثيرات الوجدانية الحاصلة نتيجة التعرض، والعكس بالعكس.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى **ثقة** الشباب **العربي** في وسائل الإعلام الإلكترونية **العالمية** والتأثيرات **السلوكية** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.168، وهى قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زادت ثقة الشباب العربي في وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية زادت معها في الوقت نفسه التأثيرات السلوكية الحاصلة نتيجة التعرض، والعكس بالعكس.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى **ثقة** الشباب **العربي** في وسائل الإعلام الإلكترونية **العالمية** والتأثيرات **المعرفية** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.173، وهى قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زادت ثقة الشباب العربي في وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية زادت معها في الوقت نفسه التأثيرات المعرفية الحاصلة نتيجة التعرض، والعكس بالعكس.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى **ثقة** الشباب **العربي** في وسائل الإعلام الإلكترونية **العالمية** والتأثيرات **الوجدانية** الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي بنقل السفارة لإسرائيل، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.186، وهى قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زادت ثقة الشباب العربي في وسائل الإعلام الإلكترونية

العالمية زادت معها في الوقت نفسه التأثيرات الوجدانية الحاصلة نتيجة التعرض، والعكس بالعكس.

- من مجمل هذه النتائج يمكن القول أن اختبار صحة الفرض الرابع القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى الثقة في وسائل الإعلام الإلكترونية العربية والعالمية والتأثيرات الحاصلة نتيجة التعرض لتغطية هذه الوسائل للقرار الأمريكي الإعتراف بالقدس لإسرائيل ونقل سفارتها إليها قد انتهي إلى ثبوت صحة هذا الفرض بشكل كلي.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى الثقة في وسائل الإعلام الإلكترونية العربية والعالمية لدى الشباب المصري والعربي ومدى توافر معايير المصداقية في هذه الوسائل.

جدول رقم (17)

معنوية بيرسون للارتباط بين مدى الثقة في وسائل الاعلام الإلكترونية العربية والعالمية لدى الشباب المصري والعربي ومدى توافر معايير المصداقية في هذه الوسائل

	الشباب المصري		الشباب العربي	
	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
توافر معايير المصداقية لوسائل الإعلام العربية	**0.345	0.000	**0.279	0.001
توافرمعاييرالمصداقية لوسائل الإعلام العالمية	**0.329	0.000	**0.268	0.001

** دال عند مستوى معنوية 0.01

لاختبار معنوية الارتباط بين مدى الثقة في وسائل الإعلام الإلكترونية العربية والعالمية لدى الشباب المصري والعربي ومدى توافر معايير المصداقية في هذه الوسائل، وبالنظر إلى أن كلا المتغيرين قد تم قياسه على المستوى الفتري (Interval)، قامت الباحثة باستخدام معامل بيرسون الذى أظهرت قيمه المحسوبة النتائج التالية:

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى **ثقة** الشباب **المصري** في وسائل الإعلام الإلكترونية **العربية** ومدى توافر **معايير المصداقية** في هذه الوسائل، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.345، وهى قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زادت ثقة الشباب المصري في وسائل الإعلام الإلكترونية العربية زادت معها في الوقت نفسه معايير المصداقية في هذه الوسائل، والعكس بالعكس.
- -توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى **ثقة** الشباب **المصري** في وسائل الإعلام الإلكترونية **العالمية** ومدى توافر معايير **المصداقية** في هذه الوسائل، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.329،

وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زادت ثقة الشباب المصري في وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية زادت معها في الوقت نفسه معايير المصداقية في هذه الوسائل، والعكس بالعكس.

