

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ. د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ. د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد الكلية.

مساعدو رئيس التحرير:

أ. د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ. د/ فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ. د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ. د/ جلال الدين الشيخ زيادة - عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د/ محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير: د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ رامى جمال مهدي - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق اللغة العربية: أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ/ محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد الثامن والخمسون - الجزء الثاني - ذو القعدة ١٤٤٢هـ - يوليو ٢٠٢١ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٩٢-٢٦٨٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ١١١٠-٩٢٩٧

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د/ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د/ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د/ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د/ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د/ محمود عبدعاطي (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة الأزهر.
١١. أ.د/ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

## محتويات العدد

- ٥٦٣ جرائم الاتصال عبر الإنترنت وضبط أخلاقياته في ضوء الاتجاهات  
البحثية الحديثة (رؤية تحليلية ونقدية) أ.م.د. رشا عادل لطفي
- ٦٣١ رؤية مستقبلية لتفعيل دور أخصائي الإعلام التربوي في تطبيق التربية  
الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية- دراسة ميدانية على الممارسين  
والأكاديميين د. علاء محمد عبد العاطي
- ٦٩٧ توظيف القائم بالاتصال للأخبار الرائجة في الشبكات الاجتماعية  
وتأثيرها على الممارسة المهنية والأخلاقية - دراسة ميدانية  
د. إسماعيل عبد الرازق رمضان الشرنوبلي
- ٧٥٧ دور المبادرات الرقمية المتخصصة في تنقية المحتوى الصحفي من الأخبار  
الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين  
المصريين - دراسة ميدانية د. مصطفى عبد الحي عبد العليم
- ٨١٣ مصداقية القنوات الفضائية العربية ووسائل التواصل الاجتماعي في  
تناول الأزمات الأسرية لدى الفتاة الجامعية السعودية - دراسة ميدانية  
د. هناء حفناوي يوسف
- ٨٧٥ مستقبل حرية الإعلام المرئي والمسموع في فلسطين: دراسة استشرافية  
حتى عام ٢٠٤١ د. غسان إبراهيم أحمد
- ٩٢٣ محددات عزوف الشباب عن المشاركة في انتخابات مجلس النواب لعام  
٢٠٢٠م، وعلاقتها بمستوى مشاركتهم الافتراضية على شبكات التواصل  
الاجتماعي د. شيماء أبو مندور عبد الغني أبو مندور

٩٧٩

■ إدارة العمل الصحفي عن بُعد خلال جائحة كورونا: دراسة في ضوء نموذج غرف الأخبار الموزعة  
د. فاطمة الزهراء عبد الفتاح

---

١٠٣١

■ تعرض الشباب المصري للشائعات الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمشاركتهم السياسية  
د. وسام صلاح محمد

---

١٠٨٥

■ How Personality Affects Social Media Self-Presentation of Egyptian Female University Students through Selfies?

Prof. Dr. Shaima'a Zoelfakar Hamed Zoghaib

---

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يونيو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	التصنيف	م
2682- 292X	1110- 9207	7	6.5	جامعة الأزهر	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314- 873X	2314- 8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2636- 9393		5	5	جامعة الأهرام الكنتية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366- 9891		4	4	Cairo University	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2636- 9237		3.5	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367- 0407		6.5	3.5	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366- 9131		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366- 914X		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366- 9168		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 6836		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 6844		6.5	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي ستشتر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس 2020 مطبقا على كل الأبحاث التي ستشتر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات



●  
مصدقية القنوات الفضائية العربية ووسائل التواصل الاجتماعي  
في تناول الأزمات الأسرية لدى الفتاة الجامعية السعودية  
دراسة ميدانية

- The credibility of Arab satellite channels and social media in dealing with the family crises of the Saudi university girl - A field study

● د. هناء حفناوي يوسف

أستاذ مساعد بقسم الإنتاج المرئي والمسموع بكلية الاتصال والإعلام  
جامعة الملك عبد العزيز

hnahfnawy21@gmail.com

## ملخص الدراسة

استهدفت الدراسة رصد أهم أبعاد مصداقية القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول الأزمات الأسرية من وجهة نظر المبحوثات- عينة الدراسة- ومدى اعتمادهن على القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي كمصادر لمعلومات عن الأزمات الأسرية، ومدى ثقتهن في هذه الوسائل. وهذه الدراسة وصفية استتدت على منهج المسح، واستخدمت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتمثلت أداة الدراسة في استمارة استبانة؛ تم تطبيقها على عينة متاحة قوامها 400 مفردة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز، وجامعة أم القرى، وجامعة جدة، وذلك خلال شهر نوفمبر 2020. وتوصلت نتائج الدراسة إلى:

- 1 - أشارت النتائج إلى معدل التعرض المرتفع لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأزمات الأسرية، مقابل التعرض المنخفض للقنوات الفضائية في متابعة هذه الأزمات، ولعل هذه النتيجة تنبئ بتراجع الاعتماد على القنوات الفضائية لصالح الإعلام الرقمي الجديد.
- 2 - أشارت النتائج إلى أن معدل متابعة الاغتراب الأسري أعلى من معدل متابعة حالات الطلاق، وهذا يوضح خطورة ظاهرة الاغتراب ومدى الاهتمام بمتابعتها.
- 3 - أشارت النتائج إلى تقدم مواقع التواصل الاجتماعي عن القنوات الفضائية العربية في خصائص التداول الإعلامي للأزمات الأسرية، وجاء في مقدمتها أنها «نجحت في تصوير ما يجري في الأسرة ومشكلاتها». الكلمات المفتاحية: الاغتراب الأسري- أزمة الطلاق- الأزمات الأسرية- الفتاة الجامعية السعودية.

## Abstract

The study aimed to explore and identify the most important dimensions of the credibility of Arab satellite channels and social networking sites in dealing with family crises from the viewpoint of the respondents - the study sample-, and the extent of their dependence on Arab satellite channels and social networking sites as sources of information on family crises, and the extent of their confidence in these means.

This descriptive study was based on the survey method and used the theory of media dependence, and the study tool consisted of a questionnaire form that was applied to an available sample of 400 female students from King Abdulaziz University, Umm Al-Qura University, and Jeddah University, during November 2020.

The study concluded with several results as follow:

- 1- The results indicated a high rate of exposure to social media in following up on family crises, as opposed to low exposure to satellite channels in following up these crises, and perhaps this result indicates a decline in dependence on satellite channels in favor of new digital media.
- 2- The results indicated that the rate of family alienation follow-up is higher than the rate of follow-up of divorce cases, and this shows the seriousness of the phenomenon of alienation and the extent of interest in pursuing it.

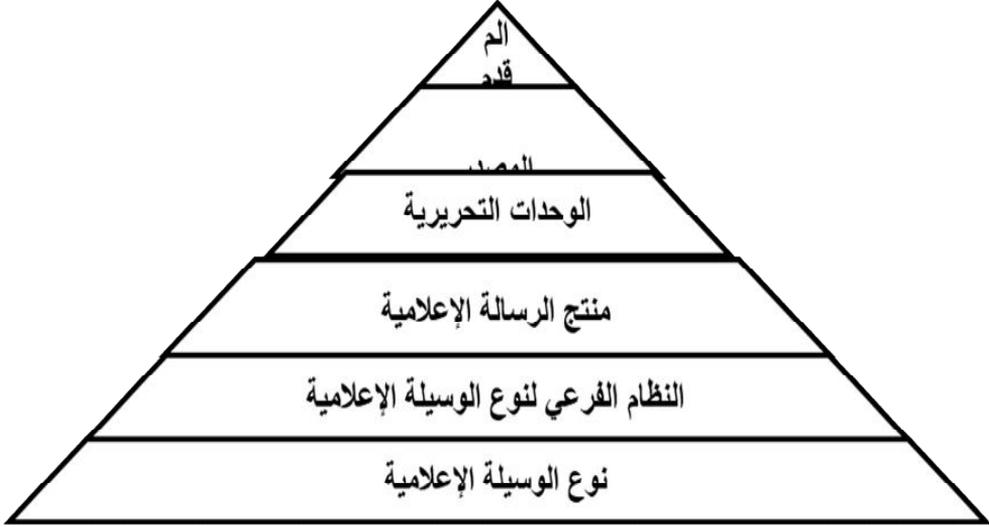
**Key words:** family alienation- divorce crisis- family crises- Saudi university girl.

شهدت السنوات الأخيرة من القرن الماضي والسنوات المبكرة من الألفية الثالثة اهتمامًا كبيرًا بدراسة مصداقية وسائل الإعلام من قبل الباحثين في مجال الاتصال الجماهيري بصفة عامة، وتأثيرات وسائل الإعلام بصفة خاصة، وتعد المصداقية من المفاهيم بالغة التعقيد حيث تتخطى مجرد الصدق أو الصحة؛ على اعتبار أن المصداقية مشتقة من الصدق، إلى متغيرات بالغة التعقيد ترتبط بدورها بالأنظمة الفرعية المختلفة في النظام الاجتماعي، ممثلة في وسائل الإعلام والرأي العام والمناخ السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي السائد في المجتمع<sup>(1)</sup>.

اصطلاحًا تعرف المصداقية بأنها: "الثقة في الوسيلة أو إمكانية الاعتماد عليها"، فيما يرى آخرون أنها تعني "احترام الوسيلة وتفضيلها كمصدر للمعلومات مقارنة بالوسائل الأخرى"<sup>(2)</sup>، وتعرف أيضًا بأنها "درجة الثقة التي يمنحها الأفراد لأشخاص معينة أو لمعلومات ما"<sup>(3)</sup>، بينما عرفها Burgoon بأنها "مفهوم متعدد الأبعاد يرتبط بمعايير الثقة والمسئولية والاعتماد"<sup>(4)</sup>، وعرفها J, D, Okeefe بأنها "الأحكام التي يصدرها مستقبل الرسالة على رسالة القائم بالاتصال"<sup>(5)</sup>.

وقد طرح الباحث شويجر في دراسته لمصداقية وسائل الإعلام ستة مستويات للمصداقية من خلال نموذج يشمل بداخله متغيرات تؤثر في بعضها البعض، يبدأ المستوى الأول للمصداقية بالمقدم أو المذيع بوصفه مقدم الرسالة الإعلامية، وأول من يواجه المتلقي عند تعرضه للمضمون الإعلامي، ويرتبط المستوى الثاني للمصداقية بمصدر الرسالة الإعلامية ويمثل ناقل الحدث أو الرسالة كالسياسي، أو المسئول الذي يدلي بتصريحات إعلامية، ويشمل المستوى الثالث للمصداقية الوحدات التحريرية التي تتم تقديم الرسالة من خلالها كالبرنامج التلفزيوني والمقال الصحفي، كما يرتبط المستوى الرابع للمصداقية بالمؤسسة المنتجة للرسالة الإعلامية كالشبكات التلفزيونية والمؤسسات الصحفية، وفيما يتعلق بالمستوى الخامس للمصداقية فيرتبط بالنظم الفرعية للوسيلة

الإعلامية ارتباطاً بأنماط ملكية وسائل الإعلام (عامة- خاصة)، أما المستوى السادس للمصداقية فيرتبط بنوع الوسيلة الإعلامية ويشمل تصنيف وسائل الإعلام إلى صحف وراдио وتلفزيون وإنترنت، ويعد المستوى السادس هو المستوى الأقرب للدراسة الحالية.



شكل توضيحي رقم (1): مستويات مصداقية وسائل الإعلام

#### مستويات مصداقية وسائل الإعلام<sup>(6)</sup>:

أثارت قضية مصداقية وسائل الإعلام جدلاً واسعاً في مختلف الأوساط الأكاديمية والمهنية والجماهيرية، وتصاعدت حدة الجدل حول الأداء الإعلامي في ظل ما يشهده العالم من أزمات متلاحقة تشكل تحدياً لمصداقية وسائل الإعلام<sup>(7)</sup>.

وفي هذا السياق تعرف الأزمة بأنها: "نقطة تحول في موقف مفاجئ يؤدي إلى أوضاع غير مستقرة وتحدث عنها نتائج غير مرغوب بها"<sup>(8)</sup>، وتعرف أيضاً بأنها "خلل يؤثر على النظام سواء على مستوى كلي أو جزئي ويحمل بداخله تهديداً للافتراضات الأساسية للمجتمع"<sup>(9)</sup>، ومن التعريفات الأخرى أن الأزمة هي "نتاج مجموعة من التراكمات تغذي كل منها الأخرى إلى أن تصل إلى تفجر الأزمة"، والتي تتميز بالخصائص الرئيسة التالية: (1- المفاجأة 2- التعقيد والتشابك 3- تتطلب التصرف الفوري والسريع 4- غياب الحل الجذري السريع)<sup>(10)</sup>، غالباً ما تتسبب الأزمة في وقوع خسائر نفسية، أو اجتماعية، أو مالية، أو بشرية.

وتتعدد أنواع الأزمات وفق معايير التصنيف التي تستند إليها نذكر منها التالي: التصنيف الأول: يمكن تصنيف الأزمة حسب نوع الجمهور المتأثر بالأزمة إلى أ- أزمات داخلية: وهي

المتعلقة بالجمهور الداخلي للمنشأة، ب- أزمات خارجية: وهي المتعلقة بالجمهور الخارجي للمنشأة مثل المقاطعة<sup>(11)</sup>، ج: جمهور إيجابي مؤيد لموقف القائم بالاتصال، د-الجمهور المحايد الذي يتأثر بأدوات الإقناع العقلاني فقط، هـ- الجمهور المعارض وهو غير داعم لصانع القرار، وهناك عدة أسس يجب مراعاتها عند تحديد جمهور الأزمة وهي: تحديد الوسائل الإعلامية المناسبة لطبيعة هذا الجمهور، المدة المناسبة لتكرار الرسالة الاتصالية، والمستوى اللغوي المطلوب استخدامه في صياغة الرسالة الإعلامية<sup>(12)</sup>.

**التصنيف الثاني:** وتصنّف الأزمات من حيث المظهر إلى: أ- الأزمة الزاحفة: وهي التي تنمو ببطء ولكنها محسوسة، ولا يملك متخذ القرار وقف زحفها نحو قمة الأزمة وانفجارها، ب- الأزمة العنيفة الفجائية: وهي أزمة تحدث فجأة وبشكل عنيف، وتأخذ طابع التفجر المدوي، ج- الأزمة الصريحة العلنية: وهي أزمة لها مظاهرها الصريحة العلنية الملموسة، د-الأزمة الضمنية أو المستترة: وهي من أخطر أنواع الأزمات وأشدّها تدميرًا للكيان الإداري، فهي أزمة غامضة في كل شيء سواء أسبابها، أو عناصرها، أو أطرافها، أو العوامل التي ساعدت في ظهورها وتفاقمها.

**التصنيف الثالث:** وتصنّف الأزمات من حيث الآثار إلى: أ- أزمات ذات آثار وخسائر بشرية، ب- أزمات ذات آثار وخسائر مادية، ج- أزمات ذات آثار وخسائر معنوية، د- أزمات ذات آثار وخسائر مختلطة.

**التصنيف الرابع:** وتصنّف الأزمات من حيث مستوى المعالجة إلى: أ- أزمة محلية تتعلق بدولة واحدة أو منشأة بعينها، وتتطلب معالجة محلية، ب- أزمة إقليمية تتعلق بعدة دول في المنطقة، وتتطلب تسييقًا إقليميًا لمواجهتها، ج- أزمة دولية تتعلق بعدة دول أجنبية، وتتطلب تسييقًا وجهودًا دولية.

**التصنيف الخامس:** وتصنّف الأزمات من حيث العمق إلى: أ- أزمة سطحية غير عميقة هامشية التأثير، ب- أزمة عميقة جوهرية التأثير.

**التصنيف السادس:** وتصنّف الأزمات من حيث طبيعة الحدوث إلى: أ- أزمة بفعل الإنسان، ب- أزمة طبيعية.

**التصنيف السابع:** وتصنّف الأزمات من حيث التكرار إلى: أ- أزمة ذات طابع دوري متكرر الحدوث، ب- أزمة فجائية عشوائية وغير متكررة<sup>(13)</sup>.

**التصنيف الثامن:** وتصنّف الأزمات من حيث المدة إلى: (قصيرة الأمد، متوسطة، طويلة الأجل)<sup>(14)</sup>.

**التصنيف التاسع:** وتصنّف الأزمات من حيث النوع إلى:

أ- الأزمات الاجتماعية: وهي الأزمة ذات الصبغة الاجتماعية، ومن أمثلتها: (أزمة العدالة الاجتماعية، أزمة الهوية الوطنية)<sup>(15)</sup>، وتعرف أيضًا بأنها: موقف إعاقي يهدد كيان الأسرة، ويؤدي إلى انحلال في الروابط الأسرية وتباعد في العلاقات الاجتماعية وعدم الاتفاق مع الأبناء في الأسس والمفاهيم الاجتماعية، وكذلك تعرض الأسرة لبعض الخلافات مع المحيطين والأقارب وتسبب حالة من عدم التوازن؛ مما يقيد الوقت المتاح للتصرف تجاه الأزمة واتخاذ القرار المناسب<sup>(16)</sup>.

ب - الأزمات الاقتصادية: والتي تعبر عن الانقطاع المفاجئ في مسيرة المنظومة الاقتصادية؛ مما يهدد سلامة الأداء المعتاد لها، ومن أمثلتها: (أزمة التصدير، وأزمة عجز الموازنة العامة).

ج- الأزمات الأمنية: مثل الاعتداء على إحدى الشخصيات المهمة.

د - الأزمات السياسية: والتي تشير إلى حالة تأخذ بأبعاد النظام السياسي، تستدعي اتخاذ قرار لمواجهة التحدي الذي تمثله، ومن أمثلتها أزمة المشاركة السياسية<sup>(17)</sup>.

هـ - الأزمات الأسرية: والتي تشير إلى المواقف السلبية التي تنشأ بين أفراد الأسرة، ويؤدي تفاقمها إلى نتائج وآثار وسلوكيات مؤثرة على ترابط النسيج الأسري، ومن أمثلتها أزمة الانفصال بين الزوجين<sup>(18)</sup>، والإعلامي المحترف هو الذي يستطيع أن يتنبه للمعلومات السليمة في اللحظة المناسبة قبل وقوع الأزمة من مصدر المعلومات الموثوق فيه حتى يفعل العلاقة إيجابيًا بين الجمهور ووسائل الإعلام في وقت الأزمات<sup>(19)</sup>.

