

## اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول الشؤون الدولية

## The Jordanian audience dependence on the media as a source of current events

1 أ / - أسيل وليد أبو سليم

1- جامعة عبدالمالك السعدي - المغرب

تاريخ القبول: 2021/10/09

تاريخ المراجعة: 2021/09/25؛

تاريخ الاستلام: 2021/09/19؛

## ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى قياس مدى اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول الشؤون الدولية ، ومعرفة الآثار (المعرفية ، الوجدانية ، السلوكية) الناتجة عن هذا الاعتماد ، إذ تنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية ، واعتمدت على المنهج المسحي ، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع المعلومات من عينة قوامها (193) مفردة .

## وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :

1. يتابع أفراد الجمهور الأردني الشؤون الدولية من خلال وسائل الإعلام بشكل دائم.
  2. يعتمد أفراد الجمهور الأردني على السوشل ميديا بشكل كبير كمصدر للمعلومات حول الشؤون الدولية.
  3. تعد الشؤون الصحية من الموضوعات المفضلة التي يتابعها الجمهور الأردني ، تلتها بالمرتبة الثانية الأحداث السياسية.
  4. يفضل الجمهور الأردني متابعة الشؤون الدولية ذات الهوية المحلية على غيرها.
- الكلمات المفتاحية : اعتماد ، الجمهور الأردني ، وسائل الإعلام ، الشؤون الدولية ، مصدر للمعلومات .

## Abstract

This study aimed to measure the extent of the Jordanian audience dependence on the media as a source of current events, and knowing the effects (cognitive, emotional, behavioral) resulting from this dependence, as this study belongs to the field of descriptive studies, it relied on the survey method, and the questionnaire was used as a tool for collecting information from a sample of (193) individuals.

The study reached a number of results, the most important of which are:

1. The Jordanian audience follows current events through the media on a permanent basis.
2. The Jordanian audience relies heavily on social media as a source of information about current events.
3. Health affairs are among the favorite topics pursued by the Jordanian audience, followed by political events in second place.
4. The Jordanian audience prefers following current events with a local identity over others.

**Keywords:** Dependence-The Jordanian audience, The media, Current events, A source of information.

## مقدمة

أدى التطور السريع والهائل في وسائل الاتصال إلى اتساع رقعة انتشارها وتزايد تأثيرها في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع ، وظهرت خطورة الدور الذي تلعبه في الحياة الاجتماعية للفرد والمجتمع على حدٍ سواء، ولم تعد أداة لنقل المعلومات فقط ، بل أصبحت من العوامل المؤثرة في أفكار واتجاهات وسلوكيات الجمهور عن طريق الرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الاتصال المختلفة والتي تعد أهم العناصر التي تركز عليها عملية الاتصال، وتمر عملية إيصال المعلومات بعدة مراحل منها صياغة الرسالة الإعلامية وتوقيت بثها إما عبر قنوات محددة أو عن طريق قادة الرأي سواء الرسميين وغير الرسميين (فاضل ، ص 97 ، 1999) .

ومن ناحية أخرى، فوسائل الإعلام تعتبر مصدرا من مصادر المعرفة التي تعمل على تشكيل وعي الإنسان والتي تسهم في صياغة التصورات والمفاهيم العامة التي يراد تثبيتها في مجتمع معين وتعد وسائل الاتصال الجماهيرية الأكثر قدرة على تكوين الثقافة وهي قادرة على الوصول إلى معظم شرائح المجتمع حتى لو كانوا بالمناطق النائية وهي قادرة على تكوين الرأي وتسييره في اتجاهات معينة ومحددة (شنيات ، 2013 ، ص 5).

وتقوم وسائل الإعلام بدور مهم في تكوين الرأي العام لكثير من الجمهور حيث أصبحت مرجعا لا يستهان به في معرفة آخر الأخبار والمعلومات فهي تكتسب أهميتها وخطورتها كوسائل إعلام وتعليم رئيسية فاعلة، إذ تعمل وسائل الإعلام جاهدة للقيام بمهامها وتحقيق أهدافها فهي تقوم بجمع الأخبار وتحليلها والتحقق من مصداقيتها وتقديمها للجمهور وغالبا ما تكون هذه الأخبار متعلقة بمستجدات الأحداث المحلية والعربية الدولية سواء السياسية أو الاقتصادية وغيرها.

ولعل المتتبع للأوضاع الحالية ، يلاحظ أن وسائل الإعلام تزخر بالأحداث والقضايا ، المختلفة والمتنوعة ، والتي تم الرأي العام ، سواء أعلى المستوى المحلي الأردني ، أم العربي والإقليمي ، ومن أبرز هذه القضايا جائحة كورونا وآثارها وتداعياتها على كافة المستويات الاقتصادية والسياسية والصحية ، وأزمة الفتنة التي واجهتها الأردن في شهر نيسان من العام الحالي ، إضافة إلى أحداث العدوان الإسرائيلي على العديد من المناطق الفلسطينية ، وغيرها من الأحداث التي تم الجمهور الأردني ، وتدفعه لمتابعها عبر وسائل الإعلام.

وبناءً عليه، جاءت هذه الدراسة لتضطلع بمهمة قياس مدى اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول الشؤون الدولية، ومعرفة الآثار (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن هذا الاعتماد، وما مدى ثقتهم بهذه الوسائل .

## إشكالية الدراسة وتساؤلاتها :

تعد وسائل الإعلام بكافة أنماطها (التقليدية ، والجديدة) مصدراً مهماً من مصادر الحصول على المعلومات، إذ بات الجمهور يعتمد عليها في الحصول على آخر الأخبار ، ومعرفة أهم المستجدات في الساحة المحلية أو الدولية ، الأمر الذي أدى بوسائل الإعلام بأن تكتف جهودها لتمييز في كسب ثقة جمهورها ، وتوجيهه نحو الاتجاهات التي تنحازها في خطها التحريري.