- -توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى **ثقة** الشباب **العربي** في وسائل الإعلام الإلكترونية **العربية** ومدى توافر **معايير المصداقية** في هذه الوسائل، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.279، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زادت ثقة الشباب العربي في وسائل الإعلام الإلكترونية العربية زادت معها في الوقت نفسه معايير المصداقية في هذه الوسائل، والعكس بالعكس.
- -توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى **ثقة** الشباب **العربي** في وسائل الإعلام الإلكترونية **العالمية** ومدى توافر معايير **المصداقية** في هذه الوسائل، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0.268، وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعنى أنه كلما زادت ثقة الشباب العربي في وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية زادت معها في الوقت نفسه معايير المصداقية في هذه الوسائل، والعكس بالعكس
- من مجمل هذه النتائج يمكن القول أن اختبار صحة الفرض الخامس القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مدى الثقة في وسائل الإعلام الإلكترونية العربية والعالمية لدى الشباب المصري والعربي ومدى توافر معايير المصداقية في هذه الوسائل قد انتهي إلى ثبوت صحة هذا الفرض بشكل كلي.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب عينة الدراسة في مصداقية وسائل الإعلام الإلكترونية العربية والعالمية لديهم بحسب المتغيرات التالية (النوع، والسن، والتصنيف، والمرحلة التعليمية، والتوزيع الجغرافي).

معنوية الفروق بين الشباب عينة الدراسة في مصداقية وسائل الإعلام الإلكترونية العربية لديهم بحسب المتغيرات التالية (النوع، والسن، والتصنيف، والمرحلة التعليمية، والتوزيع الجغرافي)

جدول رقم (18)

المتغيرات		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجات الحرية	إحصائي الاختبار	مستوى المعنوية
النوع	ذكر	149	23.54	12.89	298	T= 0.499-	0.654
	أنثى	151	22.14	13.21			
السن	18 لأقل من 26 سنة	203	24.14	11.11	298	T= 0.510	0.610
	26 إلى 35 سنة	97	23.54	11.64			
التصنيف	مصري	167	22.06	9.745	298	T= 0.150	0.881
	عربي	133	21.91	9.352			
المرحلة الدراسية	مرحلة الليسانس أو البكالوريوس	139	24.31	13.45	3 296	F= 3.632	0.156
	مرحلة التمهيدي	40	27.84	13.16			
	مرحلة الماجستير	70	24.81	13.28			
	مرحلة الدكتوراه	51	20.59	8.933			
القطاع الجغرافي	شباب مصري	167	21.43	11.13	3 296	F= 7.838	0.056
	شباب خليجي	45	22.75	11.08			
	شباب شامي	70	20.03	11.41			
	شباب شمال أفريقيا	18	19.02	11.10			

كما يتضح من بيانات هذا الجدول رقم (18)، فبالنظر إلى القيم المحسوبة لإحصائي الاختبار T للفروق بين الشباب عينة الدراسة في مصداقية وسائل الإعلام الإلكترونية العربية لديهم بحسب متغيرات النوع والسن والتصنيف، وكذا جميع القيم المحسوبة لإحصائي الاختبار F للفروق بين الشباب عينة الدراسة في مصداقية وسائل الإعلام الإلكترونية العربية لديهم بحسب متغيرات المرحلة الدراسية والقطاع الجغرافي، نجد أنها جميعا غير دالة إحصائيا ($P>0.05$). ما يعنى أن هذه المتغيرات لم تكن قادرة على إحداث فارقًا بين المبحوثين في مصداقية وسائل الإعلام الإلكترونية العربية لديهم. ويعرض الجدول التالي لمعنوية الفروق بين الشباب عينة الدراسة في مصداقية وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية لديهم بحسب المتغيرات ذاتها.