وقد قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية\* بهدف تحديد أهم الأزمات الأسرية، وكانت أهم نتائجها تصدر أزمته الطلاق والاعتراب الأسري مقدمة الأزمات الأسرية، ومن هنا استقر رأي الباحثة على أزمته الطلاق والاعتراب الأسري كعينة ممثلة للأزمات الأسرية، وفي ضوء ما سبق تتحدد مشكلة الدراسة في رصد أهم أبعاد مصداقية القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول الأزمات الأسرية من وجهة نظر المبحوثات- عينة الدراسة- ومدى اعتماد الفتاة الجامعية السعودية على القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي كمصادر معلومات عن الأزمات الأسرية،

\* قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية والتي تم تطبيقها على عينة حجمها 40 مفردة من الفتيات الجامعيات؛ للوقوف على الأزمات الأسرية التي تهتم بمتابعتها الفتاة الجامعية السعودية، والتي تمثلت أبرزها في الأزمات الأسرية التالية: أزمة الاعتراب الأسري، فقدان عائل الأسرة للعمل، الطلاق، اكتشاف زواج الزوج، وكانت أهم نتائجها: تصدر أزمة الطلاق بنسبة (39%)، الاعتراب الأسري بنسبة (31%)، ثم فقدان عائل الأسرة للعمل بنسبة (14%)، ثم اكتشاف زواج الزوج بنسبة (6%)، ثم أخرى بنسبة (10%).

ومدى ثقتهن في هذه الوسائل، والتأثيرات الناتجة عن الاعتماد على القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي في متابعة هذه الأزمات.  
أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة من خلال الجوانب التالية:

- 1- أهمية دراسة العلاقة بين مصداقية مواقع التواصل والقنوات الفضائية العربية في ضوء التنافس بين وسائل الإعلام الجديد والقنوات الفضائية لجذب الجماهير للمتابعة.
- 2- أهمية دراسة الأزمات الأسرية لتوطيد قيم المحافظة على ترابط الأسرة، والحرص على معالجة ما يحدث من خلافات في ضوء تزايد حالات الاغتراب الأسري والطلاق.
- 3- كما تستمد الدراسة أهميتها من كونها ترصد المصداقية كميّار من معايير وسائل الإعلام في ضوء الشائعات والأخبار المضللة.
- 4- أهمية رصد وجهة نظر الفتاة الجامعية في تناول القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي للأزمات الأسرية، حيث إن الفتيات الجامعيات هن نواة الأسرة وأمهات الوقت الحاضر والمستقبل.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

- 1- التعرف على مدى اهتمام الفتاة الجامعية السعودية ومعدلات تعرضها للأزمات الأسرية في القنوات العربية الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- رصد أهمية القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمبحوثات، ومدى ثقتهن في تناولها للأزمات الأسرية.
- 3- التعرف على الأسباب التي تدفع الفتاة الجامعية السعودية للاعتماد على القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأزمات الأسرية.
- 4- الكشف عن مدى توافر أبعاد المصداقية للقنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول الأزمات الأسرية من وجهة نظر المبحوثات عينة الدراسة.
- 5- إظهار خصائص تناول الإعلامي لأزمة الطلاق وأزمة الاغتراب الأسري في الفضائيات العربية ومواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثات عينة الدراسة.
- 6- رصد التأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) المترتبة على اعتماد المبحوثات على الفضائيات العربية ومواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأزمات الأسرية.

## الدراسات السابقة:

تعرض الباحثة أهم الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة سواء بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال محورين، وفيما يلي عرض هذه الدراسات على أساس الترتيب الزمني لها من الأقدم إلى الأحدث:

**المحور الأول:** الدراسات التي تناولت مصداقية القنوات الفضائية العربية ووسائل التواصل الاجتماعي:

هدفت دراسة Thomas j. johnson & Barbara k. keye (2000)<sup>(20)</sup> التعرف على درجة مصداقية شبكة الإنترنت لدى مستخدميها ذوي الاهتمامات السياسية، وتم تطبيقها على عينة قوامها 380 مفردة بالولايات المتحدة الأمريكية، من خلال إجراء مسح لهم على شبكة الإنترنت، وتوصلت الدراسة لمجموعة نتائج من أهمها: وجود علاقة ارتباط قوية بين درجة مصداقية شبكة الإنترنت لدى المبحوثين ومستوى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات، في حين هدفت دراسة Wolfgang Schweiger (2000)<sup>(21)</sup> التعرف على كيفية تقييم مستخدمي الإنترنت وغير المستخدمين لمصداقية شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال حديثة في ألمانيا، مستخدماً الأسلوب المقارن ومنهج المسح وبالتطبيق على عينة قوامها (540) مبحوثاً من مدينة ميونخ بألمانيا، اعتمدت الدراسة في جمع البيانات على أداة المقابلة والاستبانة التليفونية والإلكترونية، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: ارتفاع مصداقية شبكة الإنترنت بشكل عام في ألمانيا، وأن تقييم المبحوثين لمصداقية أخبار الصحف والتلفزيون بشكل أكثر تشابهاً مقارنة بتقييم مصداقية الأخبار الإلكترونية، كما هدفت دراسة Rasha.A. Abdulla & others (2002)<sup>(22)</sup> التعرف على أبعاد مصداقية الأخبار في الصحف والتلفزيون والإنترنت من خلال إجراء مسح لعينة قوامها 536 مفردة بالولايات المتحدة وكولومبيا، اعتمدت الدراسة في جمع البيانات على أداة الاستبانة التليفونية، وتوصلت الدراسة لمجموعة نتائج من أهمها: أن المبحوثين قيموا أخبار الإنترنت بأنها الأعلى مصداقية والأكثر إيجابية، كما أظهرت النتائج اختلافات ذات دلالة في كيفية إدراك المبحوثين لمصداقية أخبار الصحف والتلفزيون والإنترنت، وتمثلت أهم أبعاد مصداقية أخبار الصحف لدى المبحوثين في الأمانة والتوازن، وبالتلفزيون في الإنصاف والحالية، وبالإنترنت في الأمانة وعدم التحيز، اعتبر المبحوثون الوسائل الإخبارية الثلاثة أكثر إيجابية فيما يتعلق بالحالية والحدثة، وأكثر سلبية فيما يتعلق بالتحيز، بينما هدفت دراسة Howard i. Finberg (2002)<sup>(23)</sup> التعرف على مصداقية أخبار الإنترنت لدى

كل من الجمهور العام والعاملين بوسائل الإعلام من خلال إجراء مسح على عينة قوامها 100 مفردة من الجمهور العام، و 150 مفردة من العاملين بوسائل الإعلام من مستخدمي شبكة الإنترنت، وتوصلت الدراسة لمجموعة نتائج من أهمها: موافقة أغلبية الباحثين على اعتبار الإنترنت مصدرًا هامًا للأخبار الصادقة الدقيقة، وأكدت هذه الدراسة في إجمالها أن أهم عناصر المصدقية لديهم تتمثل في الحداثة، الدقة، الشمول، الوضوح، المصدر الموثوق فيه، في حين هدفت دراسة Erik P Bucy (2003)<sup>(24)</sup> التعرف على مصداقية أخبار التلفزيون والإنترنت، مستخدمًا المنهج التجريبي، وبالتطبيق على عينة قوامها 167 مبحوثًا 84 مفردة من طلاب جامعة Midwestern بالولايات المتحدة الأمريكية (18 : 25 عامًا)، وعينة مكونة من 83 مفردة من البالغين (26 : 80 عامًا)، وتوصلت الدراسة لمجموعة نتائج من أهمها: وجود تأثير ذي دلالة لمنغير السن على تقييم الباحثين لمصداقية أخبار التلفزيون والإنترنت، فقد قيم طلاب الجامعة عينة الدراسة أخبار التلفزيون والإنترنت كأكثر مصداقية بشكل ذي دلالة من عينة الجمهور البالغين، بينما قيم البالغون أخبار التلفزيون أكثر مصداقية من أخبار الإنترنت، وجاءت دراسة Thomas j. johnson & Barbara k. keye (2004)<sup>(25)</sup> للتعرف على مصداقية المدونات مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية ومصادر المعلومات الإلكترونية، استخدمت الدراسة أداة الاستبانة الإلكترونية في جمع البيانات، وتمثلت عينة الدراسة في (3747) مفردة من مستخدمي المدونات، وتوصلت الدراسة لمجموعة نتائج من أهمها: أن المدونات أكثر مصداقية من مصادر المعلومات الأخرى، بينما قيم الباحثون وسائل الإعلام التقليدية بأنها متوسطة المصدقية، ومن ناحية أخرى استهدفت دراسة عزة عبدالعظيم (2006)<sup>(26)</sup> المقارنة بين مدى إدراك الجمهور الإماراتي لمصداقية وسائل الإعلام التقليدية (الصحف والتلفزيون) والوسائل الحديثة (الإنترنت)، اعتمدت الدراسة على منهج المسح وبالتطبيق على عينة قوامها (216) مفردة من الجمهور الإماراتي، وتوصلت الدراسة لمجموعة نتائج من أهمها: وجود ثلاثة عوامل تحدد مصداقية الوسائل الإعلامية تتمثل في: الاهتمام بالمجتمع والثقة في الوسيلة، الحرفية في الأداء الإعلامي، وملاحقة الأحداث، ومن ناحية أخرى أظهرت النتائج وجود اختلافات بين تقييم الباحثين لمصداقية الوسائل التقليدية والحديثة كمصادر للأخبار، وكانت النتيجة لصالح التلفزيون يليه الصحف ثم الإنترنت، كما هدفت دراسة حنان سليم (2008)<sup>(27)</sup> التعرف على مصداقية الأخبار في كل من الصحف والقنوات الفضائية والإنترنت من وجهة نظر الجمهور الألماني، اعتمدت الدراسة على منهج المسح وبالتطبيق على عينة قوامها (113)

مفردة من الجمهور الألماني، وتوصلت الدراسة لمجموعة نتائج من أهمها: أن التليفزيون أكثر مصداقية من الصحافة والإنترنت، ومن ناحية أخرى أظهرت النتائج أن الأفراد الأكثر تعرضاً للمضمون الإخباري بوسائل الإعلام كانوا أكثر إدراكاً لمصداقية وسائل الإعلام، وأشارت دراسة (Tsfati 2010)<sup>(28)</sup> إلى وجود ارتباط بين عدم الثقة في أخبار وسائل الإعلام الرئيسية والتعرض للأخبار الإلكترونية، في حين هدفت دراسة حسناء سعد منصور (2012)<sup>(29)</sup> التعرف على تقييم مصداقية البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية في تناولها لموضوع الدستور المصري 2012، مستخدمة منهج المسح وبالتطبيق على عينة عشوائية قوامها (174) مفردة من المصريين المغتربين بالمملكة العربية السعودية، اعتمدت الدراسة في جمع البيانات على أداة الاستبانة، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن المصداقية تتواجد في البرامج الحوارية بدرجة قليلة، ومن ناحية أخرى أظهرت النتائج أن معايير الحكم على مصداقية البرامج الحوارية تمثلت في: شهرة البرنامج، مصداقية المذيع، عرض الآراء المختلفة، نقل الصور الحية من موقع الحدث، احترام رأي الجمهور، مرجعية القناة، رأي الأصدقاء، بينما هدفت دراسة محمد عبد البديع السيد (2013)<sup>(30)</sup> إلى معرفة تأثير التعرض للإنترنت على مستويات مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية لدى الشباب في جامعتي بنها والحدود الشمالية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: ارتفاع نسبة من يقبلون على شبكة الإنترنت من عينة الدراسة وأنهم يستخدمونها بصفة دائمة، ومن ناحية أخرى أظهرت النتائج أن من أهم أسباب ثقة العينة في الإنترنت وجود البريد الإلكتروني واستخدامه للتواصل، وبحث دراسة Davood Mehrabi (2014)<sup>(31)</sup> et.all، مصداقية أخبار التليفزيون والإنترنت، بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها (270) مفردة من الموظفين الفنيين غير الأكاديميين، اعتمدت الدراسة في جمع البيانات على أداة الاستبانة، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: وجود علاقة إيجابية بين بروز القضية والاعتماد على وسائل الإعلام مع إدراك مصداقية الإنترنت والتليفزيون، وجاءت دراسة هديل فايز الطوالي (2014)<sup>(32)</sup> حول اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن الفيس بوك كان في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي اعتمد عليها الصحفيون عينة الدراسة في متابعة الأخبار يليه موقع تويتر، ومن ناحية أخرى أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغيري مستوى الخبرة

والتعليم، بينما هدفت دراسة عمرو محمد عبدالحميد (2016)<sup>(33)</sup> التعرف على اتجاهات الرأي العام المصري نحو مصداقية القنوات التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا السياسية، وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي بشقيه الميداني والتحليلي، حيث تم تحليل مضمون عينة من حلقات البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية، وكذلك عينة من الصفحات الإخبارية بموقع الفيس بوك، كما تم تطبيق الاستبانة على عينة عمدية قوامها (400) مفردة من المهتمين بالشئون السياسية المصرية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن مواقع التواصل الاجتماعي كانت أكثر مصادر الأخبار مصداقية في بيئة الدراسة، استهدفت دراسة عبدالعزيز خلف (2017)<sup>(34)</sup> التعرف على مصداقية الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي يوتيوب- فيس بوك- تويتر، مستخدمًا منهج المسح وبالتطبيق على عينة عشوائية قوامها (210) مفردة من الجمهور الإماراتي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن موقع يوتيوب جاء في مقدمة مواقع التواصل استخدامًا لدى عينة الدراسة، وتلاه موقع تويتر ثم الفيس بوك ثم ماى سبيس، وأكدت هذه الدراسة في إجمالها تصدر عنصر الحقيقة الترتيب الأول بين عناصر مصداقية الخبر في مواقع التواصل الاجتماعي، ومن ناحية أخرى جاءت دراسة رنا محمد أبو اليزيد (2018)<sup>(35)</sup> حول مصداقية التغطية الخبرية في الصحافة المصرية لأحداث التحول الديمقراطي بعد ثورة 25 يناير، حيث توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن عناصر مصداقية المادة الإخبارية تمثلت في: الدقة بالمعلومات، الوضوح والصدق في الأفكار والاتجاهات، وأساليب العرض في تناول الإعلامي، والشمولية والموضوعية في التغطية.

#### المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الاعتماد على وسائل الإعلام في الأزمات:

استهدفت دراسة مها الطرابيشي (2001)<sup>(36)</sup> التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على الصحف المصرية في معالجتها للأزمات الطارئة، حيث توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام المصرية جاء في الترتيب الأول بنسبة 65.2%، تليها وسائل الإعلام الأجنبية بنسبة 34.8%، بينما هدفت دراسة Lowrey (2004)<sup>(37)</sup> تقييم الاعتماد على وسائل الإعلام في أعقاب أحداث 11 سبتمبر، تم تطبيق الاستبانة على عينة قوامها (507) مفردة من سكان متروبوليتان، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: تصدر التلفزيون مقدمة وسائل الإعلام التي يعتمد عليها المبحوثون في الأزمات القومية، في حين هدفت

دراسة هويدا مصطفى (2004) <sup>(38)</sup> التعرف على المعالجة الإخبارية للأحداث والقضايا العربية في قناة الحرة، حيث تم تحليل مضمون عينة من نشرات أخبار الساعة الحادية عشرة مساءً التي تقدمها القناة، وتوصلت الدراسة لمجموعة نتائج من أهمها: أن أهم مصادر الأخبار هي: المراسلون 43.3٪، المسؤلون 35.4٪، شهود العيان 18.5٪، شبكات الإذاعة وقنوات التلفزيون بنسبة 2.3٪، تليها الصحف ووكالات الأنباء بنسبة 0.2٪. كما هدفت دراسة إبراهيم أبو الفرج (2006) <sup>(39)</sup> التعرف على اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام أثناء أزمة تفجيرات ذهب، وبالتطبيق على عينة قوامها (400) مفردة من الشباب الجامعي بجامعة المنصورة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: تصدرت القنوات الفضائية الترتيب الأول من حيث اعتماد الشباب الجامعي عليها للمعرفة بتطورات أزمة تفجيرات ذهب بنسبة 79.67٪، يليها الصحف القومية بنسبة 76.66٪، وجاءت دراسة Tai and Sun (2007) <sup>(40)</sup> للتعرف على اعتماد الجمهور الصيني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات أثناء أزمة وباء سارس عام 2003، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: التماس الجمهور للمعلومات أثناء الأزمة من مصادر بديلة تمثلت في خدمات الرسائل القصيرة SMS، والإنترنت، بينما هدفت دراسة حنان سليم (2008) <sup>(41)</sup> التعرف على اتجاهات النخبة الألمانية نحو إدارة القنوات الإخبارية الأجنبية للأزمات العربية، وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي، وبالتطبيق على عينة قوامها (150) مفردة من النخبة الألمانية (الإعلامية، والسياسية، والأكاديمية)، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: بروز دور القنوات الإخبارية الأجنبية في تشكيل اتجاهات الرأي العام الألماني نحو العديد من الأزمات العربية، ومن ناحية أخرى درس شفيق أحمد (2008) <sup>(42)</sup> الوعي التخطيطي وعلاقته بمواجهة الأزمات الاجتماعية؛ وبالتطبيق على عينة من المصريين المغتربين بالملكة العربية السعودية، والتي توصي بضرورة قيام الفضائيات بدور مهم أثناء الأزمات الاجتماعية في توعية الأسر المغتربة وكيفية تعامل الجالية المصرية فيما بينها، بينما هدفت دراسة نادية عبدالمنعم (2010) <sup>(43)</sup> تخطيط وتنفيذ برنامج إرشادي لإدارة الأزمات الأسرية وعلاقته بالتوافق الزوجي، مستخدمة منهج المسح والمنهج التجريبي، واعتمدت الدراسة في جمع البيانات على أداة المقابلة بالتطبيق على عينة قوامها (180) مفردة من ربات الأسر، ومن العاملات وغير العاملات، ومن بعض قرى ومدن محافظة الدقهلية، وقد روعي في ربات الأسر أن يكون مضى على زواجهن مدة لا تقل عن خمس سنوات، وأن يكون بالأسرة (2-

