

درجة مصداقية إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني دراسة مقارنة
" إدارة الأرصاد الجوية وطقس العرب "

**The Degree of Credibility of Media Weather among the
Jordanian Public a Comparative Study "The
Department of Meteorology and Arabia Weather"**

إعداد

ليث محمد عبد الكريم الحياوي

إشراف

الدكتور أحمد علي عريقات

قدّمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

حزيران، 2023

تفويض

أنا ليث محمد عبد الكريم الحيارى، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: ليث محمد عبد الكريم الحيارى.

التاريخ: ٢٦ / 06 / 2023.

التوقيع: 

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة والموسومة بـ "مصادقية إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني دراسة مقارنة

"إدارة الأرصاد الجوية وطقس العرب"

للباحث: ليث محمد عبدالكريم الحيارى.

وأجيزت بتاريخ: 11 / 06 / 2023.

أعضاء لجنة المناقشة

التوقيع	جهة العمل	الصفة	الاسم
	جامعة الشرق الأوسط	مشرفاً	د. أحمد علي عريقات
	جامعة الشرق الأوسط	عضواً من داخل الجامعة ورئيساً	أ.د. عزت محمد حجاب
	جامعة الشرق الأوسط	عضواً من داخل الجامعة	د. هاني أحمد البدرى
	جامعة صنعاء / جمهورية اليمن	عضواً من خارج الجامعة	أ.د. عبد الملك رمان محمد الدناني

شكر وتقدير

الشكر لله صاحب الفضل والمنة (وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ) ثم لإدارة جامعة الشرق الأوسط لهم مني خالص التقدير والاحترام، لما بذلوه خلال مسيرتي التعليمية لدى هذه الجامعة التي ساهمت في التحديث العلمي والعملية.

إلى مشرفي القدير الدكتور أحمد علي عريقات كنت بمثابة الوالد الحريص، والمعلم المخلص والحريص على انتقاء المعلومة لتصل إلى قارئها بكل حرفية ومهارة محققاً رؤية جامعتكم الموقرة. السادة أعضاء لجنة المناقشة الموقرة توجيهاتكم ونصحتكم ساعد في اثراء رسالتي من حيث القيمة والنوعية شاكراً ومقدراً تكرمكم بمناقشة رسالتي.

وإلى أهلي وجميع زملائي وزميلاتي.. ومن صاحبوني في رحلة العمل والدراسة ... شكراً لتشجيعكم وبوركتكم وبوركت جهودكم جميعاً.

الباحث

الإهداء

إلى معلم البشرية ومنبع العلم نبينا محمد (صل الله عليه وعلى آله وصحبه وسلم)

إلى من ضحوا بعمرهم من أجلنا ... الذين ما زالوا دعائهم لي هو مصدر قوتي وسندي ...

اللهم بارك لهم في عمرهم وصحتهم ... أمي وأبي

واحة الأمن والأمان ... أردننا الهاشمي

إلى أساتذتي في الجامعة، كنتم الحريصون على نجاحي وكنتم العيون الساهرة والعقول النيرة.

إليكم أنتم أهدي هذه الرسالة.

الباحث

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
العنوان.....	أ.....
تفويض.....	ب.....
قرار لجنة المناقشة.....	ج.....
شكر وتقدير.....	د.....
الإهداء.....	ه.....
قائمة المحتويات.....	و.....
قائمة الجداول.....	ح.....
قائمة الملحقات.....	ط.....

الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً: المقدمة.....	2.....
ثانياً: مشكلة الدراسة.....	3.....
ثالثاً: أهداف الدراسة وفرضياتها.....	3.....
رابعاً: أسئلة الدراسة.....	3.....
خامساً: أهمية الدراسة.....	4.....
سادساً: محددات الدراسة.....	4.....
سابعاً: مصطلحات الدراسة.....	4.....
ثامناً: حدود الدراسة.....	5.....

الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري.....	7.....
ثانياً: الدراسات السابقة ذات الصلة.....	14.....
ثالثاً: أوجه التشابه والاختلاف بين دراستك ونتائج الدراسات السابقة.....	23.....

الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات).

أولاً: منهج الدراسة.....	26.....
ثانياً: مجتمع الدراسة.....	26.....
ثالثاً: عينة الدراسة.....	26.....
رابعاً: أداة الدراسة.....	28.....

- أ. صدق الأداة الدراسة 28
- ب. ثبات الأداة 28
- خامساً: متغيرات الدراسة 29
- سادساً: إجراءات الدراسة 29

الفصل الرابع: نتائج الدراسة ومناقشتها

- نتائج سؤال الدراسة الأول: ما مصادر إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني؟ 32
- نتائج سؤال الدراسة الثاني: ما ثقة الجمهور الأردني في إعلام الطقس؟ 33
- نتائج سؤال الدراسة الثالث: ما الدقة في إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني؟ 35
- نتائج سؤال الدراسة الرابع: ما الموضوعية في إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني؟ 37
- نتائج فرضية الدراسة 39

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

- أولاً: مناقشة النتائج 50
- مناقشة نتائج سؤال الدراسة الأول 50
- مناقشة نتائج سؤال الدراسة الثاني 51
- مناقشة نتائج سؤال الدراسة الثالث 51
- مناقشة نتائج سؤال الدراسة الرابع 52
- مناقشة نتائج فرضية الدراسة 53
- ثانياً: أهم نتائج الدراسة 57
- ثالثاً: توصيات الدراسة 59

المصادر والمراجع

- أولاً: المراجع العربية 60
- ثانياً: المراجع الأجنبية 63
- الملحقات 64

قائمة الجداول

رقم الفصل - رقم الجدول	محتوى الجدول	الصفحة
1 - 3	عينة الدراسة حسب متغير الجنس	27
2 - 3	عينة الدراسة حسب متغير مستوى التعليم	27
3 - 3	عينة الدراسة حسب متغير نوع المركبة	27
4 - 3	معامل الثبات ألفا كرونباخ	29
5 - 4	عينة الدراسة حسب متغير مصادر متابعة الجمهور الأردني لإعلام الطقس	32
6 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للثقة بين موقع طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية	33
7 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للدقة بين موقع طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية	35
8 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للموضوعية بين موقع طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية	37
9 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للموضوعية والثقة والدقة بين موقع طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية	39
10 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار Independent Samples T- Test للموضوعية والدقة والثقة لموقع طقس العرب وموقع إدارة الأرصاد الجوية حسب متغير الجنس	40
11 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للموضوعية والدقة والثقة لموقع طقس العرب وموقع إدارة الأرصاد الجوية حسب متغير مستوى التعليم	41
12 - 4	تحليل التباين الاحادي للموضوعية والدقة والثقة لموقع طقس العرب وموقع إدارة الأرصاد الجوية حسب متغير المستوى التعليمي	42
13 - 4	المقارنات البعدية للموضوعية والدقة والثقة لموقع طقس العرب حسب متغير المستوى التعليمي	44
14 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للموضوعية والدقة والثقة لموقع طقس العرب وموقع إدارة الأرصاد الجوية حسب متغير درجة متابعتك لإعلام الطقس	46
15 - 4	تحليل التباين الاحادي للموضوعية والدقة والثقة لموقع طقس العرب وموقع إدارة الأرصاد الجوية حسب متغير درجة متابعتك لإعلام الطقس	47
15 - 4	المقارنات البعدية للدقة لموقع طقس العرب حسب متغير درجة متابعتك لإعلام الطقس	48