جدول رقم (19)
معنوية الفروق بين الشباب عينة الدراسة في مصداقية وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية لديهم بحسب المتغيرات التالية (النوع، والسن، والتصنيف، والمرحلة التعليمية، والتوزيع الجغرافي)

المتغيرات		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجات الحرية	إحصائي الاختبار	مستوى المعنوية
النوع	ذكر	149	20.11	12.75	298	T= 4.108-	0.098
	أنثى	151	22.36	11.21			
السن	18 لأقل من 26 سنة	203	22.45	9.05	298	T= 2.619	0.136
	26 إلى 35 سنة	97	21.30	10.58			
التصنيف	مصري	167	21.72	9.745	298	T= 2.647-	0.328
	عربي	133	22.51	9.352			
المرحلة الدراسية	مرحلة الليسانس أو البكالوريوس	139	22.11	9.157	3 296	F= 5.247	0.142
	مرحلة التمهيدي	40	21.53	11.16			
	مرحلة الماجستير	70	20.97	11.28			
	مرحلة الدكتوراه	51	20.16	11.45			
القطاع الجغرافي	شباب مصري	167	21.32	11.24	3 296	F= 7.256	0.087
	شباب خليجي	45	22.50	11.18			
	شباب شامي	70	21.17	11.56			
	شباب شمال أفريقيا	18	19.02	11.75			

كما يتضح من بيانات هذا الجدول رقم (19)، فبالنظر إلى القيم المحسوبة لإحصائي الاختبار T للفروق بين الشباب عينة الدراسة في مصداقية وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية لديهم بحسب متغيرات النوع والسن والتصنيف، وكذا جميع القيم المحسوبة لإحصائي الاختبار F للفروق بين الشباب عينة الدراسة في مصداقية وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية لديهم بحسب متغيرات المرحلة الدراسية والقطاع الجغرافي، نجد أنها جميعا غير دالة إحصائيا ($P>0.05$). ما يعنى أن هذه المتغيرات لم تكن قادرة على إحداث فارقًا بين المبحوثين في مصداقية وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية لديهم.

من مجمل هذه النتائج يمكن القول أن اختبار صحة الفرض السادس القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب عينة الدراسة في مصداقية وسائل الإعلام الإلكترونية العربية والعالمية لديهم بحسب المتغيرات التالية (النوع، والسن، والتصنيف، والمرحلة التعليمية، والتوزيع الجغرافي) قد انتهي إلى ثبوت عدم صحة هذا الفرض بشكل كلي.وهى تتفق مع نتائج دراسة حسن إبراهيم المرسي (2016)(59)و دراسة يزن على مصطفى طلفاح (2016)(60)وهدير فايز الطوالبة (2014)**(61)**.

خاتمة الدراسة :

- شكلت نسبة الشباب المصرى من عينة المبحوثين 56% تقريبا،وكانت نسبة الإناث50%من إجمالى العينة، وشكلت الفئة العمرية 18- 26 سنة أغلبية المبحوثين بنسبة 68% تقريبا،و 46% من المبحوثين ممن هم في مرحلة البكالوريوس أو الليسانس في مختلف الجامعات المصرية ،والنسبة الباقية في مرحلة الدراسات العليا .
- يتساوى الشباب الجامعى المصرى و العربى فى متابعة الأحداث المحلية في بلدانهم بشكل مرتفع بنسبة 60% ، و متابعة الأحداث العربية أيضا بنسبة مرتفعة بلغت 54% ويتساوى اهتمامهم بالأحداث العالمية فى المرتبة الثانية بنسبة 33% .
- احتلت شبكات التواصل الإجتماعى المركز الأول لدى الشباب المصرى كمصدر للمعلومات بنسبة 31% ،بينما احتلت المواقع الإلكترونية الإخبارية المركز الأول لدى الشباب العربي بنسبة 28% تقريبا ،بينما تراجع اعتمادهم علي الصحف و المجلات الورقية (متابعة منخفضة)لدى المبحوثين جميعا في متابعة الحداث المحلية والعربية والعالمية .
- تقدمت المواقع الإخبارية مصادر المبحوثين فى متابعة الأحداث الجارية (متابعتهابشكل مرتفع)بوزن نسبي 51% للأحداث المحلية ،و47% للأحداث العربية ، 50% للأحداث العالمية .
- جاءت الموضوعات السياسية فى مقدمة اهتمام المبحوثين بوزن نسبي 20% .
- تابع القرار الأمريكى بشأن القدس 97% من المبحوثين ممن تم إكمال الإستبيان معهم .
- كان اعتماد 75% من المبحوثين على المواقع الإخبارية و شبكات التواصل الإجتماعى بشكل كبير ،وارتفاع معدلات الإعتماد عليها في متابعة القرار الأمريكى .
- أن خصائص وسائل الإعلام الإلكترونية العربية والعالمية على حد سواء كانت سبب الإعتماد عليها في متابعة القرار وهى (سهولة الحصول على المعلومات – تقديم معلومات فورية – التغطية السريعة للأحداث – إمكانيات التفاعلية – التحديث المستمر – رخص التكلفة – الروابط) .
- أن ثقة الشباب العربي والمصرى فى وسائل الإعلام الإلكترونى كبيرة(اثق بدرجة كبيرة)
- تشابه معدل مصداقية تغطية وسائل الإعلام الإلكترونية العربيةو العالمية لدى عينة الدراسةمن الشباب العربي و الشباب المصري فى تغطية القرار الأمريكى ، و كانت متوسطة بالنسبة للوسائل العربية و منخفضة بالنسبة للعالمية ،وكانت معايير المصداقية من وجهة نظرهم (الإعتماد على