وتأسيساً على ما سبق ، تتجسد إشكالية الدراسة في محاولة التعرف إلى مدى اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول الشؤون الدولية.

ومن إشكالية الدراسة السابقة ، تستنبط الباحثة تساؤلات الدراسة على النحو الآتي :

1. ما مدى متابعة الجمهور الأردني للأحداث الجارية في وسائل الإعلام ؟
2. ما درجة اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام في متابعة الشؤون الدولية ؟
3. ما طبيعة الشؤون الدولية المفضل متابعتها لدى الجمهور الأردني من خلال وسائل الإعلام ؟
4. ما هوية الشؤون الدولية المفضل متابعتها لدى الجمهور الأردني من خلال وسائل الإعلام ؟
5. ما الشؤون الدولية المفضل متابعتها لدى الجمهور الأردني من خلال وسائل الإعلام ؟
6. ما درجة ثقة الجمهور الأردني في وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول الشؤون الدولية ؟
7. ما التأثيرات الناتجة عن اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول الشؤون الدولية ؟

## أهمية الدراسة

ترجع الباحثة أهمية هذه الدراسة إلى الاعتبارات التالية :

- ترتب هذه الدراسة أولويات الجمهور الأردني في متابعة الأحداث والقضايا الحالية .
- تقيس هذه الدراسة درجة اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام المختلفة ، وبالتالي هي معنية بمقارنة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد.
- ترصد هذه الدراسة الآثار الناتجة عن اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام في متابعة الشؤون الدولية .

## أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف ، توردها الباحثة كما يلي :

1. مدى متابعة الجمهور الأردني للأحداث الجارية في وسائل الإعلام
2. درجة اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام في متابعة الشؤون الدولية.
3. طبيعة الشؤون الدولية المفضل متابعتها لدى الجمهور الأردني من خلال وسائل الإعلام.
4. هوية الشؤون الدولية المفضل متابعتها لدى الجمهور الأردني من خلال وسائل الإعلام.
5. الشؤون الدولية المفضل متابعتها لدى الجمهور الأردني من خلال وسائل الإعلام.

6. درجة ثقة الجمهور الأردني في وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول الشؤون الدولية.

7. التأثيرات الناتجة عن اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول الشؤون الدولية.

الدراسات السابقة :

أولاً - الدراسات العربية :

1- عصام (2020) . اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام أثناء الأزمات : دراسة حالة لجائحة كوفيد-19 بمصر .

هدفت الدراسة إلى تحديد وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور المصري في متابعة مستجدات انتشار جائحة كوفيد19 في مصر. ورصد وتوصيف التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد . واعتمدت الدراسة على منهج المسح والمنهج المقارن ومنهج دراسة الحالة، واستخدمت الاستبيان التي تم تطبيقها على (400) مفردة من أفراد الجمهور المصري من مستخدمي وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها : تنوعت المصادر التي اعتمد عليها الباحثين في متابعة مستجدات انتشار وباء كورونا ، وقد تصدرت القنوات المصرية المرتبة الأولى تلتها صفحات الأصدقاء بمواقع التواصل الاجتماعي ، كما أظهرت النتائج أن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على وسائل الإعلام في متابعة مستجدات انتشار وباء كورونا وبين الثقة في هذه الوسائل.

2- دراسة شطناوي ، وسعدان (2019). بعنوان: اعتماد الجمهور الأردني على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول حادثة سيول البحر الميت

نظراً للاهتمام المتزايد بدراسة أبعاد علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام والتأثيرات التي تنجم عن هذا الاعتماد أثناء الأزمات والحوادث المختلفة - فإن هذه الدراسة تسعى إلى الكشف عن مدى اعتماد الجمهور الأردني على وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول حادثة سيول البحر الميت ، والتعرف إلى أسباب ودوافع الاعتماد على هذه الوسائل ، وذلك في ضوء الفرضية القائلة بزيادة أهمية الاعتماد على وسائل الإعلام وقت الأحداث والأزمات ، إلى جانب قياس مدى تحقق التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد الجمهور الأردني على وسائل التواصل الاجتماعي خلال الحادثة والدور الذي تؤديه المعلومات المنشورة في تلك الوسائل في تعريف الجمهور بما يحدث في محيطهم الاجتماعي ، خاصة مع اهتمام الجمهور على اختلاف فئاته العمرية والتعليمية والاقتصادية بمتابعة هذه الحادثة وآثارها المختلفة .

النتائج العامة للدراسة :

- تمثلت أهم مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الجمهور الأردني في الحصول على المعلومات حول القضايا والأحداث المختلفة في وسائل التواصل الاجتماعي التي حلت في الترتيب الأول

- ارتفاع معدل اعتماد الجمهور الأردني على وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول القضايا والأحداث الطارئة ، حيث يعتمد عليها حوالي ثلثي عينة الدراسة اعتماداً كبيراً في الحصول على المعلومات حول الموضوعات والقضايا الطارئة.

- تصدر الفيسبوك وسائل التواصل الاجتماعي التي اعتمد عليها الجمهور الأردني في الحصول على المعلومات حول حادثة البحر الميت ، فقد جاء في الترتيب الأول بمتوسط مرتفع .

**3- دراسة الصباح (2016) . بعنوان : اعتماد النخبة على وسائل الإعلام الكويتية للتزود بالمعلومات حول القضايا السياسية الداخلية والخارجية.**

حيث سعت هذه الدراسة إلى رصد مستويات اهتمام النخب الكويتية بالقضايا والموضوعات الداخلية والخارجية . وأوضحت النتائج أن الأزمة السورية احتلت قائمة أولويات النخب الكويتية ، كما توصلت النتائج إلى أن أهم أسباب متابعتهم للقضايا السياسية جاء (لما لها من أثر على الوضع بشكل عام في الوطن العربي) ، وأظهرت النتائج أن النخب الكويتية لديها مستوى مرتفع من المعلومات حول الشخصيات والحقائق.