قائمة الملحقات

الصفحة	المحتوى	الرقم
65	استبانة الدراسة النهائية	1
69	أسماء محكمي استبانة الدراسة	2

درجة مصداقية إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني دراسة مقارنة " إدارة الأرصاد الجوية وطقس العرب

إعداد: ليث محمد عبد الكريم الحيارى

إشراف: الدكتور أحمد علي عريقات

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مصداقية إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني دراسة مقارنة إدارة الأرصاد الجوية وطقس العرب، تكونت عينة الدراسة العشوائية متاحة من 300 شخص من العاصمة عمان حيث تم توزيع الاستبانة الكترونياً من خلال صفحة الفيس بوك الخاصة بالباحث و صفحة الفيس بوك الخاصة بأمانه عمان الكبرى، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي مسح جمهور وسائل الإعلام. وجاءت أبرز نتائج هذه الدراسة على النحو الآتي: أظهرت النتائج أن الاعتماد على كلاً من إدارة الأرصاد الجوية وطقس العرب كمصدرين أساسيين لأخبار الطقس عند الجمهور الأردني بنسبة 32.3%، أظهرت النتائج أن ثقة الجمهور الأردني في إعلام الطقس سواء كانت من "طقس العرب" أو "إدارة الأرصاد الجوية" جاءت بدرجة متوسطة، أظهرت النتائج أن الجمهور الأردني يعتبر "طقس العرب" أدق في تقديم توقعات الطقس مقارنة بـ "إدارة الأرصاد الجوية". حيث حصل "طقس العرب" على مستوى مرتفع في التقديرات، في حين تقييم "إدارة الأرصاد الجوية" كان على مستوى متوسط، أظهرت النتائج أن الموضوعية في كل من "طقس العرب" و"إدارة الأرصاد الجوية" تُقيم بشكلٍ متوسط من قبل الجمهور، وأصت الدراسة أن على وسائل الإعلام أن تجعل الطقس أكثر جاذبية وتطوير منصات متنوعة لتقديم الطقس، مثل التطبيقات المحمولة والمواقع الإلكترونية والوسائط الاجتماعية، لجذب جمهور أكبر، وضرورة لتوسيع الشراكات بين مصادر الطقس المختلفة لتحسين دقة وموضوعية الإعلام.

الكلمات المفتاحية: المصداقية، إعلام الطقس، الأردن، طقس العرب، إدارة الأرصاد الجوية.

The Degree of Credibility of Media Weather among the Jordanian Public a Comparative Study "The Department of Meteorology and Arabia Weather

Prepared by: Laith Mohammad Al-Heyari

Supervised by: Dr. Ahmad Ali Oraqat

Abstract

This study aimed to identify the credibility of weather information among the Jordanian public, a study comparing the Meteorological Department and the weather of the Arabs. The study followed the descriptive method of surveying the media audience. The most prominent results of this study were as follows: The results showed that reliance on both the Meteorological Department and Arab Weather as the main sources of weather news for the Jordanian public reached 32.3%. The Meteorological Department came with a moderate degree. The results showed that the Jordanian public considers "Arab Weather" to be more accurate in providing weather forecasts compared to the "Meteorological Department." Where "Arab Weather" got a high level of estimates, while the evaluation of the "Meteorological Department" was at an average level, the results showed that objectivity in both "Arab Weather" and "Meteorological Department" is moderately evaluated by the public, and the study recommended that the media should make the weather more attractive and develop various platforms to present the weather, such as mobile applications And websites and social media, to attract a larger audience, and the need to expand partnerships between different weather sources to improve the accuracy and objectivity of the media.

Keywords: Credibility, Weather Media, Jordan, Arabia Weather, Jordan Department of Meteorology.

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً: المقدمة

يُعتبر علم الأرصاد الجوية من أهمّ العلوم التي تلعب دوراً كبيراً في حياة المجتمعات، حيث لا يمكن تجاهل تأثير حالات الطقس والمناخ على جوانب حياة الإنسان المختلفة في جميع فصول السنة، الأمر الذي يستوجب الحصول على معلومات تكون أقرب للواقع ومفيدة حول الطقس. وهذا يتطلب متابعة تامة لمصادر الأرصاد الجوية، والتي لا بد وان تكون دقيقة كي يستند اليها الأفراد في بدء نشاطهم اليومي والتخطيط للنشاط الاسبوعي.

واليوم أصبح الحديث عن الشتاء والصيف والحالات الجوية في مواقع التواصل الاجتماعي منتشرا إما بشكلٍ فردي أو من خلال منصات رقمية تقدم خدمة الطقس، ولا يوجد دقة معينة لكل منخفض جوي وأن ازدحام المعلومة الجوية عبر وسائل الإعلام قد يؤدي إلى ارباك المواطنين ونحن الان في زمن مختلف حيث أصبح الشخص يختار من اين يحصل على معلومته دون الرجوع إلى مصدر المعلومة.

وتنشر في وسائل الإعلام المختلفة احيانا اخبار متناقضة حول الحالة الجوية، وازدادت هذه الحالة دقة التوقعات الجوية من عدمها، فإن بعض المواقع الالكترونية تنشر أخباراً تتعلق بحالات جوية متوقعه تنسب إلى متنبئ جوي كي تحقق سبقاً صحفياً، خاصة وأن المواطن يتابع الحالة الجوية بشغف في فصل الشتاء، ما يجعل بعض تلك الجهات تحرص على نقل أخبار متعجلة، ما قد يؤدي إلى تراجع القدرة في تجنب أخطاء المعلومات، وعدم الاعتماد على المصادر الموثوقة في نقل الخبر ما يخالف معيار الدقة.

ثانياً: مشكلة الدراسة

أدى ظهور جهات عديدة تهتم برصد الاحوال الجوية بعضها محترفة واخرى يمثلها هواة إلى تقديم محتوى اخباري بحاجة إلى أن يتطابق مع المعايير المهنية لمثل هذه البرامج ومنها الدقة والوضوح. وأصبحت أهمية الرصد الجوي لا تتوقف عند دقة تلك التوقعات، بل تعدتها إلى مصدر تلك التوقعات وإلى تغطية وسائل الإعلام للأحوال الجوية، ودرجة الثقة بتلك المصادر. وتتمثل مشكلة الدراسة في التعرف إلى مصداقية إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني من خلال دراسة مقارنة بين معلومات إدارة الأرصاد الجوية وطقس العرب.

ثالثاً: أهداف الدراسة وفرضياتها

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مصداقية إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني، ويتفرع عنه

الأهداف الفرعية الآتية:

الهدف الفرعي الأول: معرفة مصادر إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني.

الهدف الفرعي الثاني: معرفة ثقة الجمهور الأردني في إعلام الطقس.

الهدف الفرعي الثالث: معرفة الدقة في إعلام الطقس.

الهدف الفرعي الرابع: معرفة الموضوعية في إعلام الطقس.