3) أبناء على الأقل، كما تم اختيار العينة التجريبية من العينة الكلية وقد بلغت (25) ربة أسرة من ذوات المستوى المنخفض والمتوسط بإدارة الأزمات الأسرية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: وجود علاقة ارتباطية بين حجم الأسرة ومتوسط نصيب الفرد بالجنيه (كمتغير مستقل) وكل من الأزمات الاجتماعية والأزمات الاقتصادية وإدارة الأزمات الأسرية والتوافق الزوجي (كمتغير تابع)، بينما أشارت دراسة et.all, Vecchio (2011)<sup>(44)</sup> إلى أن المدونة ساعدت شركة ديل العالمية في استعادة الثقة والولاء مع عملائها، بعد أن تعرضت لأزمة انفجار إحدى حاسباتها الشخصية في مؤتمر، في حين هدفت دراسة سلوى سليمان (2013)<sup>(45)</sup> التعرف على دور صفحات الجيش والشرطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة أزمة ما بعد 30 يونيو 2013، حيث تم تحليل 90 تدوينة على الصفحة الرسمية للمتحدث الرسمي للقوات المسلحة، و353 تدوينة على الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية، كما تم تطبيق الاستبانة على عينة قوامها (400) مفردة من الجمهور العام المتابعين لصفحات الجيش والشرطة عبر الفيس بوك، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن صفحات الجيش والشرطة محل الدراسة استخدمت استراتيجيات مناسبة في إدارة أزمة ما بعد 30 يونيو، تمثلت أبرزها في (استراتيجية مواجهة الشائعات، استراتيجية دعم الصور الذهنية، استراتيجية المعلومات)، وعن واقع تشارك المعلومات عبر الشبكات الاجتماعية أثناء الأزمات تناولت دراسة سمر صادق (2014)<sup>(46)</sup> العلاقة بين استخدام الشباب المصري لموقع الفيس بوك وقت الأزمات ومستوى الإدراك لديهم، وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي بشقيه الميداني والتحليلي، حيث تم تحليل مضمون 650 رسالة post عن الأزمات، كما تم تطبيق الاستبانة على عينة عمدية قوامها (394) مفردة من مستخدمي الفيس بوك، في حين أجرت الباحثة مقابلات مع عدد من خبراء إدارة الأزمات، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: زيادة نسبة استخدام الفيس بوك أثناء الأزمات مقارنة بالأوقات العادية، بينما جاءت دراسة عزة المرابي (2017)<sup>(47)</sup> للتعرف على أطر تقديم الأزمات السياسية والاجتماعية وصورة القوى الفاعلة المتضمنة بها في تغطية الصحافة المصرية خلال الفترة الزمنية 2012-2013، حيث تم تحليل مضمون 2427 مادة خبرية في الصحف عينة الدراسة (المصري اليوم، والأخبار، والوفد)، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن صحيفة الأخبار جاءت في الترتيب الأول في عرض الأخبار والحقائق للأزمة الاجتماعية ذات البعد الاقتصادي المتمثلة في الاحتجاجات العمالية، في حين هدفت دراسة يحيى

لعربي (2018)<sup>(48)</sup> التعرف على إدارة اتصال الأزمات في زمن الشبكات الاجتماعية الرقمية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: تنامي دور المنصات الاجتماعية في الدعاية والإعلام أثناء الأزمات، وأخيراً هدفت دراسة مي حنفي (2019)<sup>(49)</sup> التعرف على الأزمات الأسرية لمريضات سرطان الثدي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: صعوبة تحمل المصابة الأعراض الجانبية الناتجة عن العلاج مما يسير غضب الزوج في كثير من الأحيان، استنكار المصابة لصورتها الجسدية بعد الجراحة وتخلي الزوج عنها وعدم تقبله لما أصابها من أعراض.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

1- ركزت بعض الدراسات السابقة على المصداقية من حيث: مستوياتها، المقارنة بين مصداقية وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، إضافة إلى معرفة أبعاد المصداقية، بجانب دراسة تم فيها معرفة معايير الحكم على مصداقية البرامج الحوارية والتي تمثلت في: شهرة البرنامج، مصداقية المذيع، عرض الآراء المختلفة، نقل الصور الحية من موقع الحدث، احترام رأي الجمهور، مرجعية القناة، رأي الأصدقاء، في حين اتجهت بعض الدراسات السابقة إلى دراسة عناصر المصداقية- بالنسبة لمصداقية وسائل الإعلام الحديثة- تمثلت عناصر ومعايير المصداقية في: الأمانة عدم التحيز، الحقيقة، الوضوح، والمصدر الموثوق فيه، في مقابل ندرة الدراسات السابقة المتعلقة بعناصر مصداقية القنوات الفضائية.

2- أثبتت بعض الدراسات الغربية أن وسائل الإعلام الإلكترونية أكثر مصداقية من وسائل الإعلام التقليدية.

3- تعددت الدراسات التي تناولت دور وسائل الإعلام أثناء الأزمات، بينما وجدت الباحثة ندرة في الدراسات التي تناولت الأزمات الأسرية وهو ما يميز هذه الدراسة الحالية.

4- استخدمت معظم الدراسات السابقة منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، بينما اعتمد القليل منها على المنهج التجريبي والأسلوب المقارن.

5- اعتمدت معظم الدراسات السابقة على أداة الاستبانة: (الورقية الإلكترونية، التليفونية)، بجانب بعض الدراسات التي استخدمت أداة تحليل المضمون، باستثناء دراسة تم فيها استخدام المقابلة كأداة بحثية لجمع البيانات.

6- ساعدت الأدبيات السابقة الباحثة في تحديد تساؤلات وفروض الدراسة، ومساعدة الباحثة في صياغة المشكلة البحثية للدراسة، واختيار نوع العينة وأداة جمع البيانات، وتفسير نتائج الدراسة.

### الإطار النظري للدراسة:

#### نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تعتمد الدراسة في إطارها النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث جاءت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من قبل ديفيلر- وبول روكيتش، حيث صورت قوة وسائل الإعلام كنظام مشتق من اعتماد الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تهيمن عليها وسائل الإعلام<sup>(50)</sup>.

وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل على ركيزتين أساسيتين هما:

1- الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص، أو جماعات، أو منظمات أخرى، والعكس صحيح.

2- المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم. أهداف الجمهور من الاعتماد على وسائل الإعلام:

أ- الفهم: ويشمل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، وكذلك الفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها، ب- التوجيه: ويشتمل على توجيه (العمل- التفاعل)، ج- التسلية: وتشتمل على التسلية (الفردية- الاجتماعية).

#### آثار الاعتماد على وسائل الإعلام:

يرصد ديفيلر وبول روكيتش مجموعة الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات أساسية هي: أ- الآثار المعرفية: وتشتمل على (كشف الغموض، تشكيل الاتجاه، ترتيب الأولويات، اتساع المعتقدات، القيم)، ب- الآثار الوجدانية: وتشتمل على (الفتور العاطفي، الخوف والقلق، الدعم المعنوي والاعتزاز)، ج- الآثار السلوكية: وتشتمل على (التشيط، الخمول)<sup>(51)</sup>.

وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على عدة افتراضات رئيسية، هي:

- تؤثر درجة استقرار المجتمع على درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام للحصول على معلومات في المجالات المختلفة، حيث إنه كلما زادت درجة عدم استقرار المجتمع زاد

اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام؛ لعدم وجود قنوات بديلة للحصول على المعلومات<sup>(52)</sup>.

- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة لاختلافاتهم في الأهداف والحاجات والمصالح<sup>(53)</sup>.

وقد أفادت الباحثة من الفرض الأول للنظرية، حيث إنه أثناء الأزمات الأسرية وكلما زادت درجة عدم استقرار المجتمع زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام للحصول على معلومات، إضافة إلى أن النظرية تسمح بالتعرف على القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها المبحوثات في متابعة الأزمات الأسرية، وأسباب الاعتماد. تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

- 1- إلى أي مدى تهتم الفتاة الجامعية السعودية بمتابعة الأزمات الأسرية في القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما معدلات تعرض الفتاة الجامعية السعودية للأزمات الأسرية في القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي؟
- 3- ما القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها المبحوثات في متابعة الأزمات الأسرية؟
- 4- ما الأسباب التي تدفع الفتاة الجامعية السعودية للاعتماد على القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأزمات؟
- 5- إلى أي مدى تشكل القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي مصدرًا للمعلومات عن الأزمات الأسرية لدى المبحوثات- عينة الدراسة-؟ وما مدى ثقتهن فيها؟
- 6- هل تتوافر أبعاد مصداقية القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول الأزمات الأسرية من وجهة نظر المبحوثات- عينة الدراسة-؟
- 7- ما خصائص تناول الإعلام لأزماتي الطلاق والاعتداء الأسري- عينة الدراسة- في الفضائيات العربية ومواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثات- عينة الدراسة-؟
- 8- ما التأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) المترتبة على اعتماد المبحوثات على الفضائيات العربية ومواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأزمات الأسرية؟

## فروض الدراسة:

تتمثل فروض الدراسة فيما يلي:

**الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد المبحوثات على القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي- في متابعة الأزمات الأسرية- ومصداقية كل منهما لدى المبحوثات.

**الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة المبحوثات في القنوات الفضائية العربية ومصداقيتها لديهن.

**الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي ومصداقيتها لديهن.

**الفرض الرابع:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد المبحوثات على القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي- في متابعة الأزمات الأسرية- والتأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) المترتبة على هذا الاعتماد.

**الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات- من حيث الخصائص الديموجرافية- في مدى ثقتهن في القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي.

## الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة ومنهجها:

تدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، واستتدت الدراسة بشكل أساسي على منهج المسح بشقه الميداني بهدف جمع البيانات وتفسيرها، إضافة إلى استخدام الأسلوب المقارن؛ لرصد الفروق بين القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي من حيث اعتماد المبحوثات وتقييم مصداقيتها، وخصائص تناول الإعلام في كل منهما.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الفتاة الجامعية السعودية بمنطقة مكة المكرمة، والتي تضم ثلاث جامعات حكومية وهي: (جدة- أم القرى- الملك عبد العزيز)، حيث تستحوذ منطقة مكة المكرمة على 8099473 مليون نسمة من إجمالي سكان المملكة العربية السعودية البالغ عددهم 34 مليون نسمة<sup>(54)</sup>، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة متاحة قوامها 400 مفردة من الفتيات السعوديات الجامعيات بمنطقة مكة المكرمة، وذلك خلال شهر نوفمبر 2020.

**أداة جمع البيانات:** تم جمع بيانات الدراسة باستخدام استمارة استبانة مقننة كأداة لجمع البيانات من العينة، وتم توزيعها إلكترونياً، وقد روعي في صياغتها تحقيق أهداف الدراسة وتساؤلاتها وفروضها وقياس متغيرات الدراسة، وهي:

- مقياس مدى اهتمام الفتاة الجامعية السعودية بمتابعة الأزمات الأسرية في القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي، وتم استخدام مقياس ليكرت الثلاثي، عن طريق بدائل (دائماً، وتم تقديرها إحصائياً بـ 3 درجات- أحياناً، وتم تقديرها بدرجتين- نادراً، وتعطى درجة واحدة).
- مقياس معدلات تعرض الفتاة الجامعية السعودية للأزمات الأسرية في القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي، وتم استخدام مقياس ليكرت الثلاثي، عن طريق بدائل (بدرجة مرتفعة، وتم تقديرها إحصائياً بـ 3 درجات- بدرجة متوسطة، وتم تقديرها بدرجتين- بدرجة منخفضة، وتعطى درجة واحدة).
- مقياس مدى متابعة المبحوثات للأزمات الأسرية المطروحة- عينة الدراسة- في القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي، وتم استخدام مقياس ليكرت الثلاثي، عن طريق بدائل (دائماً، وتم تقديرها بـ 3 درجات- أحياناً، وتم تقديرها بدرجتين- نادراً، وتعطى درجة واحدة).
- مقياس اعتماد المبحوثات على القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأزمات الأسرية، وتم استخدام مقياس ليكرت الثلاثي، عن طريق بدائل (دائماً، وتم تقديرها إحصائياً بـ 3 درجات- أحياناً، وتم تقديرها بدرجتين- نادراً، وتعطى درجة واحدة).
- مقياس أهمية القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمبحوثات كمصدر للمعلومات عن الأزمات الأسرية، وتم بناؤه من أربع درجات من الأدنى إلى الأعلى، (لا تمثل أي مصدر معرفي بالنسبة لي، وتعطى درجة واحدة، مصدرًا كأى مصدر آخر، ولكن يسبقه مصادر أخرى أكبر أهمية، وتعطى درجتين، مصدرًا مهمًا مع وجود مصادر أخرى أقل أهمية، وتعطى ثلاث درجات، المصدر الأهم والوحيد وتعطى أربع درجات).
- مقياس مدى ثقة المبحوثات في القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناولها للأزمات الأسرية، وتم استخدام مقياس ليكرت الثلاثي، عن طريق بدائل (أثق إلى حد كبير، وتم تقديرها بـ 3 درجات- أثق إلى حد ما، وتم تقديرها بدرجتين- لا أثق مطلقًا، وتعطى درجة واحدة).

مجموعة من المقاييس الخاصة بمصداقية القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي، وهي:

- مقياس أبعاد مصداقية القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول الأزمات الأسرية.
  - مقياس خصائص تناول الإعلام للأزمات الأسرية بصفة عامة في الفضائيات العربية، ومواقع التواصل الاجتماعي.
  - مقياس خصائص تناول الإعلام لأزمة الطلاق- عينة الدراسة- في الفضائيات العربية، ومواقع التواصل الاجتماعي.
  - مقياس خصائص تناول الإعلام لأزمة الاغتراب الأسري- عينة الدراسة- في الفضائيات العربية، ومواقع التواصل الاجتماعي.
  - مقياس التأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) المترتبة على الاعتماد على الفضائيات العربية ومواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأزمات الأسرية.
- وتم بناء كل مقياس من هذه المقاييس من ثماني عبارات، وتم طرحها للمبحوثات بمقياس ليكرت الثلاثي (موافق- إلى حد ما- معارض) بحيث تعبر الفتاة عن درجة موافقتها على العبارة، ثم قامت الباحثة بإعطاء درجات لكل إجابة، بحيث يكون الأعلى قيمة أكبر درجة، حيث قدرت الإجابات موافق (3 درجات)، إلى حد ما (درجتين)، معارض (درجة واحدة)، ثم تم عمل المتوسط الحسابي بحيث يكون من 1- 1.66 المدى الذي تتراوح فيه درجة المعارضة، ومن 1.67 - 2.33 المدى الذي يتراوح فيه إلى حد ما، ومن 2.34 - 3 المدى الذي تتراوح فيه درجة الموافقة، وتم حساب الدرجة الكلية للمقياس ب 24 درجة، وتم تقسيم الدرجات من 8- 13 للمستوى المنخفض، ومن 14- 19 للمستوى المتوسط، ومن 20- 24 للمستوى المرتفع.
- اختبار الصدق والثبات: للتأكد من صدق صحيفة الاستقصاء تم عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال الإعلام وعلم الاجتماع (\*) لتتفح أسئلة الصحيفة

\* (\*\*) المحكمون:

أ. د / على عوجة، أستاذ العلاقات العامة- كلية الإعلام- جامعة القاهرة.

أ. د / بركات عبد العزيز، أستاذ الإذاعة والتلفزيون- كلية الإعلام- جامعة القاهرة.

أ. د / جمال النجار، أستاذ الصحافة والنشر بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات- جامعة الأزهر.

أ. د / محمد الصبيحي، وكيل كلية الاتصال والإعلام للدراسات العليا- جامعة الإمام محمد بن سعود.

أ. د / دينا فاروق أبو زيد، الأستاذة بقسم علوم الاتصال والإعلام- كلية الآداب- جامعة عين شمس.

وتقدير مدى صلاحيتها بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات، لقياس ثبات الاستبانة تم استخدام معاملات إحصائية للتأكد من صلاحية مقاييس الاستبانة، من حيث الاتساق الداخلي والثبات، ولذلك تم حساب معامل ألفا كرونباخ (Cronbach' Alpha (\*\*)) الذي يستخدم لتحليل ثبات المقاييس Reliability Analysis بتقدير الاتساق الداخلي بين العبارات المكونة للمقياس عن طريق حساب متوسط الارتباطات بين عبارات المقياس، وقد بلغت قيمة معامل ألفا كرونباخ (0.839) وهي قيمة مرتفعة لثبات مقاييس الدراسة وقبولها.

#### المعاملات الإحصائية المستخدمة بالدراسة:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية وتفرغها، تم معالجة البيانات وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية، وذلك باستخدام المعاملات التالية:

- 1- التكرارات البسيطة. Frequency والنسب المئوية Percent.
- 2- اختبار كا2 (Chi Square Test).
- 3- معامل ارتباط بيرسون.
- 4- اختبار (T-Test) للمجموعات المستقلة.
- 5- تحليل التباين ذي البعد الواحد ANOVA.
- 6- معامل ارتباط الفروق بين الرتب، "سبيرمان" (Spearman's rho).

#### مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة:

اعتمدت الباحثة على مستوى دلالة يبلغ 0.05، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه. وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

أ. د / حنان آشي، الأستاذة بقسم الإنتاج المرئي والمسموع- كلية الاتصال والإعلام- جامعة الملك عبد العزيز.  
 أ. د/ حليلة آدم عمر، الأستاذ المشارك بقسم العلاقات العامة- كلية الاتصال والإعلام- جامعة الملك عبد العزيز.  
 د/ فاطمة خليفة، الأستاذ المساعد بقسم علم النفس- كلية الآداب- جامعة الملك عبد العزيز.  
 \*\* تتراوح قيمة معامل Cronbach'Alpha ما بين صفر وواحد، وإذا كانت القيمة 0.6 فأقل فإن ذلك يعبر عن انخفاض مستوى ثبات المقياس، أما إذا كانت أكبر من ذلك فيعني ارتفاع مستوى ثبات المقياس.

## نتائج الدراسة الميدانية:

تستعرض الباحثة نتائج الدراسة الميدانية من خلال الإجابة عن تساؤلات الدراسة ونتائج اختبار الفروض.