**4- دراسة راضي (2014) . بعنوان : الاعتماد على وسائل الإعلام وحدود ثقة الجمهور بها.** هدفت الدراسة إلى

قياس مدى اعتمادية الجمهور على وسائل الاعلام بأنواعها المتعددة وعلاقتها بطبيعة الجمهور ووسائل الاعلام في كل من السلিমانية وبغداد وعلى مستوى النخبة الأكاديمية . كما أنها سعت إلى تشخيص حدود الثقة بوسائل الاعلام من قبل الجمهور وتحديد علاقة الثقة تلك بوسائل الاعلام والجمهور في جامعتي سلیمانية وبغداد . وجرى في هذا السياق اختيار عينة من اساتذة جامعتي بغداد وسلیمانية بوصفهما مجالين جغرافيين وبشريين يمكن معهما تحقيق اهداف البحث وعبر اعتماد العينة العشوائية متعددة المراحل لإنجاز متطلبات البحث ، وقد تم التوصل الى نتائج عدة ، من أبرزها :

1 / التعبير عن الثقة البارزة بصحف (الصباح والزمان والمدى) البغدادية وعلى التوالي من قبل القراء في بغداد، مقابل ثقة مماثلة بصحف (اوبنة وهاولاتي ولفين) وعلى التوالي من قبل القراء في سلیمانية .

2 /التعبير عن الثقة البارزة بالإذاعات (سومر، العراقية ودجلة) البغدادية وعلى التوالي من قبل المستمعين في بغداد، مقابل ثقة مماثلة بالإذاعات (كوران، نوا وكوردسات) وعلى التوالي من قبل المستمعين في سلیمانية.

3 / التعبير عن الثقة البارزة بفضائيات (العراقية، الشرقية والزمان) العربية وعلى التوالي من قبل مشاهديها في بغداد، مقابل ثقة مماثلة بفضائيات ( KNN ،NRT ، كورد سات) وعلى التوالي من قبل مشاهديها في سلیمانية.

ثانياً - الدراسات الأجنبية

**1- Westerman,Spence, & Van Der Heide, (2014). Social media as information source: Recency of updates and credibility of information.**

يتزايد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ، بما في ذلك المعلومات المتعلقة بالمخاطر والأزمات. تبحث الدراسة الحالية في كيفية تأثير المعلومات المتوفرة في وسائل التواصل الاجتماعي على مصداقية المصدر، طُلب من المشاركين في الدراسة عرض 1 من 3 صفحات وهمية على Twitter.com والتي غيرت مدى حداثة نشر التغريدات ، ثم الإبلاغ عن مصداقية مصدرهم المتصور لمالك الصفحة. تشير البيانات إلى أن حداثة وأنية التغريدة تؤثر على

مصدقية المصدر. كما تشير البيانات إلى العديد من الآثار المترتبة على المستوى النظري والتطبيقي ، سواء في الاتصال بوساطة الكمبيوتر أو الاتصال بالإنترنت.

## 2- دراسة Kintsfather (1998) بعنوان :

### Individual Media Dependency Relations Within Television Shopping Programming

هدفت الدراسة إلى اختبار نموذج اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام ، واختبار العلاقة بين مدى اعتمادهم على التلفزيون وبين دوافعهم نحو التسوق . اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي ، وتم توزيع الاستبانة على (1500) مستهلك من رواد شبكة التسوق عبر التلفزيون من المنزل . وخلصت الدراسة إلى تطوير نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام بين الأفراد ، حيث وضع الباحث مقاييس لقياس التأثيرات الناتجة عن هذا التعرض ، كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين التعرض للتلفزيون وبين السلوك الشرائي للمستهلك .

### التعليق على الدراسات السابقة :

#### أولاً - مدى التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

- 1- تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في الموضوع البحثي المتناول ، إذ درست الشؤون الدولية بشكل عام دون تحديد لقضية أو موضوع معين ، بينما حددت الدراسات السابقة الموضوع الذي سيعتمد عليه الجمهور في متابعتهم لوسائل الإعلام.
- 2- تشابهت الدراسة الحالية مع جميع الدراسات السابقة حيث انتمائها إلى نوعية الدراسات الوصفية.
- 3- انسجمت الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة من حيث اعتمادها على المنهج المسحي .
- 4- اتفقت الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة من حيث استخدامها للاستبانة كأداة لجمع المعلومات.
- 5- تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة ماعدا دراسة (شطناوي ، 2019) في اختيار الجمهور الأردني كعينة للدراسة.

#### ثانياً - مدى الاستفادة من الدراسات السابقة

- 1- ساعدت الدراسات السابقة في بلورة المشكلة البحثية للدراسة .
- 2- أسهمت الدراسات السابقة في إمداد الباحثة بالمصادر والمراجع حول الموضوع المتناول
- 3- تمكنت الباحثة من تطوير الأداة البحثية بالاعتماد على الدراسات السابقة .

#### نوعية الدراسة ومنهجها

تنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية (وتحديداً دراسة الاتجاهات) التي "تمد الباحثين بكم هائل من المعلومات عن الظواهر الاجتماعية كثيرة ، وذلك يساعد على تصميمات بحثية وتجريبية أكثر دقة ، وتعتبر الدراسات الوصفية أكثر دقة وتحديداً حيث توجه الانتباه إلى ملامح وخصائص وأبعاد معينة لمجال البحث وموضوعه" (بدر ، ص106 ، 2011).

أما المنهج المستخدم في هذه الدراسة فقد جرى توظيف المنهج الوصفي المسحي في هذه الدراسة الذي يعتبر "أحد المناهج التي يعتمد عليها لإجراء الدراسات الوصفية ، باعتباره نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة محل الدراسة ومعرفة مختلف الجوانب ، ويعرف أيضاً بأنه جهد علمي منظم للحصول على معلومات أو أوصاف عن الظاهرة أو الظواهر محل الدراسة". (العبد ، 2000 ، ص 15).