رابعاً: أسئلة الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على السؤال الرئيس الآتي: ما مصداقية إعلام الطقس لدى

الجمهور الاردني ؟، ويتفرع عنه الأسئلة الفرعية الآتية:

السؤال الفرعي الأول: ما مصادر إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني؟

السؤال الفرعي الثاني: ما ثقة الجمهور الأردني في إعلام الطقس؟

السؤال الفرعي الثالث: ما الدقة في إعلام الطقس؟

السؤال الفرعي الرابع: ما الموضوعية في إعلام الطقس؟

فرضية الدراسة: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مصداقية إعلام الطقس تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة ومجتمعها (الجنس والمستوى التعليمي).

خامساً: أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها مما يأتي:

الأهمية العلمية: تعد الدراسة من الدراسات القليلة التي تناولت مصداقية إعلام الطقس كدراسة مقارنة. ستساهم هذه الدراسة في حث الباحثين على إجراء المزيد من الدراسات التي تتناول جوانب المصداقية في إعلام الطقس في الأردن.

الأهمية العملية: تأمل هذه الدراسة في المساعدة على تطوير أداء جهات إعلام الطقس بما يخدم أفراد المجتمع الأردني.

سادساً: محددات الدراسة

تحدد هذه الدراسة بنتائج من خلال صدق وثبات الأداة التي سيتم تطويرها واستخدامها لجمع البيانات التي ستجيب على أسئلة الدراسة، وصدق إجابات عينة الدراسة والتي ستحدد درجة تعميم نتائج الدراسة.

سابعاً: مصطلحات الدراسة

المصداقية

التعريف الإجرائي: الوسيلة الإعلامية التي تتصف بالمصداقية، تلك التي يعرف عنها بث الأخبار الصحيحة والتثبت منها قبل بثها بطرق مختلفة وهي نوع من المعالجة المهنية والأخلاقية للمضمون

الخبرية بحيث يتوافر فيها كل أبعاد الموضوع والاتجاهات المطروحة حوله بطريقة متوازنة تستند على شواهد وأدلة ودقة في عرض المعلومات الموثقة، وفصلها عن الآراء الشخصية التي ينبغي أن تعلن بوضوح وصراحة وتتجرد من الأهواء بحيث تتسق مع آراء الآخرين والتي تطرحها الوسيلة الإعلامية، وذلك في إطار من العمق والاكتمال، يراعي علاقة الخاص بالعام وربط الجزء بالكل شرط أن تعكس أولويات الاهتمام عند الجمهور.

اصطلاحاً: الأدلة والمعايير التي من خلالها تثبت صدق الخبر أو الموضوع من كذبه (عبد العزيز 1996)

الطقس: يعرف بأنه حالة الجو التي تشهدها منطقة ما، ويشمل ذلك أشياء مثل درجة الحرارة، هطول الأمطار، ضغط الهواء وحركة الرياح. وتتغير حالة الطقس نتيجة التقلبات التي تحدث في الغلاف الجوي في لحظة معينة، وعلى أساس يومي أو أسبوعي، فقد يتغير الطقس خلال دقائق، أو أيام، ومن موسم إلى آخر، فالتغيرات اليومية في الطقس ناتجة عن الرياح والعواصف، أما التغيرات الموسمية ناتجة عن دوران الأرض حول الشمس <https://www.arabiaweather.com/ar/question>

ثامناً: حدود الدراسة

الحدود المكانية: عمان-المملكة الأردنية الهاشمية إقليم الوسط.

الحدود الزمانية: الفصل الدراسي الثاني 2023/2022.

الحدود التطبيقية: درجة مصداقية إعلام الطقس في المملكة الأردنية الهاشمية.

الحدود البشرية: المواطنين الأردنيين المتابعين لإدارة الأرصاد الجوية وطقس العرب.

الفصل الثاني
الأدب النظري والدراسات السابقة

الفصل الثاني

الأدب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري

المصداقية في الإعلام

مفهوم المصداقية: المصداقية الإعلامية فتشير إلى الأدلة التي تثبت صدق الخبر أو الموضوع أو الرأي وهذه الأدلة هي تلك المعايير والمؤشرات التي تسهم في تقييم المصداقية وتشكل خمسينيات القرن الماضي البداية الحقيقية لدراسات المصداقية في العالم، وقد اهتمت هذه الدراسات بقياس مصداقية المصدر، ثم قياس مصداقية الوسيلة، ثم اهتمت بقياس مصداقية الرسالة، وقد قدمت هذه الدراسات عددا من المعايير والمؤشرات التي يستدل بها على قياس مصداقية المصدر والرسالة والوسيلة الإعلامية، وقد ارتبطت هذه المعايير والمؤشرات بتعريف المصداقية (مصطفى، 2003).

حيث عرفت الدراسات الأمريكية المصداقية بأنها مكونه من عدة مفاهيم منها (الدقة - الاكتمال - تغطية الحقائق والوقائع عدم التحيز العدالة التوازن الموضوعية الأمانة والمسئولية الأخلاقية - السمات المميز لأداء الصحافة الثقة في المؤسسات الإعلامية)، أما الدراسات الأوروبية فرأت أن مفهوم المصداقية هو عدم الانحياز - فصل الحقائق عن الآراء عدم تبعية الصحيفة للدولة التغطية الشاملة للحدث العمق في التحليل - الحرص والأمانة وعدم المبالغة التوازن والشمولية عدم الخوض في الحياة الخاصة بالأفراد تقديم الخدمات للجمهور. (السالم - والموسوي 2016)

معايير المصداقية

اشارت الدراسات التي تناولت المصداقية إلى ان هناك مجموعه من المعايير تتمثل بها مصداقية

وسائل الإعلام وهي الآتي:

1-الموضوعية وهي فصل الرأي عن الخبر، فسيذكر معنى هذا المؤشر، لذلك لا بد من تقديم مؤشرات لقياس كل معيار وصياغتها بالطريقة التي يمكن للجمهور فهمها، والرد على أسئلة الباحث وتعرف الموضوعية بأنها رؤية العالم على حاله وليس كما نريده أن يكون، وعرفها آخرون بأنها قاعدة تتطلب من الصحفيين أن يحاولوا أن ينحوا جانبا المشاعر والأحكام المسبقة ومع أنه لا يوجد صحفي يصل إلى الموضوعية الخالصة، لان الموضوعية من الأمور المثالية، لكن الهدف من الاهتمام بها يتمثل في تعليم المراسلين التعامل مع التحيزات الشخصية، ومساعدة الصحفيين على رؤية الحقائق بالدقة المتاحة في حدود القدرة البشرية (سميث، 2017)

ويعد فصل الرأي عن الخبر من أهم مكونات مفهوم الموضوعية، فينبغي عدم إطلاق الأحكام على الأمور والموضوعات التي تتناولها التغطية الصحفية، وتفاذي التحليلات الوصفية غير القائمة على معطيات الحقائق، وعدم تحريف الوقائع والمعلومات تحت أي ذريعة والحرص على التمييز بين الخبر من جهة والتحليل والتعقيب من جهة أخرى تفاديا لشبهة المحاباة والانحياز فالخبر يستند إلى عناصر ومصادر يمكن للمتلقي تقصي صدقها عبر أدوات إعلامية أخرى في حين أن التعقيب أو التحليل يعكس وجهات نظر قابلة للجدل (غرابة 2019)