جدول (1)  
خصائص عينة الدراسة

النسبة المئوية	المجموع	النسبة المئوية	العدد	المتغير	
٪100	400	13.0	52	جامعة أم القرى	الجامعة
		72.5	290	جامعة الملك عبد العزيز	
		14.5	58	جامعة جدة	
٪100	400	2.0	8	قرى	مكان الإقامة
		98.0	392	مدن	
٪100	400	27.3	109	أقل من 5000 ريال شهرياً	الدخل الشهري للأسرة:
		37.0	148	من 5000 إلى 10000 ريال شهرياً	
		35.8	143	أكثر من 10000 ريال فأكثر	

توضح بيانات الجدول السابق خصائص عينة الدراسة من المجتمع العام للدراسة والذي تم تحديده في الفتاة الجامعية السعودية، وتمثلت خصائص الفتيات اللاتي قمن بالإجابة عن الاستبانة فيما يلي:

عكست عينة الدراسة ثلاث جامعات سعودية هي: جامعة الملك عبد العزيز في المرتبة الأولى بنسبة (72.5٪)، وجامعة جدة في المرتبة الثانية بنسبة (14.5٪)، وجامعة أم القرى في المرتبة الثالثة بنسبة (13.0٪).

كما تنوعت أماكن إقامة المبحوثات بين المدن والقرى، وإن غلب عليها الإقامة في المدن؛ وذلك بنسبة (98.0٪)، وذلك مقابل نسبة (2.0٪) لمن تقمن في القرى.

تنوعت عينة الدراسة من حيث الدخل الشهري للأسرة، حيث جاءت نسبة المبحوثات من ذوي الدخل المنخفض (27.3٪)، كما جاءت نسبة المبحوثات من ذوي الدخل المتوسط (37.0٪)، ثم جاءت نسبة المبحوثات من ذوي الدخل المرتفع (35.8٪).

## جدول (2)

مدى اهتمام الفتاة الجامعية السعودية بمتابعة الأزمات الأسرية في القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي	الجامعية			ك	
			جدة	الملك عبد العزيز	أم القرى		
.67492	1.7750	146	24	97	25	ك	نادراً
		36.5	41.4	33.4	48.1	%	
		198	25	150	23	ك	أحياناً
		49.5	43.1	51.7	44.2	%	
		56	9	43	4	ك	دائماً
		14.0	15.5	14.8	7.7	%	
		400	58	290	52	ك	الإجمالي
		100.0	100.0	100.0	100.0	%	
قيمة كا <sup>2</sup> = 5.804 <sup>a</sup> درجات الحرية = 4 معامل فاي = 120 Phi . مستوى المعنوية = 214. غير دالة							

توضح بيانات الجدول السابق مدى اهتمام الفتاة الجامعية السعودية بمتابعة الأزمات الأسرية في القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء مدى المتابعة «أحياناً» في المرتبة الأولى بنسبة (56%)، بينما جاء «نادراً» في المرتبة الثانية بنسبة (36.5%)، في حين جاء «دائماً» في المرتبة الثالثة بنسبة (14.0%)، وتشير نتائج اختبار كا<sup>2</sup> Chi-Square إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين طالبات جامعة أم القرى وجامعة الملك عبد العزيز وجامعة جدة، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup> (5.804<sup>a</sup>)، عند مستوى معنوية (214)، وهي غير دالة إحصائية.

جدول (3)  
معدلات تعرض الفتاة الجامعية السعودية للأزمات الأسرية في القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	معدلات التعرض / ن = 400						
			بدرجة منخفضة		بدرجة متوسطة		بدرجة مرتفعة		
			%	ك	%	ك	%	ك	
47.21	.56447	1.4165	62	248	34.3	137	3.7	15	القنوات الفضائية العربية
77.47	.71738	2.3342	14.5	58	38.3	153	47.2	189	مواقع التواصل الاجتماعي

توضح بيانات الجدول السابق معدلات تعرض الفتاة الجامعية السعودية للأزمات الأسرية في القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت كما يلي:  
أولاً: بالنسبة للقنوات الفضائية العربية جاء معدل التعرض «بدرجة منخفضة» في المرتبة الأولى بنسبة (62.1%)، بينما جاء معدل التعرض «بدرجة متوسطة» في المرتبة الثانية بنسبة (34.2%)، في حين جاء معدل التعرض «بدرجة مرتفعة» في المرتبة الثالثة بنسبة (3.7%)، وجاء المتوسط الحسابي (1.4165) وهو يشير إلى التعرض بدرجة منخفضة.

ثانياً: بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي جاء معدل التعرض «بدرجة مرتفعة» في المرتبة الأولى بنسبة (47.1%)، بينما جاء معدل التعرض «بدرجة متوسطة» في المرتبة الثانية بنسبة (38.2%)، في حين جاء معدل التعرض «بدرجة منخفضة» في المرتبة الثالثة بنسبة (14.7%)، وجاء المتوسط الحسابي (2.3342) وهو يشير إلى التعرض بدرجة مرتفعة، ويرجع هذا إلى سرعة وفورية نقل الأخبار والمعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي، فضلاً عن سهولة الاستخدام وقلة التكاليف، كما أنها تتيح أشكالاً متعددة للمعلومات خصوصاً، وصورًا، ورسومًا وفيديو.

ويعكس هذا مدى ارتباط الفتاة الجامعية السعودية بمواقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها بشكل أساسي مقابل الاعتماد على الوسائل الأخرى، مما يشكل خطورة في حالة نشر هذه المواقع لأخبار مغلوبة أو موجهة؛ لأنها في هذه الحالة ستكون المصدر الأهم لمعرفة الفتيات بأخبار النشء الأسري، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (طلعت عيسى، وسائد رضوان) حول استخدام الشباب الفلسطيني لصحافة الهاتف

المحمول كمصدر لأخبار انتفاضة القدس، وتوصلت إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي وأهمها الفيس بوك جاءت في المرتبة الأولى في أنواع صحافة الهاتف المحمول التي اعتمد عليها الشباب عينة الدراسة بنسبة (88.2%)<sup>(55)</sup>.

#### جدول (4)

مدى متابعة المبحوثات للأزمات الأسرية- عينة الدراسة- في القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة المتابعة / ن = 400						الطلاق
			نادرًا		أحيانًا		دائمًا		
			%	ك	%	ك	%	ك	
54.49	.72324	1.6350	51.0	204	34.5	138	14.5	58	الطلاق
61.91	.72353	1.8575	34.3	137	45.8	183	20.0	80	الاغتراب الأسري

توضح بيانات الجدول السابق مدى متابعة المبحوثات للأزمات الأسرية المطروحة- عينة الدراسة- في القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت كما يلي: أولاً: بالنسبة لـ «الطلاق» جاءت درجة المتابعة «نادرًا» في المرتبة الأولى بنسبة (51.0%)، بينما جاءت درجة المتابعة «أحيانًا» في المرتبة الثانية بنسبة (34.5%)، في حين جاءت درجة المتابعة «دائمًا» في المرتبة الثالثة بنسبة (14.5%)، وجاء المتوسط الحسابي (1.6350) وهو يشير إلى المتابعة المنخفضة «نادرًا».

ثانيًا: بالنسبة لـ «الاغتراب الأسري» جاءت درجة المتابعة «أحيانًا» في المرتبة الأولى بنسبة (45.8%)، بينما جاءت درجة المتابعة «نادرًا» في المرتبة الثانية بنسبة (34.3%)، في حين جاءت درجة المتابعة «دائمًا» في المرتبة الثالثة بنسبة (20.0%)، وجاء المتوسط الحسابي (1.8575) وهو يشير إلى المتابعة المتوسطة «أحيانًا».

وتشير النتائج إلى أن معدل متابعة الاغتراب الأسري أعلى من معدل متابعة أزمة الطلاق وذلك بالمتوسط الحسابي (1.8575)، مقابل المتوسط الحسابي (1.6350) لأزمة الطلاق؛ وربما يرجع ذلك إلى خطورة ظاهرة الاغتراب الأسري وتعدد أبعادها، حيث إنها تؤثر على الألفة، والانسجام، والتواصل، والطمأنينة، والسكينة، والراحة النفسية داخل الأسرة، فالاغتراب الأسري والذي نعني به فقدان الأسرة لهويتها، والذي نشأ نتيجة لغياب لغة الحوار بين الأب والأم والأبناء، وتعدد مستويات الاغتراب الأسري، منها: اغتراب الفرد داخل الأسرة الواحدة أي انعزاله وانطوائه عن أفراد أسرته بحيث

يشعر بالغبرة والوحدة، ومنها: اغتراب أفراد الأسرة بكاملها وهذا ما نلمسه من خلال الواقع نجد مثلاً الفتاة منطوية في حجرتها تائهة في عالم الإنترنت، والابن كذلك والأب والأم كل منهم في وادٍ، مع غياب الحوار والإحساس المشترك.

### جدول (5)

#### القنوات الفضائية العربية التي تعتمد عليها المبحوثات في متابعة الأزمات الأسرية

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة المتابعة						القنوات الفضائية العربية	
				نادراً		أحياناً		دائماً			
				%	ك	%	ك	%	ك		
نادراً	2	53.58	.73811	1.6075	54.5	218	30.3	121	15.3	61	القناة السعودية
نادراً	5	40.00	.49051	1.2000	84.0	336	12.0	48	4.0	16	قناة دبي
نادراً	8	38.33	.40978	1.1500	87.0	348	11.0	44	2.0	8	قناة الكويت
نادراً	8	38.33	.42184	1.1500	87.5	350	10.0	40	2.5	10	قناة الإمارات
نادراً	7	38.83	.42806	1.1650	85.8	343	12.0	48	2.3	9	قناة أبو ظبي
نادراً	6	39.08	.45083	1.1725	85.8	343	11.3	45	3.0	12	قناة سما دبي
نادراً	9	36.83	.33802	1.1050	90.5	362	8.5	34	1.0	4	قناة البحرين
نادراً	3	43.33	.57952	1.3000	76.3	305	17.5	70	6.3	25	قناة Cbc
نادراً	4	40.25	.49503	1.2075	83.3	333	12.8	51	4.0	16	قناة dmc
نادراً	1	54.49	.77348	1.6350	54.8	219	27.0	108	18.3	73	قناة Mbc1

تشير بيانات الجدول السابق إلى تعدد القنوات الفضائية العربية التي تعتمد عليها الفتاة الجامعية السعودية في متابعة الأزمات الأسرية:

حيث جاءت قناة «Mbc1» في المرتبة الأولى بالمتوسط الحسابي (1.6350)، بينما جاءت «القناة السعودية» في المرتبة الثانية بالمتوسط الحسابي (1.6075)، في حين جاءت قناة «Cbc» في المرتبة الثالثة بالمتوسط الحسابي (1.3000)، فيما جاءت قناة «dmc» في المرتبة الرابعة بالمتوسط الحسابي (1.2075)، ثم جاءت قناة «دبي» في المرتبة الخامسة بالمتوسط الحسابي (1.2000)، كما جاءت قناة «سما دبي» في المرتبة السادسة بالمتوسط الحسابي (1.1725)، وجاءت قناة «أبو ظبي» في المرتبة السابعة بالمتوسط الحسابي (1.1650)، وفي المرتبة الثامنة جاءت كل من: قناة «الكويت» وقناة «الإمارات» بالمتوسط الحسابي (1.1500)، بينما جاءت قناة «البحرين» في المرتبة التاسعة بالمتوسط الحسابي (1.1050).

## جدول (6)

## مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها المبحوثات في متابعة الأزمات الأسرية

الاتجاه العام	الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة المتابعة / ن = 400						مواقع التواصل الاجتماعي
					نادرًا		أحيانًا		دائمًا		
					%	ك	%	ك	%	ك	
أحيانًا	4	71.58	.78248	2.1475	24.3	97	36.8	147	39.0	156	يوتيوب (Youtube)
أحيانًا	3	77.08	.76243	2.3125	18.3	73	32.3	129	49.5	198	إنستجرام (Instagram)
نادرًا	5	39.16	.50499	1.1750	88.0	352	6.5	26	5.5	22	فيسبوك (Facebook)
دائمًا	1	83.16	.72891	2.4950	14.0	56	22.5	90	63.5	254	تويتر (twitter)
دائمًا	2	80.49	.76107	2.4150	16.8	67	25.0	100	58.3	233	سناب شات (snap chat)

تشير بيانات الجدول السابق إلى تعدد مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها المبحوثات في متابعة الأزمات الأسرية، والتي جاءت كما يلي:

جاء موقع التواصل «تويتر (twitter)» في المرتبة الأولى بالمتوسط الحسابي (2.4950)، وذلك لأنه يتميز بالمحتوى المختصر والذي يتيح التواصل المباشر، ونقل المعلومات والأخبار بطريقة فورية وموجزة، بينما جاء موقع التواصل «سناب شات (snap chat)» في المرتبة الثانية بالمتوسط الحسابي (2.4150)، في حين جاء موقع التواصل «إنستجرام (Instagram)» في المرتبة الثالثة بالمتوسط الحسابي (2.3125)، فيما جاء موقع التواصل «يوتيوب (Youtube)» في المرتبة الرابعة بالمتوسط الحسابي (2.1475)، ثم جاء موقع التواصل «فيسبوك (Facebook)» في المرتبة الخامسة بالمتوسط الحسابي (1.1750).

وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع نتائج دراسات عديدة منها دراسة محمد السويدي (2015) <sup>(56)</sup> ودراسة حنان الشهري (2013م) <sup>(57)</sup> وغيرها من الدراسات التي أكدت أن المملكة العربية السعودية أعلى معدلات الاستخدام لموقع التدوين «تويتر (twitter)» بالشرق الأوسط <sup>(58)</sup>.

جدول (7)

أسباب اعتماد المبحوثات على القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الأزمات الأسرية

الترتيب	الوزن النسبي	مواقع التواصل الاجتماعي		الترتيب	الوزن النسبي	القنوات الفضائية العربية		الأسباب
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
6	74.49	.64484	2.2350	3	73.33	.58810	2.2000	التوازن في عرض المعلومات المرتبطة بالأزمات الأسرية
3	83.99	.62496	2.5200	7	64.66	.69830	1.9400	تعودت على استخدامها منذ فترة طويلة
5	82.08	.63213	2.4625	8	62.58	.72027	1.8775	تنفرد بعرض أخبار غير موجودة في الوسائل الأخرى
1	85.91	.59150	2.5775	5	69.74	.73505	2.0925	تقدم معلومات فورية وسرعة التغطية
2	84.66	.60358	2.5400	6	67.83	.70712	2.0350	لأنها تتناول الموضوعات بجرأة وحرية
4	83.91	.60050	2.5175	4	72.74	.65595	2.1825	لأنها تتعمق في الحديث عن موضوعات أود التعرف على طبيعتها
7	65.66	.74194	1.9700	2	77.83	.63544	2.3350	لأنها أكثر التزاماً بالمعايير المهنية
8	65.16	.73779	1.9550	1	78.83	.65410	2.3650	لأنها أكثر التزاماً بالجوانب الأخلاقية.
2.3575			2.1075			المتوسط العام للمحور		

تشير بيانات الجدول السابق إلى تقدم مواقع التواصل الاجتماعي عن القنوات الفضائية العربية في درجة موافقة المبحوثات على أسباب اعتمادهن على القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الأزمات الأسرية، حيث جاءت بالمتوسط الحسابي (2.3575) مقابل (2.1075)، ويمكن تفصيل ذلك كما يلي:

جاء لأنها «تقدم معلومات فورية وسرعة التغطية» في المرتبة الأولى بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.5775)، في حين جاء هذا السبب في المرتبة الخامسة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.0925)، بينما جاء «لأنها أكثر التزامًا بالجوانب الأخلاقية» في المرتبة الأولى بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.3650)، في حين جاء هذا السبب في المرتبة الثامنة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (1.9550)، ثم جاء «لأنها تتناول الموضوعات بجرأة وحرية» في المرتبة الثانية بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.5400)، في حين جاء هذا السبب في المرتبة السادسة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.0350)، ثم جاء «تعودت على استخدامها منذ فترة طويلة» في المرتبة الثالثة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.5200)، في حين جاء هذا السبب في المرتبة السابعة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (1.9400)، فيما جاء «لأنها تتعمق في الحديث عن موضوعات أود التعرف على طبيعتها» في المرتبة الرابعة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.5175)، أيضًا جاء هذا السبب في المرتبة الرابعة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.1825)، ثم جاء «تفرد بعرض أخبار غير موجودة في الوسائل الأخرى» في المرتبة الخامسة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.4625)، في حين جاء هذا السبب في المرتبة الثامنة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (1.8775)، ثم جاء «التوازن في عرض المعلومات المرتبطة بالأزمات الأسرية» في المرتبة السادسة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.2350)، في حين جاء هذا السبب في المرتبة الثالثة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.2000)، فيما جاء «لأنها أكثر التزامًا بالمعايير المهنية» في المرتبة السابعة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (1.9700)، في حين جاء هذا السبب في المرتبة الثانية بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.3350).

ويتضح من أسباب اعتماد المبحوثات على القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الأزمات الأسرية الحقائق التالية:

1- تصدرت سرعة مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار دورًا مهمًا في التأثير على أسباب تعرض المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي، والاعتماد عليها كمصدر للمعلومات عن الأزمات الأسرية.

2- أهمية تحقيق الجوانب الأخلاقية (احترام خصوصية الأفراد- الصدق في عرض المادة الإعلامية- الارتقاء بالذوق العام) في القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت في المرتبة الأولى في أسباب اعتماد المبحوثات على القنوات الفضائية العربية «لأنها أكثر التزامًا بالجوانب الأخلاقية»، ويؤكد هذا أن الجوانب الأخلاقية تتقدم أولويات الفتيات السعوديات في أسباب تعرضهن للفضائيات العربية، في حين جاءت هذه الجوانب الأخلاقية في المرتبة الثامنة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي؛ مما يؤكد على نقص في مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق هذا الجوانب.