#### مجتمع الدراسة وعينته

يتكون مجتمع الدراسة من جميع أفراد الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية ، ومن تبلغ أعمارهم أكثر من (18) عاماً . أما عينة الدراسة ، فتم توظيف العينة العشوائية ، والتي تعد "إحدى أنواع العينات الإحصائية التي تضمن فرصة ظهور متساوية لكل مفردة من مفردات المجتمع ضمن العينة " (زغيب ، ص 244 ، 2009) . وقد تم اختيار (200) مفردة من

#### أفراد الجمهور الأردني . جدول رقم (1) - عينة الدراسة

النوع الاجتماعي	البدائل	ك	%
النوع الاجتماعي	ذكر	106	53
	أنثى	94	47
	المجموع	200	100
الحالة الاجتماعية	أعزب	90	45
	متزوج	101	50.5
	مطلق	7	3.5
	ارمل	2	1
	المجموع	200	100.0
المستوى التعليمي	ثانوية عامة فأقل	39	46.5
	بكالوريوس	95	47.5
	دراسات عليا	66	33
	المجموع	200	100.0
العمر	أقل من 30 عام	58	29
	من 30 - 40 عام	65	32.5
	من 41 - 51 عام	43	21.5
	52 عام فأكثر	34	17
	المجموع	200	100.0

تشير بيانات الجدول رقم (1) إلى أن نسبة الذكور من أفراد العينة المبحوثة جاءت بما مقداره (53%)، مقارنة بنسبة الإناث التي بلغت (47%).

وبالنسبة للحالة الاجتماعية، فتؤكد النتائج أن نسبة أفراد العينة المتزوجون جاءت بما مقداره (50.5%)، بينما فئة أعزب تلتها في المرتبة الثانية بنسبة (45%)، بينما فئة مطلق شغلت المرتبة الثالثة بنسبة مقدارها (3.5%)، وجاءت فئة أرمل بالمرتبة الأخيرة بما نسبته (1%).

أما فيما يخص المستوى التعليمي لأفراد العينة المبحوثة، فإن من الأفراد الذين يحملون شهادة البكالوريوس جاؤا في المرتبة الأولى، بما نسبته (47.5%)، أما أفراد العينة ممن لديهم تحصيل علمي ثانوية عامة فأقل فشكلوا ما نسبته (46.5%) أما ممن يحملون شهادة الدراسات العليا جاؤا بنسبة (33%).

وفيما يتعلق بالفئات العمرية للمبحوثين، فقد جاءت الفئة العمرية (30-40 عام) بالمرتبة الأولى، وبما نسبته (32.5%)، أما الفئة العمرية (أقل من 30 عام)، فقد جاءت في المرتبة الثانية، وبما نسبته (29%)، وجاءت الفئة العمرية (41-51 عام) في المرتبة الثالثة، وبنسبة مقدارها (21.5%)، أما أولئك الذين أعمارهم (52 عام فأكثر) عام، فقد جاءوا في المرتبة الرابعة والأخيرة، وبنسبة مقدارها (17%).

ومن تحليل هذه النتائج يمكن القول أن أغلبية أفراد العينة المبحوثة هم من الذكور المتزوجون ومن تبلغ أعمارهم (30 - 40 عام) ويحملون شهادة البكالوريوس.

-أداة الدراسة :

إن الاستبانة هي أداة الدراسة المستخدمة في هذه الدراسة من أجل الإجابة عن التساؤلات وتحقيق الأهداف، وتعتبر الاستبانة هي " مجموعة من الأسئلة المتنوعة والتي ترتبط بعضها ببعض بشكل يحقق الهدف الذي يسعى إليه الباحث من خلال المشكلة التي يطرحها بحثه" (النوايسة، 2015، ص 79)

-مقياس أداة الدراسة :

استخدمت الباحثة مقياس ليكرت الثلاثي، والذي يتكون من 3 درجات، هي :

موافق (1)

محايد (2)

غير موافق (3)

وتم وضع مقياس الدراسة العام على النحو الآتي :

$$2 = 1-3$$

2\3 : 0.66 - وهو المدى .

• 1- 1.66 : وتمثل درجة منخفضة

• 1.67 - 2.33 : وتمثل درجة متوسطة

• 2.34- 3 : وتمثل درجة مرتفعة

**- حدود الدراسة :**

تتكون الدراسة من الحدود التالية :

• الحدود المكانية : إذ تم توزيع الاستبانة داخل حدود المملكة الأردنية الهاشمية.

• الحدود الزمانية : تم توزيع الاستبانة خلال العام 2021.

• الحدود البشرية : تم توزيع الاستبانة على أفراد الجمهور الأردني.

**إجراءات الصدق والثبات :**

**- إجراء الصدق :**

قامت الباحثة بإعداد أداة الدراسة (الاستبانة) بصورتها الأولية ، ومن ثم تم عرضها على (3) من الأساتذة ذوي الاختصاص في مجال البحث العلمي الإعلامي<sup>1</sup> ، ليقوموا بإبداء الملاحظات اللازمة وتعديلها فيما بعد لتصبح قابلة للتطبيق والقياس .

**- إجراء الثبات :**

تم اختبار ثبات أداة الدراسة من خلال استخراج معامل الثبات بيرسون ، للأسئلة المكونة من بدائل ، وكانت قيمته (91.1) . أما السؤال الذي يتكون من فقرات وعبارات فقد تم قياس الثبات له من خلال استخراج معامل الثبات كرونباخ ألفا له وقيمته (89.2) . وبناء عليه تكون قيمة الثبات النهائية لأداة الدراسة (90.2) وتعد هذه النتيجة نسبة عالية تنم عن دقة المحاور والأسئلة.