2- معيار الدقة يرى بعض الباحثين بأن مفهوم الدقة مرادف للصحة والسلامة، وتعني تفادي الأخطاء بكل أنواعها سواء الأخطاء المعلوماتية أو النحوية أو اللغوية، وتحتاج الدقة من الصحفي إلى أن يثبت من صحة الآراء والمواقف والمعلومات ونسبها (عبد الحميد، 2016)

3- الثقة وإسناد الخبر إلى مصدر واضح يعتبر معيار الثقة أحد أهم معايير مصداقية المصدر، وتحقق الثقة في مضمون وسائل الإعلام من خلال إسناد الخبر إلى مصدر موثوق (محدد اسمه وهويته) كما تتحقق الثقة في الوسيلة الإعلامية من خلال تعامل المستخدم معها لفترة معينة. ويؤدي

إسناد الخبر إلى مصادره لزيادة ثقة الجمهور بالوسيلة، سواء كان المصدر رسمياً أو غير رسمي (صالح، 2012)، وأن الغالبية العظمى من المبحوثين اعتبروا إسناد المعلومات لمصدر مجهول يؤثر سلباً على المصداقية المتصورة للمادة الصحفية التي يقرؤونها، وتعتبر الثقة أهم معيار لقياس مصداقية المصدر. (صدقي، 2016)

4- التوازن يعرف التوازن بأنه التعددية في طرح الآراء المختلفة حول الموضوع أو الحدث الواحد وعرض وجهات النظر المختلفة، وعدم التركيز على جانب واحد وتجاهل الآراء الأخرى، ولتحقيق الإنصاف بين الأطراف المختلفة في الخبر ينبغي عرض آراء كل طرفٍ وإعطاء كل طرفٍ مساحةً متساوية وفرصة للرد على الطرف الآخر، واستخدام التكنولوجيا بشكلٍ متساوٍ لكلا الأطراف في إبراز آراءهم وصورهم (عبد الحميد، 2016).

5- الاكتمال والشمولية والعمق ينبغي للخبر أن يبين للقارئ متى وقع الحدث وأين وقع، وماذا وقع ومن تسبب في وقوع الحدث، ولماذا وقع الحدث وكيف وقع، فمثل هذه الأسئلة تدور في ذهن القارئ ولا بد للخبر أن يجيب عليها، لأن عدم ذكر ذلك ينتقص من مصداقية الخبر أما العمق فيعني تغطية الخبر من كل جوانبه وعرض التداخيات والخلفيات والنتائج الخاصة بالحدث أو القضية المثارة، وعدم السطحية في طرح الخبر، وعرض الخبر دون تعمق يؤدي إلى قلة معدل المصداقية لعدم وجود التفسير والتوضيح للخبر والأحداث (صالح، 2012).

6- معيار الخبرة تعني مدى توفر عناصر المعرفة والمهارة والكفاءة وأن يكون مؤهلاً بما لديه من معرفة محددة بالشخص فالمعلومات التي يكون مصدرها خبراء، تكون أكثر إقناعاً وتأثيراً على موقف المستقبل، وتتبع خبرة المصدر من تخصص المصدر (عبد الحميد، 2016). وتعتبر الخبرة والثقة أهم بُعدين من الأبعاد المكونة للمصداقية المصدر (الرافعي، 2014) ويندرج تحت معيار الخبرة الاحترافية والكفاءة والاطلاع والممارسة والمؤهلات، وقد احتل معيار الخبرة في الدراسات العربية

المرتبة السابعة فالنقل عن مصدر معين ينبغي أن يكون بمنتهى الأمانة، فلا يتم بتر كلامه أو نزع بعض العبارات عن سياقها، فبعض الصحفيين قد ينقلوا بعض الكلام الذي يتفق مع وجهة نظرهم أو توجهات الصحيفة، أو يعيدون صياغة ما قاله المصدر، وهذا الأمر غالبا ما يوقع هؤلاء الصحفيين في مأزق لاحق، عندما يتقدم المصدر بشكوى من أن تصريحاته تعرضت للتحريف أو الاجترار (العزي 2020) ويتطلب قياس هذا المعيار أن يعود الباحث إذا كانت دراسته تحليل مضمون للرواية الأصلية للمصدر الإخباري، وهنا تكمن الصعوبة لان الروايات الأصلية للمصادر قد لا تتوفر للباحث.

7- معيار الاعتماد على أدلة تشمل الأدلة الإحصائية والأرقام والوثائق والمستندات وقد تباينت الدراسات العربية في استخدامها لهذا المعيار، فمعظم الدراسات العربية اعتبرت معيار الاعتماد على أدلة معيارا مستقلا حيث جاء في المرتبة الثالثة عشر، وهناك دراسات اعتبرت هذا المعيار ضمن مؤشرات الدقة (إكرام، 2021)

8- معيار السمعة ظهر في الدراسات العربية بنسبة محدودة، حيث جاء في المرتبة قبل الأخيرة المرتبة (21)، ومؤشرات السمعة قد تكون مرتبطة مثلا بفوز الموقع الإخباري بجائزة ما، أو ارتفاع عدد زواره، أو التوصية به من قبل الآخرين ومن الباحثين الذين استخدموا معيار السمعة (الحبيبي 2014)

ونجد أن مفهوم المصداقية قدمت له الباحثين مجموعة من المستويات التي تتناول جانب مفهوم

المصداقية من خلال اداء الوسيلة نفسها وهي:

المستوى الأول: يقيس مصداقية وسائل الإعلام المختلفة.

المستوى الثاني: يقيس مصداقية وسائل الإعلام من خلال مكونات ومعايير المصداقية المرتبطة

بعناصر العملية الاتصالية.

المستوى الثالث: يتم من خلاله المقارنة بين وسائل الإعلام التقليدية والوسائل الحديثة، أو بين القنوات التلفزيونية نفسها.

المستوى الرابع: يقيس إدراك الجمهور لمصداقية وسائل الإعلام في تناولها الإخباري للأحداث والقضايا والأزمات في المجتمع (علي، 2006).

وفي هذه الدراسة ولخصوصية المحتوى الإعلامي الذي سيتم تناوله بعيداً عن الوسيلة نفسها، والبحث في مصداقية المحتوى المقدم من قبل إدارة الأحوال الجوية، وطقس العرب سيتم الأخذ بالمعايير الآتية:

معايير الموضوعية، ومعايير الثقة، ومعايير الدقة.

إدارة الأرصاد الجوية

أسست الأرصاد الجوية الأردنية على شكل مكتب للرصد والتنبؤات الجوية في مطار القدس عام (1951)، كان عدد محطات الرصد الجوي محدوداً في ذلك التاريخ كما كانت مهامها محدودة أيضاً لا تتعدى اصدار نشرات جوية وتنبؤات جوية ومعلومات مناخية احياناً، وبعد ذلك تواصلت عمليات التوسع في انشاء المحطات واستخدام احدث الاجهزة إلى ان اصبحت الأرصاد الجوية على النحو الذي نراه اليوم وهي تدخل اليوم في كثير من المجالات الحياتية الأساسية للمواطن، إذ لا يقتصر دورها على اصدار النشرة الجوية فحسب ولكنها تقدم الخدمات المختلفة في مجالات المناخ، قطاع النقل، المياه، الطاقة، الزراعة والانشاءات. <http://jmd.gov.jo>.