### جدول (8)

أهمية القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمبحوثات كمصدر للمعلومات عن الأزمات الأسرية

المتوسط الحسابي	مواقع التواصل الاجتماعي		المتوسط الحسابي	القنوات الفضائية العربية		
	%	ك		%	ك	
2.7500	8.0	32	2.2225	17.5	70	لا تمثل أي مصدر معرّف بالنسبة لي
	25.3	101		49.3	197	مصدرًا كأي مصدر آخر، ولكن يسبقه مصادر أخرى أكبر أهمية
	50.5	202		26.8	107	مصدرًا مهمًا مع وجود مصادر أخرى أقل أهمية
	16.3	65		6.5	26	المصدر الأهم والوحيد
	100.0	400		100.0	400	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى تقدم مواقع التواصل الاجتماعي عن القنوات الفضائية العربية في أهمية كل منهما بالنسبة للمبحوثات كمصدر للمعلومات عن الأزمات الأسرية، حيث جاءت بالمتوسط الحسابي (2.7500) مقابل (2.2225)، ويمكن تفصيل ذلك فيما يلي:

جاء أنها «مصدر مهم مع وجود مصادر أخرى أقل أهمية» في المرتبة الأولى بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (50.5%)، في حين جاءت هذه الأهمية في المرتبة الثانية بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بنسبة (26.8%)، ثم جاء أنها «مصدر كأي مصدر آخر، ولكن يسبقه مصادر أخرى أكبر أهمية» في المرتبة الثانية بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (25.3%)، في حين جاءت هذه الأهمية في المرتبة الأولى بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بنسبة (49.3%)، ثم جاء أنها «المصدر الأهم والوحيد»

في المرتبة الثالثة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (16.3%)، في حين جاءت هذه الأهمية في المرتبة الرابعة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بنسبة (6.5%)، فيما جاء «لا تمثل أي مصدر معرّف بالنسبة لي» في المرتبة الرابعة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (8.0%)، في حين جاءت هذه الأهمية في المرتبة الثالثة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بنسبة (17.5%).

#### جدول (9)

مدى ثقة المبحوثات في القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناولها للأزمات الأسرية

المتوسط الحسابي	مواقع التواصل الاجتماعي		المتوسط الحسابي	القنوات الفضائية العربية		
	%	ك		%	ك	
1.9525	22.3	89	1.8600	21.8	87	لا أثق مطلقاً
	60.3	241		70.5	282	أثق إلى حد ما
	17.5	70		7.8	31	أثق إلى حد كبير
	100.0	400		100.0	400	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى تقدم مواقع التواصل الاجتماعي عن القنوات الفضائية العربية في مدى ثقة المبحوثات في القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناولها للأزمات الأسرية، حيث جاءت بالمتوسط الحسابي (1.9525)، لمواقع التواصل الاجتماعي، مقابل (1.8600) للقنوات الفضائية العربية، ويمكن تفصيل ذلك فيما يلي:

جاء «أثق إلى حد ما» في المرتبة الأولى بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (60.3%)، وفي المرتبة الأولى بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بنسبة (70.5%)، ثم جاء «لا أثق مطلقاً» في المرتبة الثانية بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (22.3%)، وفي المرتبة الثانية بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بنسبة (21.8%)، ثم جاء «أثق إلى حد كبير» في المرتبة الثالثة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (17.5%)، وفي المرتبة الثالثة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بنسبة (7.8%).

جدول (10)

أسباب ثقة المبحوثات في القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناولها للأزمات الأسرية

الترتيب	مواقع التواصل الاجتماعي		الترتيب	القنوات الفضائية العربية		الأسباب
	%	ك		%	ك	
2	23.0	151	5	10.7	75	ثقتي في مقدمي البرامج/ موقع التواصل الاجتماعي
3	21.8	143	2	23.6	165	استخدام الأرقام والإحصائيات
1	23.2	152	3	18.5	129	التوازن في عرض وجهات النظر
5	13.4	88	1	30.1	210	السمعة الجيدة للقناة/ موقع التواصل الاجتماعي
4	18.6	122	4	17.0	119	تعتمد على خبراء ومتخصصين أثق فيهم
	100.0	656		100.0	698	الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق أسباب ثقة المبحوثات في القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناولها للأزمات الأسرية، حيث جاء «السمعة الجيدة للقناة/ موقع التواصل الاجتماعي» في المرتبة الأولى بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بنسبة (30.1%)، ويرجع هذا إلى أن القنوات الفضائية العربية تعتمد بصفة عامة على مصادر ذات ثقة، وتستعين بالتصريحات الرسمية وآراء الصفوة في تناولها للأزمات الأسرية، في حين جاء هذا السبب في المرتبة الخامسة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (13.4%)، ثم جاء «استخدام الأرقام والإحصائيات» في المرتبة الثانية بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بنسبة (23.6%)، في حين جاء هذا السبب في المرتبة الثالثة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (21.8%)، ثم جاء «التوازن في عرض وجهات النظر» في المرتبة الثالثة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بنسبة (18.5%)، في حين جاء هذا السبب في المرتبة الأولى بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (23.2%)، ويرجع هذا إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة إعلامية متاحة لكل أفراد المجتمع وتسمح للجميع بالتعبير عن رأيه، ومن ثم تتعدد وجهات النظر تجاه الأزمات الأسرية، فيما جاء «تعتمد على خبراء ومتخصصين أثق فيهم» في المرتبة الرابعة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بنسبة (17.0%)، كما جاء هذا السبب في المرتبة الرابعة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (18.6%)، ثم جاء «ثقتي في مقدمي البرامج/ موقع التواصل الاجتماعي» في المرتبة الخامسة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بنسبة (10.7%)، في

حين جاء هذا السبب في المرتبة الثانية بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (23.0%).

### جدول (11)

أسباب عدم ثقة بعض المبحوثات في القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بتناول الأزمات الأسرية

الترتيب	مواقع التواصل الاجتماعي		الترتيب	القنوات الفضائية العربية		الأسباب
	%	ك		%	ك	
2	20.3	40	5	13.3	22	تعتمد على الأخبار الكاذبة في تغطية الأزمات الأسرية.
3	19.3	38	1	27.1	45	تناولت الأزمات الأسرية وجهة نظر واحدة.
4	17.8	35	3	20.5	34	عرضت الأزمات الأسرية باستخدام شعارات وعبارات حماسية.
1	27.4	54	4	16.9	28	تتشّر أخباراً مجهولة المصدر عن الأزمات الأسرية.
5	15.2	30	2	22.3	37	تعتمد على خبراء يدعمون وجهة نظر معينة في الأزمات الأسرية.
	100.0	197		100.0	166	الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق أسباب عدم ثقة بعض المبحوثات في القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بتناول الأزمات الأسرية، حيث جاء أنها «تناولت الأزمات الأسرية وجهة نظر واحدة» في المرتبة الأولى بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بنسبة (27.1%)، في حين جاء هذا السبب في المرتبة الثالثة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (19.3%)، ثم جاء أنها «تعتمد على خبراء يدعمون وجهة نظر معينة في الأزمات الأسرية» في المرتبة الثانية بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بنسبة (22.3%)، في حين جاء هذا السبب في المرتبة الخامسة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (15.2%)، ثم جاء أنها «عرضت الأزمات الأسرية باستخدام شعارات وعبارات حماسية» في المرتبة الثالثة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بنسبة (20.5%)، في حين جاء هذا السبب في المرتبة الرابعة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (17.8%)، فيما جاء أنها «تتشّر أخباراً مجهولة المصدر عن الأزمات الأسرية» في المرتبة الرابعة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بنسبة (16.9%)، في حين جاء هذا السبب في المرتبة الأولى بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (27.4%)، ثم جاء أنها «تعتمد على الأخبار الكاذبة في تغطية الأزمات الأسرية» في المرتبة الخامسة بالنسبة للقنوات

الفضائية العربية بنسبة (13.3%)، في حين جاء هذا السبب في المرتبة الثانية بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (20.3%).

### جدول (12)

مدى توافر أبعاد مصداقية القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول الأزمات الأسرية

الترتيب	الوزن النسبي	مواقع التواصل الاجتماعي		الترتيب	الوزن النسبي	القنوات الفضائية العربية		
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
4	70.58	.64788	2.1175	3	72.91	.59433	2.1875	تلتزم بالأمانة في نقل الأخبار والأحداث المرتبطة بالأزمات الأسرية
5	69.41	.62584	2.0825	4	70.74	.66226	2.1225	تتناول الأزمات الأسرية بشكل موضوعي وبدون أي تحيز لطرف دون الآخر
8	68.33	.66979	2.0500	1	76.08	.66619	2.2825	تتحري صحة ودقة المعلومات حول الأزمات والموضوعات المطروحة
3	72.49	.65609	2.1750	2	74.41	.63990	2.2325	تراعي التوازن من خلال طرح مختلف وجهات النظر عند عرضها للأزمات الأسرية
2	73.49	.68127	2.2050	8	64.91	.71835	1.9475	تعتمد على المبالغة والتهويل في معالجتها للأزمات الأسرية
6	69.24	.65388	2.0775	5	69.33	.62816	2.0800	تتناول الأزمات بمهنية واحترافية
1	74.16	.67492	2.2250	6	68.33	.66227	2.0500	تتناول الأزمات الأسرية بطريقة شاملة
7	68.49	.70585	2.0550	7	67.41	.70586	2.0225	تسعى لحل الأزمات الأسرية مع عدم اللجوء إلى التجريح والتشهير
2.0825				2.0850				المتوسط العام للمحور

عسكت مؤشرات مصداقية القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي لدى الفتاة الجامعية السعودية، اختلافًا عن مؤشرات الثقة في هذه القنوات ومواقع التواصل، فعلى الرغم من تصدر مواقع التواصل مستوى ثقة أعلى من القنوات الفضائية كما في الجدول (9) إلا أن هذا المستوى من الثقة لم يقابله المرتبة نفسها في درجة المصداقية، بل تقدمت القنوات الفضائية العربية على مواقع التواصل؛ حيث جاءت القنوات الفضائية العربية بمتوسط حسابي (2.0850) مقابل (2.0825) لمواقع التواصل، ويمكن تفصيل ذلك كما يلي:

جاءت عبارة «تتحرى صحة ودقة المعلومات حول الأزمات والموضوعات المطروحة» في المرتبة الأولى بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.2825)، ويعكس هذا مدى وعي المبحوثات بأهمية توثيق المعلومة من مصدر صحيح، وهذا يرجع لشخصية القائم بالاتصال، حيث يفترض الفتيات في الإعلاميين توفر مبادئ الحياد وصدق المعلومة في القنوات الفضائية العربية، مقابل أن الأخبار التي تنقل من غير الإعلاميين قد تكون غير صادقة، وما يؤكد هذا التفسير أن هذا المقياس نفسه جاء في المرتبة الثامنة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.0500)، في حين جاءت عبارة «تراعي التوازن من خلال طرح مختلف وجهات النظر عند عرضها للأزمات الأسرية» في المرتبة الثانية بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.2325)، وفي المرتبة الثالثة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.1750)، بينما جاءت عبارة «تلتزم بالأمانة في نقل الأخبار والأحداث المرتبطة بالأزمات الأسرية» في المرتبة الثالثة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.1875)، وفي المرتبة الرابعة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.1175)، كما جاءت عبارة «تتناول الأزمات بمهنية واحترافية» في المرتبة الخامسة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.0800)، وفي المرتبة السادسة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.0775)، في حين جاءت عبارة «تتناول الأزمات الأسرية بطريقة شاملة» في المرتبة السادسة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.0500)، وفي المرتبة الأولى لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.2250)، وجاءت عبارة «تسعى لحل الأزمات الأسرية مع عدم اللجوء إلى التجريح والتشهير» في المرتبة السابعة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.0225)، وفي المرتبة السابعة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.0550)، وأخيراً جاءت عبارة «تعتمد على المبالغة والتهويل في معالجتها للأزمات الأسرية» في المرتبة الثامنة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (1.9475)، وفي المرتبة الثانية بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.2050).

ويعد توافر معايير المصداقية (الأمانة- الموضوعية- الدقة- التوازن- عدم المبالغة أو التهويل- المهنية- الشمولية- احترام الخصوصية) غاية الأهمية للمؤسسات الإعلامية؛ خاصة في أوقات الأزمات، وتستهدف هذه المبادئ تشكيل ذاتية المؤسسة الإعلامية أو الجماعة المهنية، وتفرض أخلاقيات المهنة الإعلامية على الرقابة أن تكون ذاتية،

فالإعلامي أو الصحفي ذو الضمير الذي يحرص على انتقاء معلوماته وأخباره من مصادر موثوقة عالية المصداقية، ومن ثم يكسب بها ثقة الجمهور، فشعور الإعلامي بالمسؤولية لا يمكن أن يُعرض لحكم القانون، بل تأتي من رقابته الذاتية لنفسه والتزامه بمعايير المهنة الرفيعة، فكلما كان الإعلامي متفانيًا في مهنته محبًا لها ملتزمًا بقوانينها، حظي باحترام وثقة الآخرين وبخاصة الجمهور.

ولهذا ولما كانت مواقع التواصل الاجتماعي غير مؤسسية ولا تخضع لمعايير تراجعت فيها عوامل المصداقية وتقدمت عليها القنوات الفضائية العربية.

### جدول (13) خصائص تناول الإعلامى للأزمات الأسرية بصفة عامة في الفضائيات العربية ومواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الوزن النسبي	مواقع التواصل الاجتماعي		الترتيب	الوزن النسبي	القنوات الفضائية العربية		
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
2	78.49	.59990	2.3550	1	73.91	.64516	2.2175	تناولها للموضوعات والأزمات الأسرية أفادت المجتمع بشكل عام
6	67.58	.66923	2.0275	8	61.33	.62880	1.8400	لا تراعى تحقيق المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع السعودي في الأخبار والموضوعات التي تعالجها
1	79.66	.61956	2.3900	4	70.66	.65702	2.1200	نجحت في تصوير ما يجري في الأسرة ومشكلاتها
2	78.49	.62846	2.3550	3	72.16	.66247	2.1650	قدمت أسباباً حقيقية للأزمات الأسرية.
2	78.49	.62446	2.3550	2	72.99	.67827	2.1900	طرحت تحليلات ومناقشات جادة للأحداث والأزمات الخاصة بالأسرة.
3	75.16	.66414	2.2550	5	69.83	.68714	2.0950	حرصت على الإبداع والتجديد في أساليب تناول الأزمات الأسرية
4	74.66	.63514	2.2400	6	67.24	.68070	2.0175	قدمت حلولاً واقعية للأزمات الأسرية السعودية.
5	72.99	.65189	2.1900	7	66.83	.68641	2.0050	عادت ما تعالج الأزمات الأسرية بشكل متحيز طبقاً للأهواء الشخصية
2.3000				2.0550				المتوسط العام للمحور

توضح بيانات الجدول السابق خصائص تناول الإعلامى للأزمات الأسرية بصفة عامة في الفضائيات العربية ومواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الفتاة الجامعية السعودية، وأشارت النتائج إلى تقدم مواقع التواصل الاجتماعي عن القنوات الفضائية العربية في هذه الخصائص، حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.3000) بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي، مقابل (2.0550)، بالنسبة للقنوات الفضائية العربية، ويمكن تفصيل ذلك فيما يلي:

جاءت عبارة «نجحت في تصوير ما يجري في الأسرة ومشكلاتها» في المرتبة الأولى بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.3900)، ويرجع هذا لسهولة استخدامها كأداة لتعبير عن المشاكل والأزمات الأسرية، وفي المرتبة الرابعة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.1200)، في حين جاءت عبارة «تناولها للموضوعات والأزمات الأسرية أفادت المجتمع بشكل عام» في المرتبة الثانية بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.3550)، وفي المرتبة الأولى بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.2175)، بينما جاءت عبارة «طرحت تحليلات ومناقشات جادة للأحداث والأزمات الخاصة بالأسرة» في المرتبة الثانية بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.3550)، وفي المرتبة الثانية بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.1900)، في حين جاءت عبارة «قدّمت أسبابًا حقيقية للأزمات الأسرية» في المرتبة الثانية بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.3550)، وفي المرتبة الثالثة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.1650)، كما جاءت عبارة «حرصت على الإبداع والتجديد في أساليب تناول الأزمات الأسرية» في المرتبة الثالثة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.2550)، وفي المرتبة الخامسة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.0950)، في حين جاءت عبارة «قدّمت حلولًا واقعية للأزمات الأسرية السعودية» في المرتبة الرابعة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.2400)، وفي المرتبة السادسة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.0175)، وجاءت عبارة «عادة ما تعالج الأزمات الأسرية بشكل متحيز طبقًا للأهواء الشخصية» في المرتبة الخامسة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.1900)، وفي المرتبة السابعة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.0050)، وأخيرًا جاءت عبارة «لا تراعي تحقيق المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع السعودي في الأخبار والموضوعات التي تعالجها» في المرتبة السادسة بالنسبة لمواقع التواصل

الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.0275)، وفي المرتبة الثامنة بالنسبة القنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (1.8400).