1. د. حاتم علاونة - أستاذ الاعلام في جامعة اليرموك - الأردن

2. د. علي نجادات - أستاذ الإعلام في جامعة اليرموك - الأردن

3. د. زهير الطاهات - أستاذ الإعلام في جامعة اليرموك - الأردن

## - الأساليب الإحصائية

بغية الوصول إلى نتائج دقيقة ، قامت الباحثة بتوظيف الأساليب الإحصائية التالية :

- التكرارات والنسب المئوية.
  - المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
  - اختبار أنوفا لاختبار الفروق الإحصائية بين المتغيرات التي تضم أكثر من بديلين .
  - معامل الثبات بيرسون (P) . لقياس شدة الثبات في أداة الدراسة للأسئلة المتكونة من بدائل.
  - معامل الثبات كرونباخ ألفا . لاختبار وقياس شدة ثبات أداة الدراسة لسؤال الفقرات والعبارات.
- عرض نتائج الدراسة وتحليلها :

أولاً - مدى متابعة الجمهور الأردني للأحداث الجارية في وسائل الإعلام

جدول رقم (2) - مدى متابعة الجمهور الأردني للأحداث الجارية في وسائل الإعلام

المتابعة	التكرار	%
أتابعها بشكل دائم	93	46.5
أتابعها بشكل متوسط	77	38.5
أتابعها بشكل نادر	23	11.5
لا أتابعها على الإطلاق	7	3.5
المجموع	200	100

تشير النتائج في الجدول رقم (2) إلى أن أفراد الجمهور الأردني يتابعون الشؤون الدولية بشكل دائم ، إذ شكلوا مانسبته (46.5%) وهي الأعلى نسبة على القائمة، بينما جاء الذين يتابعون بشكل متوسط في المرتبة الثانية بما نسبته (38.5%) ، أما من يتابعون بشكل نادر شغلوا المرتبة الثالثة بنسبة مئوية مقدارها (11.5%) ، أما أفراد عينة الدراسة الذين لا يتابعون الشؤون الدولية شكلوا أقل نسبة وهي (3.5%) .

وترى الباحثة أن متابعة الجمهور الأردني للأحداث الجارية عبر وسائل الإعلام بشكل دائم يعود إلى كثافة وزخم القضايا المثارة ، سواء ما تشهده الساحة المحلية من غلاء الأسعار ، والوضع المعيشي العام ، والقضايا التي تمس بأمن الأردن ، إضافة إلى الجوانب الاجتماعية والاقتصادية الأخرى ، أو حتى الأحداث على المستوى الدولي مثل جائحة كوفيد-19 التي باتت تشغل

الرأي العام العالمي وتداعياتها وآثارها ، عدا عن الأزمات السياسية والاقتصادية في بعض الدول المجاورة والإقليمية .

ثانياً - درجة اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام في متابعة الشؤون الدولية.

جدول رقم (3) - درجة اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام في متابعة الشؤون الدولية.

المجموع		أعتمد بشكل قليل		أعتمد بشكل متوسط		أعتمد بشكل كبير		درجة الاعتماد
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	الوسيلة الإعلامية
%	100	95.9	185	2.6	5	1.5	3	الصحف الورقية
%	100	13.5	26	40.9	79	45.6	88	القنوات الفضائية
%	100	73	141	14	27	13	25	الإذاعات
%	100	66.7	45	46.1	89	30.6	59	المواقع الإلكترونية
%	100	6.2	12	34.7	67	59.1	114	السوشال ميديا

توضح بيانات الجدول رقم (3) درجة اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام في متابعة الشؤون الدولية ، وتؤكد النتائج أن عينة الدراسة المبحوثة يعتمدون بشكل كبير على الوسائط الإلكترونية بشكل متوسط بنسبة (59.1%) ، بينما أظهرت النتائج أنهم يعتمدون على المواقع الإلكترونية بشكل متوسط بنسبة (46.1%) ، أما الصحف الورقية فقد كشفت النتائج أن العينة المبحوثة من أفراد الجمهور الأردني يعتمدون عليها بشكل قليل بنسبة وصلت إلى (95.9%).

وتجد الباحثة أن اعتماد أفراد عينة الدراسة على السوشال ميديا بشكل أكبر من غيرها ، يعود إلى درجة التأثير التي تتمتع بها هذه الوسائل لا سيما على ثقافة المجتمع، ومن وجهة نظر الباحثة أن الحرية التي تتمتع بها هذه الوسائل تسمح لها بطرح العديد من القضايا المجتمعية ومناقشتها دون قيود؛ كالقضايا الصحية، والاختلافات الثقافية، والعلاقات العامة، إضافة إلى ما تتميز بها شبكات التواصل الاجتماعي من مميزات غير موجودة في الوسائل التقليدية مثل التفاعل ، وتمكين الأفراد من التعليق ، والمشاركة والتفاعل مع الأحداث بحرية تامة.

ثالثاً - طبيعة الشؤون الدولية المفضل متابعتها لدى الجمهور الأردني من خلال وسائل الإعلام.

جدول رقم (4) - طبيعة الشؤون الدولية المفضل متابعتها لدى الجمهور الأردني من خلال وسائل الإعلام.

\* تمكن المبحوثون في هذا السؤال من اختيار أكثر من بديل

المرتبة	%	التكرار	طبيعة الموضوعات
الثانية	21.8	133	الأحداث السياسية
الثالثة	20.4	124	الأحداث الاجتماعية
الرابعة	17.6	107	الأحداث الاقتصادية
السادسة	4.3	26	الأحداث العلمية والتكنولوجية
السادسة	4.3	26	الأحداث الثقافية
السابعة	1	7	الأحداث الرياضية
الخامسة	6.1	37	الأحداث الدينية
الأولى	24.5	149	شؤون صحية
	100	609	المجموع

تبين النتائج في الجدول رقم (4) طبيعة الموضوعات التي يتابعها أفراد الجمهور الأردني من خلال وسائل الإعلام، إذ جاءت شؤون صحية في المرتبة الأولى بأعلى نسبة مئوية بلغ مقدارها (24.5%)، تلتها بالمرتبة الثانية الأحداث السياسية بنسبة (21.8%)، أما المرتبة الثالثة فشغلتها الأحداث الاجتماعية بنسبة (20.4%)، وجاءت الأحداث الاقتصادية بالمرتبة الرابعة بما نسبته (17.6%)، بينما استقرت الأحداث الدينية بالمرتبة الخامسة بنسبة (6.1%)، وتساوت الأحداث العلمية والتكنولوجية والثقافية بالمرتبة السادسة بنسبة مئوية مقدارها (4.3%) لكل منهما، أما الأحداث الرياضية فجاءت بالمرتبة السابعة والأخيرة على القائمة بما نسبته (1%).