مسؤولياتها

اصدار النشرة الجوية وتقديم الخدمات المختلفة في مجالات المناخ، قطاع النقل، المياه، الطاقة، الزراعة والانشاءات. واهميتها في حماية الأرواح، الممتلكات، المحافظة على البيئة والمساهمة في خدمة معظم القطاعات الداعمة للتنمية المستدامة <http://jmd.gov.jo>.

مهام الدائرة

تأسيس شبكة من محطات الرصد الجوي ومكاتب للتنبؤات ومراكز لأبحاث الأرصاد الجوية للشؤون الزراعية والمائية

1. مراقبة محطات الرصد الجوي ومكاتب التنبؤات ومراكز الأبحاث.
2. اصدار النشرات الجوية واعطاء التنبؤات.
3. تبادل معلومات الارصاد الجوية بين المملكة الاردنية الهاشمية والخارج.
4. القيام بالدراسات والبحوث العلمية.
5. القيام بتدريب الفنيين الذين تحتاج إليهم الدائرة ووضع برامج تدريبية ومنح شهادات بإكمال البرامج التدريبية بنجاح وذلك بعد حصولهم على مستوى معين من الاختصاص

<http://jmd.gov.jo/>

شركة طقس العرب ArabiaWeather.com هو أول وأكبر موقع إلكتروني للطقس في الوطن العربي تأسس عام 2010. ويُقدّم الموقع حالة الطقس لجميع مناطق دول الوطن العربي (أكثر من 5000 منطقة)، ولجميع السكان البالغ عددهم قرابة 400 مليون شخص <https://www.arabiaweather.com/ar/content>

ويُوفّر موقع طقس العرب ArabiaWeather.com عبر صفحات الدول الـ 22؛ ميزات وخدمات شائعة ونوعية والتي تتضمن أخبار مُباشرة عن الطقس وتطورات الأحوال الجوية، أخبار مناخية وبيئية وعلمية مُختلفة شائعة، توقعات الطقس لخمسة أيام قادمة وبدقة تصل إلى توقع الطقس ساعة بساعة (لفترات) لهذه الأيام الخمس، توقعات الطقس لعشرة أيام قادمة، إضافة إلى ما سبق يتم إصدار نشرات جوية تفصيلية ونشرات جوية شهرية وموسمية.

وغير ذلك، يُوفر موقع طقس العرب ArabiaWeather.com أيضاً خدمة مُميزة جداً وهي من الخدمات القليلة على مُستوى العالم وليس فقط الوطن العربي وهي صور مُباشرة للأقمار الاصطناعية والتي ترصد الطقس فوق الوطن العربي.

ويتم نشر صور مُباشرة لمُنتجات هذه الأقمار مثل رصد الغبار، الضباب، الكتل الهوائية، العواصف الرعدية وغيرها. كما يُقدّم الموقع بث مُباشر للبرق في مناطق الوطن العربي وأماكن حدوثها. <https://www.arabiaweather.com/ar/content>

خدمات موقع وتطبيق طقس العرب

يوفر تطبيق طقس العرب تنبؤات بحالة الطقس وتطورات الأحوال الجوية، بالإضافة إلى الأخبار المتعلقة بالحالة الجوية والمناخية والبيئية، ويقدم أيضاً أخباراً علمية، ويوفر التطبيق التنبؤات الجوية بصورتين؛ الأولى للخمسة أيام القادمة وتكون مفصلة ساعة بساعة، وتنبؤات أخرى لعشرة أيام قادمة، بالإضافة إلى نشرات جوية تفصيلية وأخرى شهرية وموسمية، وأخيراً يوفر موقع طقس العرب خدمة مميزة، وهي صورة مباشرة للأقمار الاصطناعية الموجودة فوق دول الوطن العربي والمسؤولة عن حالة الطقس فيه، وسيجد المستخدم في الموقع صوراً مباشرة لمنتجات الأقمار الاصطناعية؛ كالغبار، والضباب، والكتل الهوائية، والعواصف الرعدية، وأخيراً يوفر الموقع بثاً مباشراً لمناطق حدوث البرق فوق الوطن العربي. <https://www.arabiaweather.com/ar/content>

ثانياً: الدراسات السابقة ذات الصلة

دراسة (عبد الباري، 2005) هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين مصداقية المواقع الإخبارية على الإنترنت ومستقبل الصحافة المطبوعة في مصر كما يراها الجمهور المصري، واستخدمت المنهج المسح الإعلامي لعينة عمدية من الجمهور المستخدم لشبكة الإنترنت قوامها 250 مفردة، وبلغ معدل الاستجابة 221 مفردة بنسبة 88.4%، وتوصلت الدراسة على تصفح 164 مفردة (74.3%) للمواقع الإخبارية بشكلٍ دائمٍ ومُستمرٍ مقابل 57 مفردة (25.7%) كانت تفضل مشاهدة القنوات الفضائية بدلا من هذه المواقع الإخبارية وقد أعرب 54.3% من المبحوثين عن اعتقادهم بأن المواقع الإخبارية أكثر مصداقية من الصحف المطبوعة وذلك باختبار معايير المصداقية التالية: الموضوعية، الدقة، الفورية (التحديث) وجودة المحتوى.

دراسة (عربي، وبسنت 2012) هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب والكشف عن مدى وعي الجمهور السعودي المستخدم للمواقع الاجتماعية بمفهوم المصداقية والعناصر المكونة لها وطبيعة دور وسائل الإعلام في تكوين هذا الوعي، بالاعتماد على المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي، على عينة عشوائية بلغ قوامها (200) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان أهمها: جاءت مصداقية معلومات مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى بنسبة (21,5%) تلاها مباشرة سرعتها في نقل الأخبار بنسبة (21) ثم حرّيتها في مناقشة قضايا المجتمع بنسبة (17). استخدام الصور ضمن المضمون الخبري في مواقع التواصل الاجتماعي احتل أول عناصر المحتوى تصديقاً عند الشاب، وذلك بنسبة (23)، ويعكس هذا أهمية الصور في المضامين الخبرية، ثم ذكر مصدر الخبر» بنسبة (21.5%)، ثم وجود أكثر من رابط لنفس الخبر، وكانت الوثائق في المستوى الرابع بنسبة (17.5%).