جدول (14)

خصائص تناول الإعلام لأزمة الطلاق- عينة الدراسة- في الفضائيات العربية ومواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الوزن النسبي	مواقع التواصل الاجتماعي		الترتيب	الوزن النسبي	القنوات الفضائية العربية		
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
6	77.74	.59820	2.3325	7	73.16	.66187	2.1950	عرضت طرحًا منطقيًا لأسباب الطلاق في الأسرة السعودية
4	78.83	.61865	2.3650	1	78.91	.66600	2.3675	أوضحت خطورة ظاهرة الطلاق على الأسرة والمجتمع
5	78.49	.64809	2.3550	2	77.16	.68699	2.3150	طرح الأثار المترتبة على أزمة الطلاق في المجتمع السعودي
8	73.66	.67233	2.2100	8	68.49	.63874	2.0550	قدمت حلولاً عملية للحد من آثار أزمة الطلاق في الأسرة السعودية
3	79.33	.66461	2.3800	6	74.49	.68260	2.2350	أبرزت خطورة الجهل بحقيقة الزواج ومقاصده
1	80.08	.64150	2.4025	3	76.91	.65116	2.3075	طرحت عوامل الخلافات الزوجية وأضرارها النفسية والاجتماعية
2	79.41	.62222	2.3825	4	75.49	.67521	2.2650	أكدت على أضرار الاختيار غير المناسب في الزواج وعدم الكفاءة
7	77.41	.62004	2.3225	5	74.99	.67723	2.2500	حذرت من الفساد الأخلاقي وعدم الالتزام بالواجبات
2.3975				2.2825				المتوسط العام للمحور

توضح بيانات الجدول السابق خصائص تناول الإعلام لأزمة الطلاق- عينة الدراسة- في الفضائيات العربية ومواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الفتاة الجامعية السعودية، وأشارت النتائج إلى تقدم مواقع التواصل الاجتماعي عن القنوات

الفضائية العربية في هذه الخصائص، حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.3975) بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي، مقابل (2.2825) بالنسبة للقنوات الفضائية العربية، وذلك على النحو التالي:

جاءت عبارة «طرح عوامل الخلافات الزوجية وأضرارها النفسية والاجتماعية» في المرتبة الأولى بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.4025)، وفي المرتبة الثالثة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.3075)، في حين جاءت عبارة «أكدت على أضرار الاختيار غير المناسب في الزواج وعدم الكفاءة» في الثانية المرتبة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.3825)، وفي المرتبة الرابعة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.2650)، بينما جاءت عبارة «أبرزت خطورة الجهل بحقيقة الزواج ومقاصده» في المرتبة الثالثة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.3800)، وفي المرتبة السادسة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.2350)، كما جاءت عبارة «أوضحت خطورة ظاهرة الطلاق على الأسرة والمجتمع» في المرتبة الرابعة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.3650)، وفي المرتبة الأولى بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.3675) ويرجع هذا إلى أن القنوات الفضائية العربية تؤكد باستمرار في تناول ظاهرة الطلاق على خطورة الظاهرة على الأسرة والمجتمع، ومن أبرز مظاهر خطورتها خاصة على الأطفال: التأثير المادي على مستوى المعيشة؛ لما يترتب على الطلاق من التغيرات بالشؤون المالية والنفقات، التأثير النفسي والعاطفي، قد يواجه بعض الأطفال صعوبة في التحكم في مشاعرهم نتيجة لقرار الانفصال، فقد بات ملحوظاً ارتفاع متوسط معدلات الطلاق سنوياً بنسبة 2% في المجتمع السعودي، يقابله انخفاض سنوياً بالنسبة ذاتها في معدلات الزواج، في حين جاءت عبارة «طرح الآثار المترتبة على أزمة الطلاق في المجتمع السعودي» في المرتبة الخامسة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.3550)، وفي المرتبة الثانية بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.3150)، وجاءت عبارة «عرضت طرحاً منطقياً لأسباب الطلاق في الأسرة السعودية» في المرتبة السادسة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.3325)، وفي المرتبة السابعة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.1950)، في حين جاءت عبارة «حذرت من الفساد الأخلاقي وعدم الالتزام بالواجبات» في المرتبة السابعة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.3225)، وفي المرتبة الخامسة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط

الحسابي (2.2500)، وأخيراً جاءت عبارة «قدمت حلولاً عملية للحد من آثار أزمة الطلاق في الأسرة السعودية» في المرتبة الثامنة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.2100)، وفي المرتبة الثامنة بالنسبة القنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.0550).

### جدول (15)

خصائص التناول الإعلامي لأزمة الاغتراب الأسري- عينة الدراسة- في الفضائيات العربية

#### ومواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الوزن النسبي	مواقع التواصل الاجتماعي		الترتيب	الوزن النسبي	القنوات الفضائية العربية		
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
4	76.99	.65572	2.3100	6	71.99	.64455	2.1600	عرضت طرحاً منطقيًا لأسباب الاغتراب الأسري في الأسرة السعودية
7	75.16	.65272	2.2550	2	73.58	.70048	2.2075	أبرزت خطورة أزمة الاغتراب الأسري على الأسرة والمجتمع
5	76.41	.63082	2.2925	4	72.66	.70629	2.1800	طرحت الآثار المترتبة على أزمة الاغتراب الأسري
8	72.74	.66355	2.1825	8	67.49	.65990	2.0250	قدمت حلولاً عملية للحد من آثار أزمة الاغتراب الأسري في الأسرة السعودية
3	77.24	.63063	2.3175	7	70.99	.69231	2.1300	أوضحت خطورة انشغال رب الأسرة في العمل طوال الوقت
2	77.33	.63530	2.3200	3	73.41	.66150	2.2025	أظهرت خطورة قضاء أفراد الأسرة لعظم الوقت على مواقع التواصل الاجتماعي
6	75.66	.62530	2.2700	5	72.16	.70995	2.1650	حذرت من انشغال الأم بحياتها الخاصة وإهمال دورها في التوجيه والتربية
1	77.49	.63275	2.3250	1	74.24	.65713	2.2275	أكدت على مساوئ التباعد الفكري والوجداني بين أفراد الأسرة
2.2975				2.1525				المتوسط العام للمحور

توضح بيانات الجدول السابق خصائص التناول الإعلامي لأزمة الاغتراب الأسري- عينة الدراسة- في الفضائيات العربية ومواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الفتاة

الجامعية السعودية، وتكمن أهمية معالجة أزمة الاغتراب في أن هذه الأزمة لها تأثير مباشر على وحدة الأسرة والشعور بالانتماء للمجتمع، نظرًا لما يرتبط على الاغتراب من أعراض مثل العزلة والإحساس بالتمرد والرفض والانسحاب والخضوع، وهو حالة من العزلة ناتجة عن انفصال الفرد عن الأسرة مع عدم الرضا وضعف التواصل، وقد يكون للفرد أصدقاء وتواصل خارج الأسرة، وقد أشارت النتائج إلى تقدم مواقع التواصل الاجتماعي عن القنوات الفضائية العربية في هذه الخصائص حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.2975) بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي، مقابل (2.1525) بالنسبة للقنوات الفضائية العربية، ويمكن تفصيل على النحو التالي:

جاءت عبارة «أكدت على مساوئ التباعد الفكري والوجداني بين أفراد الأسرة» في المرتبة الأولى بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي 2.325، و في المرتبة الأولى بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.2275)، نظرًا لأن التباعد الفكري والوجداني من أخطر مظاهر الاغتراب الأسري، السلبية، لتأثيره المباشر على مدى تآلف الأسرة وتماسكها، كما أنه يجعل الشباب عرضة للأفكار المتطرفة، فالاغتراب الأسري يشعر فيه الابن بغربة ووحدة وهو بين أفراد أسرته، فلا يستطيع الانخراط معهم، وهو ما يخلق صراعًا نفسيًا داخليًا، مسببًا الإصابة بالانفصام في بعض الحالات، في حين جاءت عبارة «أظهرت خطورة قضاء أفراد الأسرة لمعظم الوقت على مواقع التواصل الاجتماعي» في المرتبة الثانية بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.3200)، وفي المرتبة الثالثة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.2025)، بينما جاءت عبارة «أوضحت خطورة انشغال رب الأسرة في العمل طوال الوقت» في المرتبة الثالثة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.3175)، وفي المرتبة السابعة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.1300)، كما جاءت عبارة «عرضت طرحًا منطقيًا لأسباب الاغتراب الأسري في الأسرة السعودية» في المرتبة الرابعة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.3100)، وفي المرتبة السادسة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.1600)، في حين جاءت عبارة «طرحنا الآثار المترتبة على أزمة الاغتراب الأسري» في المرتبة الخامسة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.2925)، وفي المرتبة الرابعة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.1800)، وجاءت

عبارة «حذرت من انشغال الأم بحياتها الخاصة وإهمال دورها في التوجيه والتربية» في المرتبة السادسة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.2700)، وفي المرتبة الخامسة بالنسبة القنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.1650)، في حين جاءت عبارة «أبرزت خطورة أزمة الاغتراب الأسري على الأسرة والمجتمع» في المرتبة السابعة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.2550)، وفي المرتبة الثانية بالنسبة القنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.2075)، وأخيراً جاءت عبارة «قدمت حلولاً عملية للحد من آثار أزمة الاغتراب الأسري في الأسرة السعودية» في المرتبة الثامنة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.1825)، وفي المرتبة الثامنة بالنسبة القنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.0250).

#### جدول (16)

التأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) المترتبة على اعتماد المبحوثات على الفضائيات العربية ومواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأزمات الأسرية

الترتيب	الوزن النسبي	مواقع التواصل الاجتماعي		الترتيب ب	الوزن النسبي	القنوات الفضائية العربية		التأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية)
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
1	80.91	.61293	2.4275	5	71.52	.66156	2.1458	أضافت أبعاداً عن الأزمات الأسرية لم أكن أعرفها
3	79.16	.62878	2.3750	7	69.64	.65997	2.0895	أصبح بإمكانني المشاركة في النقاشات حول الأزمات الأسرية
8	64.83	.72338	1.9450	8	56.43	.68906	1.6931	عملت على تشويش أفكاري ومعلوماتي عن الموضوعات المطروحة
7	66.99	.73570	2.0100	3	74.10	.66416	2.2231	جعلتني أكثر وعياً بالأزمات الأسرية وطرق الوقاية
5	78.49	.64421	2.3550	4	73.39	.67375	2.2020	زادت معلوماتي عن الأزمات الأسرية وأساليب معالجتها
2	79.66	.63158	2.3900	1	75.44	.67152	2.2634	زاد تعاطفي مع الأزمات الأسرية
6	67.16	.73561	2.0150	6	60.54	.71977	1.8165	دفعتني إلى العزوف عن المشاركة الاجتماعية
4	78.74	.62616	2.3625	2	74.40	.68948	2.2321	وجهتني للتفكير في إيجاد حلول للأزمات الأسرية
		2.2475				2.0750		المتوسط العام للمحور

تشير بيانات الجدول السابق إلى تقدم مواقع التواصل الاجتماعي عن القنوات الفضائية العربية في رؤية المبحوثات للتأثيرات المترتبة على اعتمادهن على الفضائيات العربية ومواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأزمات الأسرية، حيث جاءت بالمتوسط الحسابي (2.2475)، مقابل (2.0750) للقنوات الفضائية العربية، ويمكن تفصيل ذلك فيما يلي:

جاءت عبارة «أضافت أبعادًا عن الأزمات الأسرية لم أكن أعرفها» في المرتبة الأولى بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.4275)، ويرجع هذا إلى أن المواقع طرحت، أبعادًا كثيرة قد لا تكون الفتيات الجامعيات في المملكة السعودية على معرفة بها قبل التعرض لهذه المواقع، ومن هذه الأبعاد: تحكيم العاطفة أو المصلحة المادية عند اختيار الزوج أو الزوجة، سوء فهم كل من الزوجين لطباع الآخر، الاختلاف المستمر في الآراء ووجهات النظر، المشكلات العاطفية، تبادل أسلوب كل منهما في تربية الأبناء، المسائل المادية، كذب أحدهما على الآخر، تدخل أهل الزوج أو الزوجة في كل صغيرة وكبيرة تتعلق بالأسرة، العناد، الغيرة الشديدة، الأنانية، فارق العمر، انعدام الحوار، الرغبة في إنجاب الكثير من الأبناء، عدم تحمل المسؤولية، عدم فهم كل طرف لشخصية الآخر، إفساء أسرار البيت، إفناء المال في غير محله، العمل المرهق خارج المنزل، التسلط، الخيانة، في حين جاءت في المرتبة الخامسة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.1458)

في حين جاءت عبارة «زاد تعاطفي مع الأزمات الأسرية» في المرتبة الثانية بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.3900)، وفي المرتبة الرابعة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.2634)، بينما جاءت عبارة «أصبح بإمكانني المشاركة في النقاشات حول الأزمات الأسرية» في المرتبة الثالثة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.3750)،

وفي المرتبة السابعة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.0895)، كما جاءت عبارة «وجهتي للتفكير في إيجاد حلول للأزمات الأسرية»

في المرتبة الرابعة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.3625)، وفي المرتبة الثانية بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.2321)، في حين جاءت عبارة «زادت معلوماتي عن الأزمات الأسرية وأساليب معالجتها» في المرتبة الخامسة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.3550)، وفي المرتبة الثالثة بالنسبة للقنوات الفضائية العربية بالمتوسط

ط الحسابي (2.2020)، وجاءت عبارة «دفعتي إلى العزوف عن المشاركة الاجتماع اعية» في المرتبة السادسة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.0150)، وفي المرتبة السادسة بالنسبة القنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (1.8165)، في حين جاءت عبارة «جعلتي أكثر وعيًا بالأزمات الأسرية من حيث الأسباب وطرق الوقاية» في المرتبة السابعة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (2.0100)، وفي المرتبة الثالثة بالنسبة القنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (2.2231)، وأخيرًا جاءت عبارة «عملت على تشويد ش أفكارى ومعلوماتى عن الموضوعات المطروحة» في المرتبة الثامنة بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بالمتوسط الحسابي (1.9450)، وفي المرتبة الثامنة بالنسبة القنوات الفضائية العربية بالمتوسط الحسابي (1.6931).

#### نتائج اختبارفروض الدراسة:

**الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد المبحوثات على القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي- في متابعة الأزمات الأسرية- ومصداقية كل منهما لدى المبحوثات.

#### جدول (17)

نتائج معامل ارتباط سبيرمان Spearman's rho لبيان العلاقة بين مدى اعتماد المبحوثات على القنوات الفضائية العربية- في متابعة الأزمات الأسرية- ومصداقيتها لدى المبحوثات

مصداقية القنوات الفضائية العربية		الاعتماد
.189**	معامل الارتباط Spearman's rho	
.000	مستوى المعنوية Sig	
دالة	الدلالة	
400	العدد	

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد المبحوثات على القنوات الفضائية العربية- في متابعة الأزمات الأسرية- ومصداقيتها لدى المبحوثات؛ حيث بلغ معامل ارتباط سبيرمان (\*\*.189) عند مستوى معنوية (.000). وهي علاقة إيجابية طردية، وهو ما يدعونا للقول إنه كلما زاد اعتماد المبحوثات على القنوات الفضائية العربية في متابعة الأزمات الأسرية زادت مصداقية القنوات الفضائية.

### جدول (18)

نتائج معامل ارتباط سبيرمان Spearman's rho لبيان العلاقة بين مدى اعتماد المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي- في متابعة الأزمات الأسرية- ومصداقيتها لدى المبحوثات

مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي		الاعتماد
.365**	معامل الارتباط Spearman's rho	
.000	مستوى المعنوية Sig	
دالة	الدلالة	
400	العدد	

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي- في متابعة الأزمات الأسرية - ومصداقيتها لدى المبحوثات؛ حيث بلغ معامل ارتباط سبيرمان (\*365). عند مستوى معنوية (.000). وهي علاقة إيجابية طردية، وهو ما يمكننا من القول إنه كلما زاد اعتماد المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأزمات الأسرية زادت مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي.

من خلال نتائج الجداول رقم (17) و(18) يمكن القول بصحة الفرض العلمي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد المبحوثات على القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي- في متابعة الأزمات الأسرية- ومصداقية كل منهما لدى المبحوثات، غير أن هذه العلاقة أقوى بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغ معامل الارتباط (\*365). في حين بلغ (\*189). بالنسبة للقنوات الفضائية العربية.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة المبحوثات في القنوات الفضائية العربية ومصداقيتها لديهن.

### جدول (19)

نتائج معامل ارتباط سبيرمان Spearman's rho لبيان العلاقة الثقة والمصداقية للقنوات الفضائية العربية

مصداقية القنوات الفضائية لدى المبحوثات		ثقة المبحوثات في القنوات الفضائية العربية
.400**	معامل الارتباط Spearman's rho	
.000	مستوى المعنوية Sig	
دالة	الدلالة	
400	العدد	

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الثقة والمصداقية للقنوات الفضائية العربية؛ حيث بلغ معامل ارتباط سبيرمان (\*400). عند

مستوى معنوية (0.000) وهي علاقة إيجابية طردية متوسطة، وهو ما يدعونا للقول إنه كلما زادت الثقة في القنوات الفضائية العربية زادت مصداقيتها لدى المبحوثات. وبناءً على هذه النتيجة يمكن القول بصحة الفرض العلمي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة المبحوثات في القنوات الفضائية العربية ومصداقيتها لديهن.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي ومصداقيتها لديهن.

جدول (20)  
نتائج معامل ارتباط سبيرمان Spearman's rho لبيان العلاقة الثقة والمصداقية لمواقع التواصل الاجتماعي

مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثات		ثقة المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي
معامل الارتباط Spearman's rho	.189**	
مستوى المعنوية Sig	.000	
الدلالة	دالة	
العدد	400	

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الثقة والمصداقية لمواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغ معامل ارتباط سبيرمان (\*\*189) عند مستوى معنوية (0.000) وهي علاقة إيجابية طردية ضعيفة، وهو ما يدعونا للقول إنه كلما زادت الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي زادت مصداقيتها لدى المبحوثات. وبناءً على هذه النتيجة يمكن القول بصحة الفرض العلمي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي ومصداقيتها لديهن.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد المبحوثات على القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي - في متابعة الأزمات الأسرية- والتأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) المترتبة على هذا الاعتماد.

جدول (21)

نتائج معامل ارتباط سبيرمان Spearman's rho لبيان العلاقة بين مدى اعتماد المبحوثات على القنوات الفضائية العربية والتأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية)

التأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية)		اعتماد المبحوثات على القنوات الفضائية
معامل الارتباط Spearman's rho	.203**	
مستوى المعنوية Sig	.000	
الدلالة	دالة	
العدد	400	

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد المبحوثات على القنوات الفضائية العربية - في متابعة الأزمات الأسرية- والتأثيرات (المعرفية-الوجدانية-السلوكية) المترتبة على هذا الاعتماد؛ حيث بلغ معامل ارتباط سبيرمان ( $203^{**}$ ) عند مستوى معنوية (0.000) وهي علاقة إيجابية طردية، وهو ما يدعونا للقول إنه كلما زاد اعتماد المبحوثات على القنوات الفضائية العربية في متابعة الأزمات الأسرية زادت التأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية)

#### جدول (22)

نتائج معامل ارتباط سبيرمان Spearman's rho لبيان العلاقة بين مدى اعتماد المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي- في متابعة الأزمات الأسرية- والتأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية)

التأثيرات (المعرفية-الوجدانية-السلوكية)		اعتماد المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي
معامل الارتباط Spearman's rho	.234**	
مستوى المعنوية Sig	.000	
الدلالة	دالة	
العدد	400	

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي- في متابعة الأزمات الأسرية- والتأثيرات (المعرفية- الوجدانية-السلوكية)؛ حيث بلغ معامل ارتباط سبيرمان ( $234^{**}$ ) عند مستوى معنوية (0.000) وهي علاقة إيجابية طردية، وهو ما يمكننا من القول إنه كلما زاد اعتماد المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأزمات الأسرية زادت التأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية).