مراسليها – الإعتماد على مصادرمتخصصة- عرض الأحداث بدقة – استخدام ارقام لتأكيد الحدث – تقديم تحليلات و تعليقات شاملة حول القرار- دعم تغطيتها للأحداث بمواد فيلمية و صور ووسائط متعددة)، وأن هذه المعايير تتوفر بدرجة مرتفعة فى وسائل الإعلام العربية ، و انخفاضها بالنسبة للوسائل العالمية و ربما يعود ذلك لطبيعة القضية وتبعية وسائل الإعلام العالمية للولايات المتحدة الأمريكية مما أثر على مصداقيتها لدى الجمهور العربي ،وذلك على الرغم من تباين كثير من المواقف الأوربية والدولية عن الموقف الأمريكى فيما يخص القرار .

- وكانت مصداقية وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية متوسطة لدى الشباب العربي ومنخفضة بوجه عام لدى الشباب المصري .
- ارتفاع نسبة التأثيرات الوجدانية للإعتماد على وسائل الإعلام الإلكترونية لدى الشباب المصري ،وانخفاضها لدى الشباب العربى من الجنسيات الأخرى ،بينما ارتفعت التأثيرات المعرفية لدى الشباب العربى و الشباب المصرى ،بينما انخفضت التأثيرات السلوكية لدى المبحوثين جميعهم ، وربما يعود ذلك لانكفاء أغلب الدول العربية والتى شملتها عينة الدراسة على مشكلاتها الداخلية ، و تراجع الأهتمام بالقضية الفلسطينية أمام المشكلات الداخلية لكل دولة ، وربما لقناعات تشكلت لدى الشباب العربي عدم جدوى التظاهرات التى تنطلق ضد العدو الإسرائيلى من وقت لآخر ، و من بلد لآخر فهى غير مجدية لحل أو تحريك القضية .، على الرغم من أن العينة تشمل عدد من الباب الفلسطينى .
- أوضحت الدراسة عدم تأثير المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين في تقييمهم لمصداقية وسائل الإعلام سواء العربية و العالمية .
- أوضحت الدراسة وجود علاقة ارتباطية ضعيفة بين متابعة الشباب العربى لوسائل الإعلام الإلكترونية العربية و العالمية و بين مصداقيتها لديهم ،ووجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين مدى اعتماد الشباب العربى على وسائل الإعلام العربي و العالمى و بين مصداقيتها لديهم .
- كما أوضحت الدراسة وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين مدىاعتماد الشباب العربي على وسائل الإعلام الإلكترونية العربية و العالمية و بين التأثيرات الناتجةعن هذا الإعتماد.
- وتثير هذه الدراسة الإهتمام بمواصلة إجراء الأبحاث فى مجال المصداقية مع تغيير الإطار النظرى ،ومجتمع الدراسة ،وعلى وسائل إعلامية أخرى .