Trust and credibility of Urban Youth on line news media

دراسة (2012 Wilson) هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على ثقة ومصداقية وسائل الإعلام

لدى الشباب عبر الإنترنت على واستخدمت الدراسة عينة مكونة من 1000 مفردة من طلاب الجامعات بماليزيا، وقد كشفت النتائج عن أن الشباب لا يزالون يعتمدون على الوسائل التقليدية للحصول على الأخبار، ولكن تلك الوسائل التقليدية لم تنجح في تقديم المعلومات الكافية للشباب، ولذا فإنهم يلجؤون إلى استخدام مواقع الإنترنت كوسيلة بديلة للحصول على معلومات إضافية

Credibility and digital media

دراسة (2013 Metzger & Flanagin) هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الإعلام

الرقمي والشباب والمصداقية حيث أجريت على عينة من الشباب الجامعي وتحت الجامعي بالولايات المتحدة، وكشفت أن المواقع الإخبارية تحتل درجة كبيرة من المصداقية لدى أفراد الجمهور، بينما المواقع الشخصية تمثل درجة أقل من المصداقية، في حين تحتل المواقع الخاصة والتجارية درجة متوسطة بين النوعين السابقين. كذلك أوضحت النتائج أن تقييم الجمهور لمصداقية الموقع يتم على أساس صفات الموقع (على سبيل المثال: التصميم، وعمق المحتوى)، واليسر في التعامل مع الموقع، وكذلك المقومات الذاتية التي يمكن أن يقدمها الموقع لجمهوره. في حين تم تقييم مصداقية الوسائل التقليدية على أساس مصادر المعلومة (خبير - كاتب - أكاديمي..... الخ). وتبين من نتائج الدراسة ثقة معظم أفراد العينة في الوسائل الجديدة بصورة أكبر من التقليدية (ما عدا المدونات فهي تحتل درجة أقل) وذلك لإتاحتها كم كبير من المعلومات، وسهولة تبادلها علاوة على سهولة التواصل بين الأفراد.

دراسة (هديل، 2014) تهدف هذه الدراسة إلى معرفة اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو

مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى اعتمادهم على هذه المواقع في متابعة

الأخبار، وذلك باعتماد الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي للإجابة عن أسئلة البحث، وقد تكون مجتمع الدراسة من أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين العاملين في الصحف الأردنية اليومية (الرأي، الدستور، الغد، العرب اليوم، السبيل ووكالة الأنباء الأردنية (بترا)، حيث بلغ عددهم (250) مفردة. واعتمدت الباحثة على الاستبانة) كأداة البحث لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة، حيث تضمنت على عدد من الأسئلة والعبارات التي تستهدف الكشف عن اتجاهات الصحفيين الأردنيين إزاء موضوع الدراسة.

وقد توصلت الدراسة إلى العديد نتائج عدة، أهمها:

1- أن (65%) من المبحوثين كانت اتجاهاتهم متوسطة نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي.

2- تبوا الفيس بوك الترتيب الأول في تفضيل استخدام الصحفيين له في متابعة الأخبار مقارنة مع مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى وبنسبة بلغت (49,8%)، يليه موقع تويتر بنسبة (20,6%)، وتبين أن من أسباب استخداماتهم لهذه المواقع تميزها بالفورية والسرعة في نقل الأخبار والأحداث لحظة بلحظة بنسبة (18,7%)، ولأنها تعطي للمستخدم فكرة عن كل ما يجري من أحداثٍ حول العالم بنسبة (14.1%).

3- بينت النتائج أن المنزل هو المكان المفضل لدى الصحفيين في استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت (44,7%) وقد يُعزى ذلك لإمكانية الاشتراك في خدمة الإنترنت بسهولة في المنزل.

4- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي (ذكر/انثى).

5-أوضحت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الصحفيين الأردنيين. نحو

مصادقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير العمر.

6-عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصادقية الأخبار

على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية.

7- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصادقية الأخبار

على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير المستوى التعليمي.

8- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصادقية

الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير تخصص الدراسة.

9- أوضحت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو

مصادقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير الخبرة.

New Media Credibility between Internet and Television in Jordan, Egyptian Journal of Media Research

دراسة (Khodary، 2018) هدفت الدراسة إلى مقارنة مصادقية وسائل الإعلام بين الإنترنت

والتلفزيون في الأردن حيث تم استخدام تصميم المسح لتحديد العوامل التي تؤثر على تصور مصادقية

وسائل الإعلام في المجتمعات الأردنية لفهم كيف ينظر المستجيبون إلى الإنترنت والتلفزيون من

حيث مصادقية المعلومات الإخبارية. تم إجراء استطلاع مع 400 من الموظفين غير الأكاديميين

المهنيين لتحديد العوامل التي تؤثر على تصورهم تجاه مصادقية وسائل الإعلام. تم استخدام طريقة

أخذ العينات المنتظمة للاختيار من أجل إدراجها في العينة.

وكشفت نتائج الدراسة أن التلفزيون أكثر مصادقية من الإنترنت في نقل الأخبار لأنه في الأردن

لا يوجد قانون قانوني للمعلومات في وسائل التواصل الاجتماعي. استكشفت هذه الدراسة أيضاً

العلاقة الإيجابية والمهمة بين القضية بروز، والاعتماد على وسائل الإعلام، واستخدام وسائل الإعلام مع إدراك مصداقية الإنترنت والتلفزيون.

دراسة (الناغي، ولاء 2019) هدفت الدراسة الكشف عن معايير مصداقية المواقع الالكترونية الاخبارية كما يراها الشباب الجامعي وعلاقتها باعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات واعتمدت الدراسة على منهج المسح لعينة من الشباب الجامعي بمحافظة بورسعيد بلغ قوامها 400 مفردة وتم استخدام اداة الاستبانة كأداة لجمع البيانات وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها:

1. جاءت اهم آليات الحكم على مصداقية المواقع الاخبارية في التالي (من خلال شهرة الموقع) بنسبة 19.4% ثم (من خلال شهادة المقربين الموثوق فيهم في المرتبة الثانية بنسبة 17.7، ثم من خلال قدرته على التحديث المستمر) في المرتبة الثالثة بنسبة 15%.
2. تمثلت استجابات الشباب الجامعي لمقياس مصداقية الرسالة في الاختصار والايجاز دون الاضرار بالمعني بمتوسط مرجح 2.58، ثم ينشر تكذيب للأخبار التي يثبت عدم صحتها) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح 2.55 وفي الترتيب الثالث الالتزام بالدقة والموضوعية في صياغة العنوان والموضوع، اما عن مصداقية الوسيلة الإعلامية فتمثلت في ان المواقع الاخبارية الالكترونية اسرع الوسائل في نقل الأحداث حيث جاءت في مقدمة استجابات الشباب الجامعي وبمتوسط مرجح 2.59، ثم التحديث المستمر للموقع في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح 2.57، ثم استخدام الموقع المستحدثات الرقمية والنصوص الفائقة والوسائط المتعددة التي تفقدها الوسائل الإعلامية الأخرى) بمتوسط مرجح 2.51، في حين تمثلت مصداقية القائم بالاتصال في التالي (موضوعية الكاتب بصرف النظر عن انتماءاته وأيدولوجيته السياسية)

بمتوسط مرجح 2.55، ثم أن يتمتع القائم بالاتصال بشهرة كبيرة في المرتبة الثانية بمتوسط

مرجح 2.43.