من خلال نتائج الجداول رقم (21) و(22) يمكن القول بصحة الفرض العلمي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد المبحوثات على القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي- في متابعة الأزمات الأسرية- والتأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) المترتبة على هذا الاعتماد، غير أن هذه العلاقة أقوى بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغ معامل الارتباط ( $234^{**}$ ) في حين بلغ ( $203^{**}$ ) بالنسبة للقنوات الفضائية العربية.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات- من حيث الخصائص الديموجرافية- في مدى ثقتهن في القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي. جدول (23)

نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثات في مدى ثقتهن في القنوات الفضائية العربية وفقاً للجامعة

الجامعة	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية df	متوسط المربعات	اختبار ANOVA قيمة F	مستوى المعنوية Sig	الدلالة
جامعة أم القرى	52	1.5962	.49545	بين المجموعات	5.541	2	2.770	10.513	.000	دالة
جامعة الملك عبد العزيز	290	1.9276	.49032	داخل المجموعات	104.619	397	.264			
جامعة جدة	58	1.7586	.62996							
المجموع	400	1.8600	.52544	المجموع	110.160	399				

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات- عينة الدراسة- من حيث الجامعة في مدى ثقتهن في القنوات الفضائية، حيث بلغت قيمة F (10.513) عند مستوى معنوية (0.000)، وهي فروق دالة إحصائياً وذلك لصالح طالبات جامعة الملك عبد العزيز بالمتوسط الحسابي (1.9276)، مما يؤكد أنهن أكثر ثقة في القنوات الفضائية العربية.

جدول (24)

نتائج اختبار t-test لدلالة الفروق بين المبحوثات في مدى ثقتهن في القنوات الفضائية العربية وفقاً للإقامة

مكان الإقامة	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	اختبار t-test قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig	الدلالة
قرى	8	1.6250	.51755	-1.279-	398	.202	غير دالة
مدن	392	1.8648	.52516				

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات- عينة الدراسة- من حيث الإقامة في مدى ثقتهن في القنوات الفضائية، حيث بلغت قيمة T (-1.279-) عند مستوى معنوية (0.202)، وهي فروق غير دالة إحصائياً.

## جدول (25)

نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثات في مدى ثقتهن في القنوات الفضائية العربية وفقاً للدخل الشهري للأسرة

الدلالة	مستوى المعنوية Sig	اختبار ANOVA قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية df	مجموع المربعات	مصدر التباين	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	الدخل الشهري للأسرة	
غير دالة	.597	.516	.143	2	.286	بين المجموعات	.54167	1.8257	109	أقل من 5000 ريال شهرياً	مدى ثقة المبحوثات في القنوات الفضائية العربية
			.143	2	.286	داخل المجموعات	.52340	1.8919	148	من 5000 إلى 10000 ريال شهرياً	
							.51673	1.8531	143	-أكثر من 10000 ريال فأكثر	
				399	110.160	المجموع	.52544	1.8600	400	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات- عينة الدراسة- من حيث الدخل الشهري للأسرة في مدى ثقتهن في القنوات الفضائية، حيث بلغت قيمة F (.516) عند مستوى معنوية (.597)، وهي فروق غير دالة إحصائياً.

## جدول (26)

نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثات في مدى ثقتهن في مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للجامعة

الدلالة	مستوى المعنوية Sig	اختبار ANOVA قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية df	مجموع المربعات	مصدر التباين	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	الجامعة	
غير دالة	.122	2.114	.833	2	1.666	بين المجموعات	.69555	1.7885	52	جامعة أم القرى	مدى ثقة المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي
			.394	397	156.432	داخل المجموعات	.60823	1.9828	290	جامعة الملك عبد العزيز	
							.66021	1.9483	58	جامعة جدة	
				399	158.098	المجموع	.62947	1.9525	400	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات- عينة الدراسة- من حيث الجامعة في مدى ثقتهن في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة F (2.114) عند مستوى معنوية (0.122)، وهي فروق غير دالة إحصائياً.

جدول (27)

نتائج اختبار t-test لدلالة الفروق بين المبحوثات في مدى ثقتهن

في مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للإقامة

الدلالة	مستوى المعنوية Sig	درجات الحرية df	اختبار t-test قيمة T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	مكان الإقامة	مدى ثقة المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي
غير دالة	.830	398	.215	.75593	2.0000	8	قرى	
				.62775	1.9515	392	مدن	

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات - عينة الدراسة- من حيث الإقامة في مدى ثقتهن في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة T (0.215) عند مستوى معنوية (0.830)، وهي فروق غير دالة إحصائياً.

جدول (28)

نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثات في مدى ثقتهن

في مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للدخل الشهري للأسرة

الدلالة	مستوى المعنوية Sig	اختبار ANOVA قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية df	مجموع المربعات	مصدر التباين	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	الدخل الشهري للأسرة	مدى ثقة المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي
غير دالة	.946	.056	.022	2	.044	بين المجموعات	.71796	1.9450	109	-أقل من 5000 ريال شهرياً	
			.398	397	158.053	داخل المجموعات	.59950	1.9662	148	-من 5000 إلى 10000 ريال شهرياً	
								.59073	1.9441	143	
				399	158.098	المجموع	.62947	1.9525	400	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات- عينة الدراسة- من حيث الدخل الشهري للأسرة في مدى ثقتهن في مواقع

التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة  $F (0.056)$  عند مستوى معنوية  $(.946)$ ، وهي فروق غير دالة إحصائيًا.

من خلال نتائج الجداول رقم (23) و(28) يمكن القول بالقبول الجزئي للفرض العلمي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات- من حيث الخصائص الديموجرافية- في مدى ثقتهم في القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث ثبتت صحة الفرض فقط في متغير الجامعة بالنسبة للقنوات الفضائية، وعدم صحة الفرض في بقية المتغيرات.

#### خلاصة نتائج الدراسة والتوصيات:

استهدفت الدراسة رصد مصادقية القنوات الفضائية العربية ووسائل التواصل الاجتماعي في تناول الأزمات الأسرية؛ وذلك كما تراها الفتاة الجامعية السعودية، وتمثلت أداة الدراسة في استمارة استبانة تم تطبيقها على عينة متاحة قوامها 400 مفردة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز، وجامعة أم القرى، وجامعة جدة، وذلك خلال شهر نوفمبر 2020، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها:

1- أشارت النتائج إلى معدل التعرض المرتفع لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأزمات الأسرية، مقابل التعرض المنخفض للقنوات الفضائية في متابعة هذه الأزمات، ولعل هذه النتيجة تبنى بتراجع الاعتماد على القنوات الفضائية لصالح الإعلام الرقمي الجديد.

2- أشارت النتائج إلى أن معدل متابعة الاغتراب الأسري أعلى من معدل متابعة حالات الطلاق، وهذا يوضح خطورة ظاهرة الاغتراب ومدى الاهتمام بمتابعتها؛ مما يستدعي تدخل الجهات التربوية والإعلامية لإعادة روح الأسرة والتآلف الفكري والوجداني بين أفرادها.

3- أشارت النتائج إلى تصدر قناة «Mbc1» في المرتبة الأولى للقنوات الفضائية العربية التي تعتمد عليها المبحوثات في متابعة الأزمات الأسرية، كما أشارت النتائج إلى تصدر «تويتر (twitter)» في المرتبة الأولى لمواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها المبحوثات في متابعة الأزمات الأسرية؛ مما يلقي الدور الأكبر على هاتين الوسيطتين في ضرورة معالجة الأزمات الأسرية، بطريقة تعيد للأسرة وحدتها وتآلفها.

1- تعرضت الدراسة لأسباب اعتماد المبحوثات على القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الأزمات الأسرية، وجاء في مقدمتها أنها

تقدم معلومات فورية وسرعة التغطية وذلك بالنسبة لمواقع التواصل، ولأنها أكثر التزامًا بالجوانب الأخلاقية بالنسبة للقنوات الفضائية العربية.

2- أشارت النتائج إلى تقدم مواقع التواصل الاجتماعي عن القنوات الفضائية العربية في أهمية كل منهما بالنسبة للمبجوثات كمصدر للمعلومات عن الأزمات الأسرية، كما تقدمت مواقع التواصل الاجتماعي عن القنوات الفضائية العربية في مقياس ثقة المبجوثات في تناولهما للأزمات الأسرية، وجاء في مقدمة أسباب هذه الثقة السمعة الجيدة للقناة أو لموقع التواصل الاجتماعي.

3- أشارت النتائج إلى تقدم القنوات الفضائية العربية عن مواقع التواصل الاجتماعي في مؤشرات مصداقيتهما في معالجة الأزمات الأسرية، حيث جاءت القنوات الفضائية العربية بمتوسط حسابي (2.0850) مقابل (2.0825) لمواقع التواصل، وجاء في مقدمة مؤشرات المصداقية أنها تتحرى صحة ودقة المعلومات حول الأزمات والموضوعات المطروحة.

4- وبالنسبة لخصائص التناول الإعلامي للأزمات الأسرية بصفة عامة في الفضائيات العربية ومواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الفتاة الجامعية السعودية، أشارت النتائج إلى تقدم مواقع التواصل الاجتماعي عن القنوات الفضائية العربية في هذه الخصائص، وجاء في مقدمتها أنها «نجحت في تصوير ما يجري في الأسرة ومشكلاتها».

5- أما بالنسبة لخصائص التناول الإعلامي لأزمة الطلاق- عينة الدراسة- في الفضائيات العربية ومواقع التواصل الاجتماعي، فقد أشارت النتائج إلى تقدم مواقع التواصل الاجتماعي عن القنوات الفضائية العربية في هذه الخصائص، وجاء في مقدمتها أنها «طرحت عوامل الخلافات الزوجية وأضرارها النفسية والاجتماعية».

6- وفيما يتعلق بخصائص التناول الإعلامي لأزمة الاغتراب الأسري- عينة الدراسة- في الفضائيات العربية ومواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الفتاة الجامعية السعودية، أشارت النتائج إلى تقدم مواقع التواصل الاجتماعي عن القنوات الفضائية العربية في هذه الخصائص، وجاء في مقدمتها أنها «أكدت على مساوئ التباعد الفكري والوجداني بين أفراد الأسرة».

7- أما بالنسبة للتأثيرات المترتبة على اعتماد المبجوثات على الفضائيات العربية ومواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأزمات الأسرية، فقد أشارت النتائج إلى تقدم مواقع التواصل الاجتماعي عن القنوات الفضائية العربية في تقييم المبجوثات، وجاء في

مقدمة مؤشرات هذا التقييم أنها «أضافت أبعادًا عن الأزمات الأسرية لم أكن أعرفها».

#### نتائج اختبار صحة الفروض:

- ثبت صحة الفرض العلمي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد المبحوثات على القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي- في متابعة الأزمات الأسرية- ومصداقية كل منهما لدى المبحوثات.
- ثبت صحة الفرض العلمي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة المبحوثات في القنوات الفضائية العربية ومصداقيتها لديهن.
- ثبتت صحة الفرض العلمي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي ومصداقيتها لديهن.
- ثبتت صحة الفرض العلمي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد المبحوثات على القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي- في متابعة الأزمات الأسرية- والتأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) المترتبة على هذا الاعتماد.
- قبول جزئي للفرض العلمي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات- من حيث الخصائص الديموجرافية- في مدى ثقتهن في القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث ثبتت صحة الفرض فقط في متغير الجامعة بالنسبة القنوات الفضائية، وعدم صحة الفرض في بقية المتغيرات.

#### توصيات الدراسة:

في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، تقترح الباحثة التوصيات التالية:

- 1- ضرورة الانتباه لأهمية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي والفتيات بصفة خاصة، وذلك بإجراء المزيد من الأبحاث وتكثيف الدراسات النظرية والعملية؛ لرصد مصداقية هذه الوسائل والمتابعة الدقيقة خاصة، وأن التوقعات المستقبلية تؤكد استمرار استخدامها والاعتماد عليها من قبل الشباب الجامعي.
- 2- التوظيف الأمثل للقنوات الفضائية العربية وما تملكه من إمكانيات وقدرات فاعلة وحيوية وتأثير؛ من أجل العمل على خدمة ومعالجة الأزمات الأسرية والقضايا المجتمعية.
- 3- وضع استراتيجية إعلامية ممنهجة ومتكاملة وشاملة تقوم على خطة مدروسة تهدف إلى إبراز الأزمات المجتمعية المهمة، والعمل على تفعيل تنمية مشاركة الفتيات نحو

- حل ومعالجة الأزمات الأسرية عبر شبكات التواصل الاجتماعي؛ من خلال فتح قنوات تواصل مباشرة مع الجهات المعنية وصناع القرار.
- 4- ضرورة إمداد الأسر السعودية بالطرق والأساليب الحديثة للتنشئة الاجتماعية السليمة في ظل التغيرات المعاصرة، وذلك من خلال الدورات التدريبية والندوات التي تقيمها بعض مؤسسات المجتمع، وذلك من أجل التغلب على الأزمات الأسرية ومعالجتها.
- 5- ضرورة تعزيز القيم الأخلاقية السامية والجوانب المعرفية لأفراد الأسرة لمواجهة تحديات العولمة الثقافية، وإكسابهم مهارات التعامل مع التقنية الحديثة والإفادة من مضامينها.
- 6- قيام الجهات الرسمية بعمل صفحات ومجموعات مفتوحة تقدم معلومات متنوعة عن القضايا الاجتماعية والثقافية؛ للعمل على حل الأزمات الأسرية والقضايا المجتمعية باعتبار أن شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع قبولاً واستخداماً من قبل الشباب.
- 7- زيادة الاهتمام بالأزمات الأسرية والقضايا المجتمعية على القنوات القضائية وشبكات التواصل الاجتماعي من حيث الكم والكيف، واستخدام طرق وأساليب متنوعة في التناول والعرض، وأهمية التنوع في طرح الموضوعات المختلفة التي تجذب المستخدمين لها نحو المتابعة والمشاركة الفاعلة.

## المراجع

- 1 - خالد صلاح الدين، مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور: دراسة كمية كيفية في إطار النموذج البنائي للمصداقية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ع26، 2006.
- 2- محمد عبد العزيز، مصداقية إعلام المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية كما يدركها الشباب المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2017).
- 3 -Fogg, B. J., Kameda ,et .al,':Stanford-Makovsky web Credibility Study Investigating what Makes Web Sites Credible Today.A Research Report by the Stanford Persuasive Technology lab and Makovsky company .Stanford University ,2002,Available at [www.webcredibility.org](http://www.webcredibility.org).
- 4 -Burgoon ,j, et. al,Testing the Interactivity Principle: Effects` of Mediation,Propinquity and Verbal and Nonverbal Modalities in Interpersonal Interaction,*Journal of Communication* ,Vol.52,No.3,2003
- 5 -O, keefe, D.J,*Persuasion:Theory and Research*,Newbury Park:Ca:Sage,1990
- 6 - هبه شاهين، مصداقية القنوات التليفزيونية الإخبارية خلال الأزمات- دراسة حالة للتغطية الإعلامية لثورة 25 يناير، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، ع1، مارس 2012.
- 7 - المرجع السابق نفسه.
- 8 - خلف كريم التميمي، استراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الأزمات، ط1 (الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع، 2019).
- 9 -Robert،M ,Entman ,Framing Toward clarification of paradigm ,in *Journal of Communication* ,vol.43 ,No.4.
- 10 - شهرزاد لمجد، الإعلام وإدارة الأزمات، "الإعلام الأمريكي أنموذجاً"، ط1(الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013).
- 11 - مدحت أبوالنصر، مفهوم الأزمات منظور إداري واجتماعي، *المجلة العربية للدراسات الأمنية*، ع28، أكتوبر 1999.
- 12 -نهي عاطف العبد، اعتماد الجمهور العربي على القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية في أوقات الأزمات بالتطبيق على أزمة العدوان الإسرائيلي على غزة، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ع33، يناير 2019.
- 13 - إسماعيل عبدالكافي، *الإعلام وإدارة الأزمات*، ط1(القاهرة: دار العالم العربي، 2013).
- 14 - شهرزاد لمجد، مرجع سابق.
- 15 - شفيق أحمد شفيق، الوعي التخطيطي وعلاقته بمواجهة الأزمات الاجتماعية، دراسة مطبقة على المغتربين المصريين بالمملكة العربية السعودية، المؤتمر العلمي الدولي الحادي والعشرون للخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، 2008.
- 16 إكرام عباس حيدر مشيخ، إدارة الأزمات وعلاقتها بالتوافق النفسي لدى المرأة السعودية العاملة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الملك عبد العزيز: كلية الاقتصاد المنزلي، 2006).
- 17 - مدحت أبوالنصر، مرجع سابق.

18 - عقاب غازي عميره، إدارة الازمات الاسريه (الرياض: د. ن،2010).

19 - نهي عاطف، مرجع سابق.

20 - Thomas j. johnson&Barbara k. keye ,Using is believing: The influence of reliance on the the credibility of online political information among politically , **Journalism&Mass Communication Quarterly**,vol.77.No.4,2000

21 - Wolfgang Schweiger ,Media credibility experience or image: A survey on the credibility of the world web in Germany in comparison to other media ,**European Journal of Communication** ,vol.15.No.1,2000

22 - Rasha.A. Abdulla& others ,the credibility of newspapers ,television news&online news ,Apaper presented to the Mass Communication&Society Division ,Association for Education in **Journalism&Mass Communication** ,Annual Convention ,Miami Beach ,Fla,2002.

23 - Howard i. Finberg ,**how do the issues of credibility and reliability play out in the online news environment?** The poynter Institute for Media Studies,2002.Avialable at:www.poynter.org

24 -Erik P Bucy ,Media credibility reconsidered: Synergy effects between on-air and online news ،**Journalism&Mass Communication Quarterly** ،vol.80 ,No.2,2003.

25 -Thomas j. johnson&Barbara k. keye ,wag the blog: How reliance on traditional media and the internet influence credibility perceptions of weblogs among blog users ،**Journalism&Mass Communication Quarterly** ،vol.81. No.3,2004.

26 - عزه عبد العظيم، مصداقية مصادر الأخبار بين الجمهور الإماراتي: دراسة مقارنة بين الوسائل التقليدية والحديثة، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، ع2، ديسمبر2006.

27 - حنان أحمد سليم، مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام لدى الجمهور الألماني، **المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر تحت عنوان: "الإعلام بين الحرية والمسئولية"**، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مايو 2008.

28 - Tsfati, y ,Online News Exposure and Trust in the Mainstrem Media: Exploring Possible Associations،**American Behavioral Scientist**,54،2010

29 - حسناء سعد منصور، تقييم مصداقية البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية في تناولها لموضوع الدستور المصري2012: دراسة على عينة من المصريين المغتربين بالمملكة العربية السعودية، **المؤتمر العلمي السنوي التاسع عشر تحت عنوان: "الإعلام وثقافة الديمقراطية"**، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، أبريل2013.