المراجع :

1- رنا محمد أبو اليزيد السيد عمر : مصداقية التغطية الخبرية فى الصحافة المصرية لأحداث التحول الديمقراطى بعد ثورة 25 يناير "دراسة تطبيقية مقارنة" ، ماجستير غير منشورة ، جامعة المنصورة ، كلية الآداب قسم الإعلام ، 2018 .

2- إبراهيم حسن المرسى التوام : مصداقية المواقع الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية وعلاقتها بالتنافر المعرفى، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، المجلد 15 ، العدد 4 ، أكتوبر – ديسمبر ، 2016 .

3- وفاء عبد الخالق ثروت : مصداقية المواقع الالكترونية للقنوات الأوربية الموجهة باللغة العربية لدى الجمهور المصرى ، دراسة حالة للتغطية الإعلامية للعمليات الإرهابية لتنظيم داعش ، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، المجلد 15 ، العدد 4 ، أكتوبر – ديسمبر ، 2016 .

4- يزن على مصطفى طلفاح : مصداقية المواقع الإخبارية الأردنية لدى أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين، ماجستير غير منشورة ، جامعة اليرموك ، كلية الإعلام ، 2016 .

5- محمد بن زين عبد الرحمن : مصداقية التناول الإعلامى لمشروع قناة السويس الجديدة عبر المواقع الالكترونية وعلاقته بتدعيم الانتماء الوطنى لدى الجمهور ، مجلة دراسات الطفولة ، مجلد (18) ، العدد (69) ، ديسمبر ، 2015 .

6- Jason K. Clark and Abigial. T. Evans, Sources Credibility and persuasion: The Role of Message Position in Self-validation, personality and Social Psychology Bulletion, Vo.,(40), No. (8), 2014.

7- ريهام أحمد الحبيبى : مصداقية المضامين الدينية الإسلامية فى وسائل الإعلام الجديدة لدى الجمهور المصرى "دراسة مقارنة" ، دكتوراه غير منشورة ، جامعة المنصورة ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، 2014 .

8- هديل فايز الطوالية : اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعى، ماجستير ، الأردن ، جامعة اليرموك ، كلية الإعلام ، 2014 ، متاحة على موقع إربد رابط:
https://search.mandumah.com/record/719550

9- Miriam J. Metzger, Andrew, Iflanagin, Credibility and trust pf information in online environments: The Use of Cognitive Heuristics, Journal of PRAGMATICS, 59 (2013).

10- Ali Sayed Mohamed, Media Credibility: A Review of the literature and measure validation, Egyptian Journal of Mass Communication research,, Vol. 40, April, June, 2012.

11- محمد عبد البديع السيد : تأثير التعرض للانترنت على مستويات مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية لدى الشباب فى جامعتى بنها والحدود الشمالية لمصر والسعودية "دراسة ميدانية مقارنة" ، مجلة كلية الآداب ، جامعة الزقازيق ، 2012 .

12- ماجدة محمد عبد العزيز مراد : مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية وعلاقتها برؤية النخبة الجامعية لحرية الإعلام ، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة ، المجلد العدد6 ، إبريل2008، ص13-89.

13- سامى السعيد النجار : مصداقية الصحف المصرية لدى النخبة السياسية ، دراسة حالة للتغطية الصحفية الانتخابات البرلمانية 2005 ، مجلة كلية الآداب ، جامعة المنصورة ، العدد (40) ، المجلد الأول ، يناير ، 2007 .

14- خالد صلاح الدين حسن على : مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية ، لدى الجمهور "دراسة كمية كيفية فى إطار النموذج البنائى للمصداقية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد (26) ، يناير – مارس ، 2006 .

15- وائل إسماعيل عبد البارى : مصداقية المواقع الإخبارية على الانترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصرى ، المؤتمر السنوى الحادى عشر ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مستقبل وسائل الإعلام العربية ، مايو ، 2005 .