Predictors of credibility of online media in the Spanish polarized media system. Communication & Society

دراسة (2019 Llamero, Ll., Fenoll, V. & Domingo, D) هدفت الدراسة قياس

رأي مستخدمي وسائل الإعلام حول عوامل التنبؤ بمصداقية وسائل الإعلام عبر الإنترنت في إسبانيا وربطها بالخصائص الديموغرافية الأساسية. استخدمت الدراسة المنهج المسح التفصيلي لتمثل السكان عبر الإنترنت الأسبان، وكانت العينة 781 شخصاً 416 أجاب الناس على الاستبانة بأكمله. وقد توصلت الدراسة إلى أن تداول المعلومات، وإدراج التحليل والسياق، والاقتراب من المصادر وإدراج روابط بالمصادر الأولية باعتبارها أهم عوامل التنبؤ بأحكام المصداقية؛ كما أظهر أن المستجيبين المشاركين يعتمدون على سمعة العلامة التجارية الإخبارية وسمعة الصحفيين الفرديين ولا يأخذون في الاعتبار التقارب الأيديولوجي مع الخطوط التحريرية لوسائل الإعلام. لم تثبت المشاركة في وسائل الإعلام أنها ذات صلة في تشكيل الأحكام المجمعّة للمصداقية.

دراسة (السمان 2019) هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مصداقية المواقع الإخبارية

الأجنبية الصادرة باللغة العربية لدى طلاب كلية الإعلام دراسة مقارنة على الجامعات الحكومية والخاصة وتناولت هذه الدراسة ظاهرة منتشرة وهي الاعتماد على مواقع الأخبار الأجنبية الصادرة باللغة العربية، وهو ما دفع الباحث إلى تناول مصداقية هذه المواقع، خاصة لدى طلاب كليات الإعلام، في ضوء تزايد عددها، وتماشياً مع الاهتمام العالمي المتزايد بدراسة المصداقية. وتبنت الدراسة مدخل التماس المعلومات كإطار نظري للمساعدة على فهم أسباب لجوء طلاب كليات الإعلام إلى المواقع الإخبارية الأجنبية، حيث توصلت الدراسة إلى تأكيد بعض الافتراضات النظرية، مثل

العلاقة بين جودة المعلومات وسهولة الوصول إليها، وكذلك الافتراض الخاص بوجود علاقة بين التماس المعلومات على المواقع الإخبارية والدوافع النفعية للمبحوثين.

أُجريت الدراسة باستخدام استمارة استبيان لعدد (300) مفردة، مناصفة بين الجامعات الحكومية والخاصة، وتم إجراؤها عن طريق المقابلة الشخصية حيث توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج العامة منها تصدر الإنترنت قائمة الوسائل الإعلامية الأكثر مصداقية، والأكثر توجهاً إليها من قبل المبحوثين، بشكلٍ يومي للحصول على المعلومات والأخبار غير أن النتائج كشفت عن غياب أهمية جنسية الموقع، إذا كان مصرياً أو دولياً، عند الدخول عليه أو تصور مصداقية له، وهي نتيجة تحتاج إلى مزيد من الدراسات لاستشاف تأثيرات ذلك، ومدى تسببه في اغتراب طلاب كليات الإعلام والكشف عن أسبابه الحقيقية. وأوضحت نتائج الدراسة الميدانية تصدر معايير "الفورية في نقل الأحداث"، و"ارتفاع مستوى المراسلين والمحريين"، و"موثوقية المصادر التي يعتمد عليها الموقع"، و"عرض جميع وجهات النظر"، لصدارة العوامل المؤثرة في زيادة مصداقية المادة الإخبارية في المواقع الأجنبية الصادرة باللغة العربية، في حين تراجع معيار "عدم تبني وجهة نظر رسمية" إلى ذيل القائمة لدى الطلاب بالجامعات الحكومية، بينما تراجع معيار "استقلالية المؤسسة الإعلامية وعدم تبعيتها سياسياً" إلى ذيل القائمة لدى المبحوثين من طلاب كليات الإعلام في الجامعات الخاصة.

دراسة (عباس، العزاوي 2019) هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى التزام القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية بمجموعة المعايير المهمة التي تعكس مستوى مصداقيتها في التعامل مع المادة الإعلامية، ونظر لإيلاء هذه القنوات أهمية خاصة للأحداث التي تقع في العراق، فضلاً عن المنطقة العربية والعالم، تقرر اختيارها واخضاعها للدراسة بمشكلة بحثية تمثلت بالسؤال عن

مستوى مصداقيتها لدى الإعلاميين العراقيين، إذ يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التفسيرية، التي استخدمت المنهج المسحي على عينة قصدية بلغ قوامها 245 مفردة، فيما تم استخدام استمارة الاستبيان أداة لجمع البيانات، حيث تم اخضاع سبع قنوات موجهة باللغة العربية للدراسة، واختيرت منها ثلاث قنوات بعدّها الأكثر مشاهدة، والتي تمثلت بروسيا اليوم والحرّة عراق وBBC عربية، لتحقيق أهداف البحث في التعرف على ترتيب القنوات الموجهة باللغة العربية من حيث حجم المشاهدة، والتحقق من الفرض القاضي بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين القنوات الموجهة باللغة العربية من حيث مستوى مصداقيتها، وتوصل البحث إلى تصدر قناة روسيا اليوم قائمة القنوات الموجهة بالمرتبة الأولى من حيث حجم المشاهدة ومن ثم قناة BBC عربية، وبعد ذلك جاءت قناة الحرّة عراق، أما من حيث مستوى المصدقية فقد جاءت القنوات الموجهة بمستويات متقاربة، إذ أظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية.

Content Credibility WhatsApp Messages and Decision to Share: Psychology of Youth.

Sikarwar, Gupta, Tomar (2020) هدفت الدراسة إلى قياس العوامل الإدراكية وراء مصداقية المحتوى لرسائل WhatsApp وقرار مشاركة هذا المحتوى مع الآخرين. تم أيضًا فحص العلاقة السببية بين المتغيرين بين الشباب، يتألف مجتمع الدراسة من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15-24 سنة. كان الشباب الفردي هو عنصر أخذ العينات. كان حجم العينة 300 شاب. في البداية، تم توزيع 450 استبيانًا على الشباب عبر مستندات جوجل، وروابط فيسبوك، وروابط واتساب، ولكن من بين هؤلاء، تم العثور على 300 استبانة فقط ممتلئة وقابلة للاستخدام لمزيد من التحليل. تم استخدام البيانات الأولية لجمع البيانات من خلال طريقة الاستبانة. لجمع البيانات وكانت أبرزت نتائج هذه الدراسة خمسة مؤشرات رئيسية تحدد علم النفس وراء مصداقية المحتوى وتسعة عوامل

توضح قرار مشاركة المحتوى بين مجموعة من الشباب. يُلاحظ وجود علاقة سببية كبيرة بين مصداقية المحتوى وقرار المشاركة. يساهم العمل في المجال المتنامي للبحث في WhatsApp كرسائل تشارك الوسائط ومشاركة الشباب.