ومن وجهة نظر الباحثة فإن اهتمام الجمهور الأردني بالشؤون الصحية بدرجة كبيرة، يعود لانتشار جائحة كوفيد-19، وسيطرهما على الحياة بكافة مناحيها، إضافة إلى الآثار والتداعيات التي خلفتها هذه الجائحة، الأمر الذي جعلها تسيطر ليس فقط على الرأي العام المحلي، بل الإقليمي والدولي أيضاً، أما الاهتمام بالأحداث السياسية فترجع الباحثة

ذلك إلى أن فترة الدراسة جاءت مع قضية الفتنة في الأردن وأحداث حي الشيخ جراح في فلسطين ، إذ أن هاتين القضيتين شغلنا الرأي العام المحلي والعربي في وقتها ، لذا احتلنا أهمية ومكانة على سلم أولويات الجمهور .

رابعاً - هوية الشؤون الدولية المفضل متابعتها لدى الجمهور الأردني من خلال وسائل الإعلام.

جدول رقم (5) - هوية الشؤون الدولية المفضل متابعتها لدى الجمهور الأردني من خلال وسائل الإعلام.

المرتبة	%	التكرار	هوية الاحداث
الأولى	32.1	62	الأحداث المحلية
الثانية	28.5	55	الأحداث العربية
الثالثة	21.2	41	الأحداث الإقليمية
الرابعة	18.2	35	الأحداث الدولية
	<b>100</b>	<b>193</b>	<b>المجموع</b>

تظهر نتائج الجدول رقم (5) هوية الشؤون الدولية المفضل متابعتها لدى أفراد الجمهور الأردني من خلال وسائل الإعلام ، وتبين أن الأحداث المحلية تصدرت القائمة بأعلى نسبة مئوية بلغ مقدارها (32.1%) ، بينما جاءت الأحداث العربية في المرتبة الثانية بنسبة (28.5%) ، أما المرتبة الثالثة فقد شغلتها الأحداث الإقليمية بما نسبته (21.2%) ، بينما استقرت الأحداث الدولية بالمرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة مئوية مقدارها (18.2%).

وتفسر الباحثة الاهتمام بالقضايا والأحداث المحلية لدى أفراد العينة المبحوثة قد يعود لأمرين ، أن عينة الدراسة هي من أفراد الجمهور الأردني لذا من الطبيعي أن يتوجه اهتمامه أكثر بالشؤون المحلية ، والسبب الثانية أن فترة الدراسة تزامنت مع زخم في الأحداث المحلية تتمثل في قضية الفتنة ، ارتفاع الأسعار ، مطعم كوفيد - 19 ، وغيرها من القضايا المحلية التي شغلت الرأي العام المحلي الأردني .

وفيما يخص الاهتمام بالأحداث العربية ، من الممكن أن يعود ذلك إلى أن معظم الدول العربية المجاورة للأردن تزخر بالأحداث والقضايا ، مثل فلسطين التي شهدت عدوان إسرائيلي على معظم مناطقها ، والعراق الذي يعاني من أزمات داخلية وخارجية ، والأوضاع المتردية في لبنان التي شغلت المشهد الإعلامي . وغيرها الكثير .

خامساً - الشؤون الدولية المفضل متابعتها لدى الجمهور الأردني من خلال وسائل الإعلام.

جدول رقم (6) - الشؤون الدولية المفضل متابعتها لدى الجمهور الأردني من خلال وسائل الإعلام.

#	الشؤون الدولية المفضلة	التكرار	%	المرتبة
1.	الأحداث الفلسطينية 2021	102	12.7	الثالثة
2.	أزمة سد النهضة في مصر	22	2.7	التاسعة
3.	انفجار دبي	31	3.8	الثامنة
4.	الأوضاع اللبنانية	59	7.2	السابعة
5.	الانتخابات الرئاسية السورية	12	1.5	الحادي عشر
6.	اتهامات ترامب ومسائلته	7	0.9	الثاني عشر
7.	أزمة كورونا	193	23.8	الأولى
8.	الأوضاع التونسية	19	2.3	العاشرة
9.	قضية الفتنة في الأردن	114	14	الثانية
10.	العلاقات السعودية - الإماراتية	88	10.8	الرابعة
11.	اغتيال رئيس هايتي	1	0.1	السادس عشر
12.	الانتهيارات الأرضية في اليابان	2	0.2	الخامس عشر
13.	احتجاجات ومظاهرات عربية	3	0.4	الرابع عشر
14.	احتجاجات ومظاهرات دولية	4	0.5	الثالث عشر
15.	حروب وأزمات عربية	87	10.7	الخامسة
16.	حروب وأزمات دولية	68	8.4	السادسة
	<b>المجموع</b>	<b>812</b>	<b>100</b>	

\* تمكن المبحوثون في هذا السؤال من اختيار أكثر من بديل

تظهر بيانات الجدول رقم (6) الشؤون الدولية التي يفضل الجمهور الأردني متابعتها من خلال وسائل الإعلام ، وتبين النتائج أن أزمة كورونا تصدرت القائمة بأعلى نسبة مئوية بلغت ما مقداره (23.8%) ، تلتها في المرتبة الثانية قضية الفتنة في الأردن بنسبة (14%) ، وجاءت الأحداث الفلسطينية 2021 في المرتبة الثالثة بما نسبته (12.7%) ، أما المرتبة

الرابعة فشغلته العلاقات السعودية - الإماراتية بنسبة مئوية مقدارها (10.8%) ، أما حروب وأزمات عربية فجاءت في المرتبة الخامسة بنسبة (8.4%) ، تلتها في المرتبة السادسة الأوضاع اللبنانية بما نسبته (7.2%) .