16- سهام نصار : تأثير المصداقية على علاقة الصفوة بالصحافة المصرية ، المؤتمر العلمى التاسع ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، بعنوان أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق ، الجزء الرابع ، مايو ، 2003.

17- هويدا مصطفى : مصداقية وسائل الإعلام كما تراها النخبة فى مصر ، دراسة حالة للتغطية الإعلامية للحرب على العراق ، بحوث الإعلام ، العدد (21) ، أكتوبر – ديسمبر ، 2003 .
18- Sabina Mihelj, James Stanyer, Theorizing Media, Communication and Social Change: Towards a Processual Approach, Media, Culture & Society, 2018.
19- منى طه محمد: العلاقة بين تعرض الشباب الجامعى الأجنبى المقيم فى مصر للمواقع الإخبارية وبين صورة مصر لديهم "دراسة ميدانية" ، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان، يناير– مارس ، 2018 .
20- Kevin Carillo, Eusebio Scornavacca, Stemfano Za, The Role of Media Dependency in Predicting Continuance Intention to use ubiquitous Media System, Information & Management, (54), 2017. Contents lists available at science direct, journal homepage: www.elsevier.com/locate/im
21- Young Chankim, Joo-Young, SNS Dependency and Interpersonal Story Telling: An Extension of Media System Dependency Theory, New Media and Society, Vo. 19, No. 9, 2017
22- Amy Russell George, Social Media, The Inter and Political Perceptions: Changing Communications Through The Lens of Media Dependency Theory, A Thesis Master of Arts, Gonzage University, Faculty of professional Studies, May, 2016.
23- زينب مصطفى عبد الفتاح الناغى : تأثير تعرض الجمهور المصرى للإعلام الجديد على قارئيه المجلات المطبوعة ، ماجستير غير منشورة ، جامعة المنصورة : كلية الآداب ، قسم الإعلام ، 2016 .
24- حسين على محمد أبو عمر : دور البرامج الحوارية السياسية فى الفضائيات المصرية فى تشكيل معارف الشباب الجامعى المصرى واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية المعاصرة فى مصر خلال الفترة من 30 يونيو 2011 إلى 30 يونيو 2013 "دراسة ميدانية" ، ماجستير غير منشورة ، جامعة المنصورة ، كلية الآداب، قسم الإعلام ، 2015 .
25- سلمى السيد أحمد المرسى الشعراوى : دور الصحافة الالكترونية فى تشكيل اتجاهات الشباب الجامعى نحو قضية الوحدة الوطنية وثقافة المواطنة "دراسة ميدانية" ، ماجستير غير منشورة ، جامعة المنصورة ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، 2015 .
26- Zixue TA, Taosun, Media Dependencies in a Changing Media Environment: The Case of the 2003 SARS Epidemic in China, New Media & Society, Vo. (9), No. (6), 2007.
27- وفاء عبد الخالق ثروت : اعتماد الجمهور على التليفزيون المصرى أثناء الأزمات بالتطبيق على حادث شرم الشيخ ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد (26) ، يناير- مارس ، 2006 .
28- عادل عبد الغفار : مصادر معلومات طلاب الجامعات المصرية لمتابعة أحداث فى الحادى عشر من سبتمبر وتوابعها ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد (20) ، يوليو – سبتمبر ، 2003 .
29- وليد فتح الله بركات : اعتماد الشباب الجامعى الكويتى على وسائل الإعلام فى المعرفة بالقضايا العربية والدولية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد (18) ، يناير – مارس ، 2003 .