30 - محمد عبدالبدیع السيد، تأثير التعرض للإنترنت على مستويات مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية لدى الشباب في جامعتي بنها والحدود الشمالية لمصر والسعودية، دراسة ميدانية مقارنة، **مجلة كلية الآداب**، ع 62، جامعة الزقازيق: يونيو2013.

31 - Davood Mehrabi.et.all،News Media Credibility of the Internet and Television **European Journal of Social Sciences** ،vol.11. No.,12014.

- 32 - هديل فايز الطولية، اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصادقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة اليرموك: كلية الإعلام، 2014).
- 33 - عمرو محمد عبد الحميد، اتجاهات الرأي العام المصري نحو مصادقية القنوات التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2016).
- 34 - عبد العزيز خلف، مصادقية الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي، يوتيوب- فيس بوك- تويتر، دراسة مسحية على الجمهور الإماراتي، المؤتمر الإعلامي الدولي تحت عنوان: "الإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري"، جامعة الزرقاء: كلية الصحافة والإعلام، 2017.
- 35 - رنا محمد أبو اليزيد، مصادقية التغطية الخبرية في الصحافة المصرية لأحداث التحول الديمقراطي بعد ثورة 25 يناير، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنصورة: كلية الآداب قسم الإعلام، 2018).
- 36 - مها الطرابيشي، مدى اعتماد الجمهور على الصحف المصرية في معالجتها للأزمات الطارئة: دراسة حالة على حادث سقوط الطائرة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ع3، يوليو 2001.
- 37 - Lowrey, W., Media dependency during a large-scale social disruption: the case of September 11, **Mass Communication and Society**, 2004.
- 38 - هويدا مصطفى، المعالجة الإخبارية للأحداث والقضايا العربية في قناة الحرة: دراسة تحليلية لعينة من نشرات الأخبار، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ع2، يونيو 2004.
- 39 - إبراهيم محمد أبو الفرج، اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام أثناء الأزمات: "أزمة تفجيرات ذهب نموذجًا"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ع2، يونيو 2006.
- 40 - Tai, Z, Sun, T, Media dependencies in a changing media environment: the case of the 2003 SARS epidemic in China, **New Media and Society**, Vol.9, 2007.
- 41 - حنان سليم، اتجاهات النخبة الألمانية نحو إدارة القنوات الإخبارية الأجنبية للأزمات العربية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع30، يونيو 2008.
- 42 - شفيق أحمد، مرجع سابق.
- 43 - نادية عبد المنعم، برنامج إرشادي لإدارة الأزمات الأسرية وعلاقته بالتوافق الزوجي، مجلة بحوث التربية النوعية، ع18، سبتمبر 2010.
- 44 - Vecchio et.all, Managing Corporate Reputation in the Blogosphere: The Case of Dell Computer, **Corporate Reputation Review**, vol.14. No.2, 2011.
- 45 - سلوى سليمان، الشبكات الاجتماعية وإدارة الأزمات: دور صفحات الجيش والشرطة في إدارة أزمة مابعد 30 يونيو، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع3، أكتوبر، 2013.
- 46 - سمر صادق، تشارك المعلومات عبر الشبكات الاجتماعية وقت الأزمات وانعكاساته على إدراك الشباب المصري للأزمة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس: كلية الآداب، 2014).
- 47 - عزة المراكبي، أطر تقديم الأزمات السياسية والاجتماعية وصورة القوى الفاعلة المتضمنة بها في تغطية الصحافة المصرية خلال الفترة الزمنية 2012-2013، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2017).
- 48 - يحيى لعربي، إدارة اتصال الأزمات في زمن الشبكات الاجتماعية الرقمية: "تحولات نظرية ونماذج عملية"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع20، سبتمبر 2018.

- 49 - مي حنفي، الأزمات الأسرية الناجمة عن إصابة المرأة بسرطان الثدي، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس: كلية البنات، 2019).
- 50 -August .E .Grant ,K .Kendal Guthrie ,Sandra j. Ball. Rokeach,Television Shopping Media System Dependency Perspective ،**Communication Research**،Vol.18,NO. 6,1991.
- 51 - حسن عماد مكوي، ليلي حسين، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط11 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية،2014).
- 52 - نهى عاطف، **مرجع سابق**.
- 53 -Melvin L. Defleur& Sandra j. Ball. Rokeach ,**Theories of Mass Communication** , New York ,Longman1982,
- 54 -<https://www.stats.gov.sa/ar/779>
- 55 - طلعت عيسى، سائد رضوان، "اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول مصدرًا لأخبار انتفاضة القدس: دراسة ميدانية"، **مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية**، الجامعة الإسلامية بغزة- شئون البحث العلمي والدراسات العليا مج 27، ع 4، (2019).
- 56 - محمد بن علي السويد: استخدامات الشباب السعودي لموقع التواصل الاجتماعي (تويتر) وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية، دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي لكلية الإعلام والاتصال جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية تحت عنوان: "وسائل التواصل الاجتماعية، التطبيقات والإشكالات المهنية"، في الفترة من 10- 11 مارس 2015 م.
- 57 - حنان بنت شعشوع الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيس بوك وتويتر نموذجًا، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الملك عبد العزيز: كلية الآداب والعلوم الإنسانية،2013).
- 58 - عادل المكيثري، القضايا السعودية على شبكات التواصل الاجتماعي- تويتر نموذجًا، **مجلة كلية الآداب**، ع2، 2015.

## References

- Davood Mehrabi et.al, News Media Credibility of the Internet and Television **European Journal of Social Sciences** , vol.11. No.,12014.
- Howard i. Finberg , **how do the issues of credibility and reliability play out in the online news environment?** The poynter Institute for Media Studies,2002.Avalable at:www.poynter.org
- O, keefe, D.J, **Persuasion:Theory and Research**,Newbury Park:Ca:Sage,1990
- Rasha.A. Abdulla& others ,the credibility of newspapers ,television news&online news ,Apaper presented to the Mass Communication&Society Division ,Association for Education in **Journalism&Mass Communication** ,Annual Convention ,Miami Beach ,Fla,2002.
- Salah El-Din, K. (2006). mustawayat misdaqiat wasayil al'ielam almisriat ladaa aljumhuri: dirasat kamiyat kayfiat fi 'iitar alnamozag albinayiyi lilmisdaqiat, Almajalat almisriat libuhuth Al'ielami, 26.
- Thomas j. johnson&Barbara k. keye ,Using is believing: The influence of reliance on the the credibility of online political information among politically, **Journalism&Mass Communication Quarterly**.vol.77.No.4,2000
- Tsfati, y ,Online News Exposure and Trust in the Mainstresm Media: Exploring Possible Associations, **American Behavioral Scientist**,54,2010
- Vecchio et.all, Managing Corporate Reputation in the Blogosphere: The Case of Dell Computer ,Corporate **Reputation Review**, vol.14. No.2,2011.
- Wolfgang Schweiger ,Media credibility experience or image: A survey on the credibility of the world web in Germany in comparison to other media , **European Journal of Communication** ,vol.15.No.1,2000
- Abd Aleazim, A. (2006). misdaqiat masadir al'akhbar bayn aljumhur al'iimarati: dirasat muqaranat bayn alwasayil altaqlidiat walhadithati, almajalat Almisria libuhuth alraay Aleam, 2.
- Limujad, S. (2013). al'ielam wa'idarat al'azmati, "al'ielam al'amrikiu anmwdhjana", ta1(al'urdun: dar Osamat lilmnashr waltuwziei).
- Abd Aleaziza, M. (2017). misdaqiat 'ielam almuatin eabr mawaqie altawasul alaijtimaeii walbaramij alhawariat bialqanawat alfadayiyat Almisria kama yudrikuha alshabab almisrii, risalat dukturah ghayr manshura (jamieat Alqahira: kuliyyat al'ielami).

- Abd Alhamid, A. (2016). aitijahat alraay aleami almisrii nahw misdaqiat alqanawat altlifizyuniat wamawaqie altawasul alaijtimaeii fi tanawul alqadaya alsiyasiati, risalat dukturah ghayr manshura (jamieat Alqahira: kuliyat Al'ielami).
- Abd Almuneam, N. (2010). barnamaj 'iirshadiun li'idarat al'azamat al'usariat waealaqatih bialtawafuq alzawaji, majalat buhuth Altarbiat alnaweati, 18.
- Abdel Kafi, I. (2013). al'ielam wa'idarat al'azmati, ta1(alqahrata: dar Alealam Alearabii).
- Abu Alfaraj, I. (2006). aietimad alshabab aljamieii ealaa wasayil al'ielam 'athna' al'azmati: "'azimat tafjirat dhahab nmwdhjana", almajalat Almisria libuhuth Alraay Aleam, 2,.
- 'Abu Alyazid, R. (2018). misdaqiat altaghtiat alkhbariat fi alsahafat almisriat li'ahdath althawul aldiymuqratii baed thawrat 25 yanayir, risalat majistir ghayr manshura (jamieat almansurati: kuliyat aladab qism Al'ielami).
- Abul-Nasr, M. (1999). mafhum al'azamat manzur 'iidariun wajtimaeia, almajalat Alearabiat lildirasat Al'amniati, 28.
- Alabd, N. (2019). aietimad aljumphur alearabii ealaa alqanawat alfadayiyat al'ajnat almuajahat biallughat alearabiat fi 'awqat al'azamat bialtatbiq ealaa 'azmat aleudwan al'iisrayiyii ealaa Gaza, almajalat Almisriat libuhuth Al'ielami, 33.
- Alearabi, Y. (2018). 'iidarat aital al'azamat fi zaman alshabakat alaijtimaeiat alraqamiati: "tahawulat nazariat wanamadhiy eamaliati", majalat buhuth alealaqat aleamat Alsharq Al'awsat, 20.
- Almaknzi, A. (2015). alqadaya alsueudiat ealaa shabakat altawasul al'ijtimaeii-twitar nmwdhjana, majalat kuliat Aladab, 2.
- Almarakibi, A. (2017). Otor taqdim al'azamat alsiyasiat walaijtimaeiat wasurat alquaa alfaeilat almutadaminat biha fi taghtiat alsahafat almisriat khilal alftrat alzamaniati 2012-2013, risalat majistir ghayr manshura (jamieat Alqahirat: kuliyat Al'ielami,).
- Alsayid, M. (2013). tathir altaearud lil'iintirnit ealaa mustawayat misdaqiat alqanawat alfadayiyat al'iikhbariat ladaa alshabab fi jamieatay banha walhudud alshamaliat limisr walsaeudiat, dirasat maydaniat muqaranati, majalat kuliyat Aladab, jamieat Alzaqaziq, 62:.
- Alshahri, H. (2013). 'athar aistikhdam shabakat altawasul al'iiliktruniat ealaa alealaqat alaijtimaeia "alfis buk watwitar nmwdhjana, risalat majistir ghayr manshura (jamieat almalik Abd Aleaziza: kuliyat Aladab waleulum Al'iinsaniati).

- Al-Suwayd, M. (2015). aistikhdamat alshabab alsueudii limawqie altawasul alaijtimaeii (tuytir) watathiriha ealaa darajat ealaqatihim biwasayil al'ielam altaqlidiati, dirasatan muqadimatan lilmutamar aleilmii likuliyat al'ielam walaitisal jamieat al'iimam muhamad bin sued al'islamiat taht eunwani: "wasayil altawasul alaijtimaeiati, altatbiqat wal'iishkalat almihniatu", fi alftrat min 10- 11 maris 2015.
- Altamimi, K. (2019). astiratijaat alealaqat aleamat faa 'iidarat al'azmati, ta1 (Al'urdun: dar 'Amjad llnashr waltuwziei).
- Altarabishi, M. (2001). madaa aietimad aljumphur ealaa alsuhuf almisriat fi muealajatiha lil'azamat altaariati: dirasat halat ealaa hadith suqut altaayirat almisriati, almajalat almisriat libuhuth Alraay Aleam, 3.
- Al-Tawaliya, H. (2014). aitijahat alsahafiiyn al'urduniyayn nahw misdaqiat al'akhbar ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeii, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Alyrmuk: kuliyat Al'ielam).
- Amira, O. (2010). 'iidarat alazimat alasrih (Alriyad).
- August .E .Grant ,K .Kendal Guthrie, Sandra j. Ball. Rokeach, Television Shopping Media System Dependency Perspective ,**Communication Research**, Vol.18, NO. 6, 1991.
- Burgoon ,j, et. al, Testing the Interactivity Principle: Effects` of Mediation, Propinquity and Verbal and Nonverbal Modalities in Interpersonal Interaction, **Journal of Communication**, Vol.52, No.3, 2003
- Erik P Bucy , Media credibility reconsidered: Synergy effects between on-air and online news , **Journalism & Mass Communication Quarterly** , vol.80, No.2, 2003.
- Fogg, B. J., Kameda, et .al, 'Stanford-Makovsky web Credibility Study Investigating what Makes Web Sites Credible Today. A Research Report by the Stanford Persuasive Technology lab and Makovsky company .Stanford University ,2002, Available at [www.webcredibility.org](http://www.webcredibility.org).
- Hanafi, M. (2019). al'azamat al'usariatalnaajimat ean 'iisabat almar'at bisaratan althadii, risalat majistir ghayr manshura (jamieat Eayn shams: kuliyat Albanat).  
-<https://www.stats.gov.sa/ar/779>
- Isaa, T., Radwan S. (219). "aetimad alshabab alfilastinii ealaa sahafat alhatif almahmul msdrana li'akhbar aintifadat alqudsi: dirasatan maydaniatan", majalat aljamieat al'iislamiat lilbuhuth al'iinsaniati, aljamieat al'iislamiat Gaza, shiuwun albahth aleilmii waldirasat Aleulya, 4(27).

- Khalafa, A. (2017). misdaqiat al'akhbar fi mawaqie altawasul alaijtimaeii, yutyub-fis buk- tutir, dirasat mushiat ealaa aljumphur al'iimarati, almutamar al'iielamia alduwalia taht eunwani: "al'iielam bayn khitab alkarahiat wal'amn Alfikr", jamieat Alzarqa': kuliyyat Alsahafat wal'iielami)
- Lowrey ,W. ,Media dependency during a large-scale social disruption:the case of September11, **Mass Communication and Society**,2004.
- Mansur, H. (2013). taqyim misdaqiat al'baramij alhawariat bialqanawat alfadaiyyat fi tanawuliha limawdue aldustur almisrii2012: dirasat ealaa eayinat min almisriiyn almughtaribin bialmamlakat alearabiat alsaediati, almutamar aleilmiu alsanawiu altaasie eashar taht eunwan: "al'iielam wathaqafat aldiymuqratiati", jamieat Alqahira: kuliyyat Al'iielami.
- Masheikh, I. (2006). 'iidarat al'azamat waealaqatiha bialtawafuq alnafsii ladaa almar'at alsaediati aleamilati, risalat majistir ghayr manshura (jamieat Almalik Abd Aleaziza: kuliyyat Alaiqtisad Almanzili).
- Melvin L. Defleur& Sandra j. Ball. Rokeach ,**Theories of Mass Communication**, New York ,Longman1982,
- Mikawi, H., Hassa, L. (2014). alatisal wanazariaatuh almueasiratu, ta11 (Alqahira: aldaar almisriat allubnaniatu).
- Mustafa, H. (2004). almuealajat al'iikhbariat lil'ahdath walqadaya alearabiat fi qanaat alharat: dirasat tahliliat lieayinat min nasharat al'akhbari, almajalat Almisria libuhuth Alraay Aleam, 2.
- Robert M ,Entman ,Framing Toward clarification of paradigm, in **Journal of Communication** ,vol.43, No.4.
- Sadiq, S. (2014). tusharik almaelumat eabr alshabakat alaijtimaeiat waqt al'azamat waineikasatih ealaa 'iidrak alshabab almisrii lil'azmati, risalat majistir ghayr manshura (jamieat Eayn shams: kuliyyat Aladab).
- Salim, H. (2008). misdaqiat al'akhbar fi wasayil al'iielam ladaa aljumphur al'almani, almutamar aleilmiu alsanawiu alraabie eashar taht eunwani: "al'iielam bayn alhuriyat walmasyuwliati", jamieat alqahirat: kuliyyat Al'iielam.
- Selim, H. (2008). aitijahat alnukhbat al'almaniat nahw 'iidarat alqanawat al'iikhbariat al'ajnabiat lil'azamat alearabiati, almajalat Almisria libuhuth Al'iielami, 30.
- Shafiq, A. (2008). alwaey altakhtiti waealaqatuh bimujahat al'azamat alaijtimaeiati, dirasat mutbaqat ealaa almughtaribin almisriiyn bialmamlakat

alearabiat alsaeuadiati, almutamar aleilmiu alduwaliu alhadi waleishrun liikhidmat alaijtimaeiati, jamieat Helwan,.

-Shahin, H. (2012). misdaqiat alqanawat altilifizyuniat al'iikhbariat khilal al'azmati-dirasatan halatan liltaghtiat al'ielamiat lithawrat 25 yanayir, almajalat Almisriat libuhuth Alraay Aleami, 1.

-Sulayman, S. (2013). alshabakat alaijtimaeiat wa'iidarat al'azmati: dawr safahat aljaysh walshurtat fi 'iidarat 'azmat mabeid 30 yuniu, almajalat Alearabia libuhuth al'ielam walaitisali, 3.

-Tai ,Z ,Sun, T, Media dependencies in a changing media environment: the case of the 2003 SARS epidemic in China ,**New Media and Socitey**, Vol.9,2007.

-Thomas j. johnson&Barbara k. keye ,wag the blog: How reliance on traditional media and the internet influence credibility perceptions of weblogs among blog users, **Journalism&Mass Communication Quarterly**, vol.81. No.3,2004.

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

---

## Chairman: Prof. Mohamed Elmahrasawyd

President of Al-Azhar University

---

## Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

### Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

### Prof. Fahd Al-Askar

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

### Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

### Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Dean of the Faculty of Mass Communication, Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

## Managing Editor: Dr. Mohamed Fouad El Dahrawy

Lecturer at Public Relations and Advertising Department, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassyouni:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ramy Gamal:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

Arabic Language Editor : Omar Ghonem: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by: Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

● Issue 58 July 2021 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition» 9297- 1110

## Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.