وبإعادة قراءة بيانات الجدول السابق ، نجد أن (انفجار دبي ، أزمة سد النهضة ، الأوضاع التونسية ، الانتخابات الرئاسية السورية ، اتهامات ترامب ومسائلته ، احتجاجات ومظاهرات دولية ، احتجاجات ومظاهرات عربية ، الانهيارات الأرضية في اليابان ، اغتيال رئيس هانتي) شغلت مراتب متأخرة من القائمة ولم تصل نسبة منها إلى (5%) . وتفسر الباحثة النتائج التي توصل إليها هذا السؤال ، بأن جائحة كوفيد - 19 ، لازالت تحتل أهمية وأولوية لدى الرأي العام ، وفي وسائل الإعلام ، على الرغم من مرور أكثر من عام عليها ، ومرد ذلك إلى أن الجائحة خلفت آثار وتدايعات اقتصادية وسياسية واجتماعية ، وهو ما جعل الرأي العام لا يزال منشغلاً بها.

أما بخصوص قضية الفتنة ، فقد تزامن توقيت إجراء الدراسة مع أحداث قضية الفتنة في الأردن ، ولما كانت هذه القضية تحتل أهمية كبيرة لدى الشارع الأردني ، لأنها مرتبطة بأمن واستقرار البلد ، فقد احتلت مكانة متقدمة على سلم أولوياتهم.

إضافة إلى ما تقدم ، تجد الباحثة أن الأحداث الفلسطينية 2021 ، جذبت اهتمام الرأي العام الأردني نظراً للعلاقة التاريخية التي تربط البلدين ببعضهما ، وعلى اعتبار أن القضية الفلسطينية هي القضية الرئيسية والاولى لدى الأردن الذي يعتبر توأم فلسطين الشقيق .

سادساً - درجة ثقة الجمهور الأردني في وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول الشؤون الدولية

جدول رقم (7) - درجة ثقة الجمهور الأردني في وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول الشؤون الدولية

المرتبة	%	التكرار	درجة الثقة
الثانية	28	54	أثق بشكل كبير
الأولى	38.9	75	أثق بشكل متوسط
الثالثة	17.2	33	أثق بشكل قليل
الرابعة	16.1	31	لا أثق على الإطلاق
	<b>100</b>	<b>193</b>	<b>المجموع</b>

توضح بيانات الجدول رقم (7) درجة ثقة أفراد الجمهور الأردني بوسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول الشؤون الدولية ، ويتبين أنهم يتقنون بدرجة متوسطة بهذه الوسائل بنسبة مئوية وصلت إلى (38.9%) ، أما أثق بشكل كبير فجاءت بالمرتبة الثانية بنسبة (28%) ، بينما شغلت أثق بشكل قليل المرتبة الثالثة بنسبة مقدارها (17.2%) ، بينما شكل أفراد العينة المبحوثة ممن لا يتقنون على الإطلاق المرتبة الرابعة والأخيرة وشكلوا ما نسبته (16.1%) .

واستناداً إلى النتائج السابقة ، تجد الباحثة أن الثقة بوسائل الإعلام بدرجة متوسطة يعد أمراً مقبولاً ومنطقياً ، خصوصاً كما وضحت النتائج السابقة أنهم يعتمدون على السوشل ميديا بدرجة كبيرة في استقاء المعلومات ، الامر الذي يعزز مصداقية المصدر مع انتشار ما يعرف بصحافة المواطن ، ونشر الأحداث فور وقوعها ومن مكان الحدث ومن أفراد شهود عيان ، دون وجود حاجة أو غاية لتضليل الأحداث وفقه أجندات معينة.

سابعاً - التأثيرات الناتجة عن اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول الشؤون الدولية.

جدول رقم (8) - التأثيرات الناتجة عن اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول الشؤون الدولية

#	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1.	أزالت الغموض لدي حول القضايا التي أتابعها	2.39	0.805	مرتفعة
2	كونت لدي الاتجاهات إزاء القضايا المثارة من خلال دفعها بالعديد من الأفكار والآراء المدعمة	2.68	0.687	مرتفعة
3.	رتبت أولوياتي إزاء الأحداث والقضايا المثارة	2.54	0.714	مرتفعة
4.	أثرت على نظم معتقداتي بشكل كبير	2.19	1.04	متوسطة
5.	عززت لدي القيم المجتمعية	2.24	0.986	متوسطة
6.	أصابني بالفثور العاطفي إزاء الأحداث المتناولة لكثرة تكرارها	1.66	1.16	منخفضة
7.	أصابني بالخوف والقلق	1.84	1.09	متوسطة
8.	دفعني للقيام بالأنشطة حيال متابعتي للأحداث والقضايا المتناولة في وسائل الإعلام	2.34	0.900	مرتفعة
9.	لم تدفعني بالقيام بأي سلوك أو عمل	1.64	1.42	منخفضة
	<b>المتوسط العام</b>	2.17	0.857	متوسطة

تبين بيانات الجدول رقم (8) آثار اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول الشؤون الدولية، والتي تراوحت بين الآثار المعرفية، والوجدانية، والسلوكية. وتظهر النتائج أن المتوسط العام لإجابات أفراد عينة الدراسة لهذا السؤال بلغ ما مقداره (2.17) ، وبمقارنة هذا المتوسط بالمقياس العام للدراسة نجد أن حقق درجة متوسطة. ويتضح أن العبارة رقم (2) وهي (كونت لدي الاتجاهات إزاء القضايا المثارة من خلال دفعها بالعديد من الأفكار والآراء المدعمة) جاءت بالمرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (2.68) ، وبمقارنة هذا المتوسط مع المقياس العام للدراسة نجد أنه يشير إلى درجة مرتفعة في إجابات أفراد العينة المبحوثة.