(*) تم عرض الاستمارة على عدد من أساتذة الإعلام لتحكيمها وفيما يلى أسماء السادة الأساتذة المحكمين مرتبة أسمائهم أبجدياً :

1- أ.د. سامى السعيد النجار أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلان – كلية الآداب – جامعة المنصورة .
2- أ.م.د. سماح المحمدى أستاذ مساعد صحافة – كلية الإعلام – جامعة القاهرة .
3- أ.د. عبد الجواد سعيد أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام – كلية الآداب – جامعة المنوفية .
4- أ.م.د. عبد الهادى أحمد النجار أستاذ مساعد صحافة قسم الإعلام – كلية الآداب – جامعة المنصورة.
5- أ.م.د. فؤادة البكرى أستاذ مساعد علاقات عامة – جامعة حلوان .
6- أ.د. محمود حسن إسماعيل أستاذ الإذاعة والتليفزيون معهد دراسات الطفولة – جامعة عين شمس .
7- أ.د. محمد معوض أستاذ الإعلام معهد دراسات الطفولة – جامعة عين شمس .

8- أ.م.د. نديه القاضى أستاذ مساعد صحافة قسم الإعلام – كلية الآداب – جامعة المنوفية .
30- عادل عبد الغفار : مرجع سابق ، ص 299-300 .
31- حسن عماد مكاوى وعاطف عدلى العبد : نظريات الإعلام ، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، 2007 ، ص 199 .
32- حسن عماد مكاوى وليلى حسين السيد : الاتصال ونظرياته المعاصرة ، ط12 ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، 2016 ، ص 314 .
33- المرجع السابق ، ص 326-328 .
34- ساندرابول روكيتش وملفين ل. ديفلير : نظريات وسائل الإعلام ، ترجمة: كمال عبد الرءوف ، القاهرة ، الدار الدولية للنشر والتوزيع ، 1993 ، ص 428 .
35- سلمى السيد أحمد المرسى الشعراوى : مرجع سابق ، ص 60 .
36- المرجع السابق ، ص 61-62 .
(**) بتصرف وردت فى الأصل الستين .
37- محمود علم الدين : مصداقية الاتصال ، القاهرة ، دار الوزان للطباعة والنشر ، 1989 ، ص 8 .
38- المرجع السابق ، ص 11 .
39- المرجع السابق ، ص 11-12 .
40- يزن على مصطفى طلفاح : مرجع سابق ، ص 2 .
41- محمد عبد البديع السيد : مرجع سابق ، ص 479 .
42- محمود علم الدين : مرجع سابق ، ص 9 .
43- المرجع السابق ، ص 36 .
44- المرجع السابق ، ص 40-41 .
45- سهام نصار : مرجع سابق ، ص 1387 .
46- المرجع السابق ، ص 1388-1389 .
47- المرجع السابق ، ص 1390 .
48- خالد صلاح الدين حسن على : مرجع سابق ، ص 136 .
49- محمود علم الدين : مرجع سابق ، ص 56-58 .
50- ويكيبيديا https://ar.m.wikipedia.org
51- موقع اليوم السابع 2017/12/21 .
52- موقع اليوم السابع 2017/12/15 .
53- موقع اليوم السابع 2017/12/9 .
54- تم الرجوع فى هذا الجزء إلى :
- (أ ف ب عرب 48) تاريخ النشر 2017/12/25 ، 7 : 56 .
- موقع اليوم السابع 2017/12/23 ، 12 : 31 ، م – 2017/12/21 ، ص 10 : 58 .
- موقع اليوم السابع 2017/12/15 ، 12 : 53 م .
- ويكيبيديا الموسوعة الحرة .

55- سلمى السيد أحمد المرسى الشعراوى .مرجع سابق

56- ريهام أحمد الحبيبي . مرجع سابق

57- خالد صلاح الدين حسن علي . مرجع سابق

58- وفاء عبد الخالق ثروت : مصداقية المواقع الالكترونية للقنوات الأوربية الموجهة باللغة العربية لدى الجمهور المصرى ، دراسة حالة للتغطية الإعلامية للعمليات الإرهابية لتنظيم داعش ، مرجع سابق

59-- إبراهيم حسن المرسى التوام .مرجع سابق

60- يزن على مصطفى طلفاح : مرجع سابق

61- - هديل فايز الطوالبة . مرجع سابق