أما المرتبة الثانية فشغلتها العبارة رقم (3) وهي (رتبت أولوياتي إزاء الأحداث والقضايا المثارة) بمتوسط حسابي مقداره (2.54) ، وبمقارنة هذا المتوسط مع المقياس العام للدراسة نجد أنه يشير إلى درجة مرتفعة في إجابات أفراد العينة المبحوثة.

أما العبارة رقم (1) وهي (أزالت الغموض لدي حول القضايا التي أتابعها) فقد شغلت المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي مقداره (2.39) ، وبمقارنة هذا المتوسط مع المقياس العام للدراسة نجد أنه يشير إلى درجة مرتفعة في إجابات أفراد العينة المبحوثة ، تلتها في المرتبة الرابعة العبارة رقم (8) وهي (دفعني للقيام بالأنشطة حيال متابعتي للأحداث والقضايا المتناولة في وسائل الإعلام) بمتوسط حسابي مقداره (2.34) ، وبمقارنة هذا المتوسط مع المقياس العام للدراسة نجد أنه يشير إلى درجة مرتفعة في إجابات أفراد العينة المبحوثة.

وبالعودة إلى النتائج السابقة نجد أن العبارات رقم (4، 5، 7) قد شغلت المراتب الخامسة ، السادسة ، والسابعة على التوالي ، إذ حققت هذه العبارات درجة متوسطة في إجابات أفراد العينة المبحوثة .

أما العبارتين رقم (6، 9) فقد شغلنا مراتب متأخرة من القائمة ، وحققت درجة منخفضة في إجابات أفراد العينة المبحوثة.

### ملخص نتائج الدراسة :

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، نجلها وفق الآتي :

1. يتابع أفراد الجمهور الأردني الشؤون الدولية من خلال وسائل الإعلام بشكل دائم.
2. يعتمد أفراد الجمهور الأردني على السوشل ميديا بشكل كبير كمصدر للمعلومات حول الشؤون الدولية.
3. تعد الشؤون الصحية من الموضوعات المفضلة التي يتابعها الجمهور الأردني ، تلتها بالمرتبة الثانية الأحداث السياسية.
4. يفضل الجمهور الأردني متابعة الشؤون الدولية ذات الهوية المحلية على غيرها.
5. تعد أزمة كورونا أهم الشؤون الدولية التي يفضل الجمهور الأردني متابعتها من خلال وسائل الإعلام.
6. ثقة الجمهور الأردني بوسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول الشؤون الدولية متوسطة.

7. من أبرز آثار اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول الشؤون الدولية أنها كونت لديهم الاتجاهات إزاء القضايا المثارة من خلال دفعها بالعديد من الأفكار والآراء المدعمة.

#### -التوصيات :

#### بناء على النتائج التي توصلت إليها الدراسة ، توصي الباحثة بما يلي :

1. إجراء دراسة تحليلية متخصصة حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات في أوقات الأزمات .
2. إجراء دراسة نوعية حول أزمة كورونا في وسائل الإعلام المحلية ، واتجاهات الجمهور نحوها.
3. دعوة وسائل الإعلام الجديدة إلى التمسك بأخلاقيات العمل الصحفي ، وتدعيم أخبارها بالمصادر الموثوقة ، لتحافظ على مستوى شعبيتها لدى الجمهور .
4. إجراء دراسة مقارنة حول الآثار الناتجة عن اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام التقليدية ، ووسائل الإعلام الجديدة.

## قائمة المراجع :

## أولاً - المراجع العربية

1. إيمان ، عصام (2020) . اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام أثناء الأزمات : دراسة حالة لجائحة كوفيد-19 بمصر. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* . المجلد (19) . العدد (4).
2. بدر ، أحمد (2011) . *أصول البحث العلمي ومناهجه* . القاهرة : المكتبة الأكاديمية للنشر والتوزيع.
3. راضي ، وسام (2014) . الاعتماد على وسائل الإعلام وحدود ثقة الجمهور بها . *مجلة آداب المستنصرية* ، ع 67.
4. زغيب ، شيماء (2009) . *مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية* . القاهرة : الدار المصرية اللبنانية .
5. الشتيات ، ازدهار (2013) . *تأثير صحافة الرأي على تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب الجامعي في جامعتي الشرق الأوسط واليرموك* . كلية الإعلام . جامعة اليرموك.
6. شطناوي ، غالب و سعدان ، فؤاد (2019) . اعتماد الجمهور الأردني على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول حادثة سيول البحر الميت . *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان* ، ع 18
7. الصباح ، ندى (2016) . اعتماد النخبة على وسائل الإعلام الكويتية للتزود بالمعلومات حول القضايا السياسية الداخلية والخارجية . *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان* ، ع 8 .
8. العبد ، عاطف (2000) . *المنهج العلمي في البحوث الإعلامية* . القاهرة : دار الهاني للنشر والتوزيع.
9. فاضل ، سها (1999) . التأثيرات المعرفية لدرجات ومستويات اعتماد جمهور القرية على وسائل الاعلام كمصدر للمعلومات . *مجلة كلية الآداب* . ع (24) .
10. النوايسة ، فاطمة (2015) . *أساسيات علم النفس* . عمان : دار المناهج للنشر والتوزيع .

## ثانياً - المراجع الأجنبية

11. Skumanich, S. A., & Kintsfather, D. P. (1998). Individual media dependency relations within television shopping programming: A causal model reviewed and revised. *Communication Research*, 25(2), 200-219.
12. Westerman, D., Spence, P. R., & Van Der Heide, B. (2014). Social media as information source: Recency of updates and credibility of information. *Journal of computer-mediated communication*, 19(2), 171-183.