دراسة (أبو حصيرة 2021) هدفت الدراسة إلى التعرف على معدل مصداقية القنوات التلفزيونية الأردنية الحكومية والخاصة ودرجة التزامها بمعايير المصداقية أثناء أزمة فيروس كورونا (كوفيد-19)، والكشف عن درجة التغيير في معدل مصداقية تلك القنوات وطبيعته قبل الأزمة وأثناءها، واعتمدت الدراسة على منهج مسح جمهور وسائل الإعلام كمنهج بحث، والاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتمثلت عينة الدراسة في الأردنيين جميعهم ممن تبلغ أعمارهم (18 سنة فأكثر)، حيث اختيرت عينة حصصية متساوية قوامها (420) مفردة، مقسمة بالتساوي على أقاليم الأردن الثلاثة: (الشمال، الوسط، الجنوب)، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن أبرز معايير المصداقية التي تلتزم بها القنوات التلفزيونية الأردنية الحكومية والخاصة: معيار "الاعتماد على إعلاميين لديهم خبرة وكفاءة عالية"، ومعيار "العمل من أجل المصلحة العامة"، ومعيار "الارتكاز على مبادئ مهنية وأخلاقية"، وتصدرت قناة المملكة الحكومية قائمة القنوات التلفزيونية الأردنية الأعلى مصداقية لدى المبحوثين، بينما جاءت قناة رؤيا أكثر القنوات التلفزيونية الأردنية تغيرا في معدل المصداقية خلال أزمة فيروس كورونا.

Weather Forecast and Weather Warning Preferences in Germany Disaster Research Unit.

دراسة (Schulze, Voss 2022) هدفت الدراسة إلى التعرف توقعات الطقس وتفضيلات التحذير لدى السكان من الطقس في ألمانيا وتمثلت عينة الدراسة على السكان المقيمون الناطقون بالألمانية الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و74 عاما وتم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات، حيث

اختيرت عينة قوامها (1086) مفردة وخلصت نتائج الدراسة إلى أن موقف الألمان من التنبؤات الجوية:

1- أعرب حوالي ثلثي الألمان عن ثقتهم في Deutsche Wetterdienst (77%) والثقة في موثوقية التنبؤات الجوية (72%).

2- استهلاك التنبؤات الجوية: يستخدم معظم الألمان تنبؤات الطقس بانتظام ووعي.

3- يحصل ثلاثة أرباع (74%) الألمان على معلومات يومية عن الطقس.

4- الغالبية العظمى (84%) تستخدم تنبؤات الطقس بين الحين والآخر، على سبيل المثال، عندما يكون لديهم شيء مخطط له. يحصل سبعة من كل عشرة (69%) ألمان على تنبؤات بالطقس.

5- ما يقرب من ثلثي الألمان (66%) مهتمون بالعوامل الجوية أو يستخدمونها للتخطيط لأنشطة الحياة اليومية.

6- بالنسبة لواحد من كل عشرة (11%) ألمان، فإن توقعات الطقس ليست ذات صلة.

7- أفاد حوالي الثلث (36%) أن الطقس القاسي يؤثر عليهم.

ثالثاً: أوجه التشابه والاختلاف بين دراستك ونتائج الدراسات السابقة

من استعراض الدراسات السابقة لاحظ الباحث الآتي:

أن معظم الدراسات السابقة تناولت المصادقية من حيث الأخبار كدراسة (الناغي، 2019)

ودراسة (العرايبي، 2012)، ودراسة (عباس والعزاوي، 2019)، ودراسة (Wilson 2012) ودراسة

(Metzeger & Flanagan 2013) ودراسة (Khodary، 2018) ودراسة (السمان 2019) ودراسة

(هديل، 2014)

*هناك دراسات تناولت التطبيقات الرقمية ومدى مصداقية محتواها كدراسة

(Lamero, Ll., Fenoll, V. & Domingo, D. (2019) ودراسة (Sikarwar (2020) Gupta,

Tomar

*وأن مجتمع الدراسة في تلك الدراسات تتمثل في مسح جمهور وسائل الإعلام كدراسة

(الناغي،2019)، ودراسة (عباس والعزاوي،2019)، ودراسة (عبد الباري، 2005)، ودراسة أبو

حصيرة (2021)، ودراسة (Lamero, Ll., Fenoll, V. & Domingo, D. (2019) ودراسة

(Sikarwar (2020), Gupta, Tomar وهي تتوافق مع مجتمع دراسة الباحث، ومن أقرب الدراسات

السابقة لهذه الدراسة، دراسة (Schulze, Voss 2022) والتي هدفت إلى معرفة العلاقة بين

توقعات الطقس والسكان في ألمانيا واستخدمت الدراسة مسح الجمهور والتي تمثل السكان الالمان

الناطقون بالألمانية واستخدمت الدراسة الاستبانة لجمع المعلومات لمجتمع الدراسة وتم توظيف

الدراسات السابقة في بناء الإطار النظري وصياغة أسئلة وأهمية الدراسة للوقوف على درجة مصداقية

إعلام الطقس.

ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة: انها تتناول مصداقية إعلام الطقس لدى الجمهور

الأردني وهي دراسة تمثل بداية للمزيد من البحث في العلاقة ما بين إعلام الطقس والجمهور الأردني

الفصل الثالث
منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

الفصل الثالث

منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

أولاً: منهج الدراسة

استندت هذه الدراسة إلى المنهج الوصفي وهو محاولة الوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لعناصر مشكلة أو ظاهرة قائمة، للوصول إلى فهم أفضل وأدق أو وضع السياسات والإجراءات المستقبلية الخاصة بها المحمودي (المحمودي، 2019) وفي هذه الدراسة سيستخدم الباحث منهج مسح جمهور وسائل الإعلام، من خلال مسح عينة من الجمهور الأردني؛ بهدف قياس مستوى إدراكهم لمصداقية القنوات التلفزيونية الأردنية الحكومية والخاصة، ودرجة التزامها بمعايير المصداقية.

ثانياً: مجتمع الدراسة

تكون مجتمع هذه الدراسة من الجمهور الأردني في العاصمة عمان المشتركين في صفحة الفيسبوك الخاصة بأمانة عمان الكبرى، والبالغ عددهم 420 ألف مشترك.

ثالثاً: عينة الدراسة

تم أخذ عينة متاحة مكونة من 372 شخصاً من أجل تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على أسئلتها حيث تم توزيع الاستبانة الكترونياً من خلال صفحة الفيس بوك الخاصة بأمانة عمان الكبرى وكانت نسبة الاستجابة 80% ومثلت العينة النهائية للبحث. بعدد 300 مفردة، وقد تم توزيع عينة الدراسة حسب خصائصها الديموغرافية كما في الجدول الآتي:

الجدول (1)

عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	
67.3	202	الذكور
32.7	98	الاناث
100.0	300	المجموع

وجاءت عينة الدراسة من الذكور بما نسبته (67.3%) بينما كان عدد الاناث (98) بما نسبته (32.7%).

الجدول (2)

عينة الدراسة حسب متغير مستوى التعليم

النسبة المئوية	التكرار	
7.7	23	ثانوية عامة
5.3	16	دبلوم
56.7	170	بكالوريوس
30.3	91	دراسات عليا
100.0	300	المجموع

وجاءت في عينة الدراسة أن (170) من يحملون شهادة البكالوريوس بما نسبته (56.7%)، يليه حملة شهادة الدراسات العليا (91) بما نسبته (30.3%)، اما حملة شهادة الثانوية والدبلوم فقد كان عددهم (23) (16) على الترتيب، بما نسبته (7.7%) و (5.3%) على الترتيب.

الجدول (3)

عينة الدراسة حسب متغير درجة متابعتك لإعلام الطقس

النسبة المئوية	التكرار	
18.0	54	منخفضة
48.0	144	متوسطة
34.0	102	مرتفعة
100.0	300	المجموع

وجاءت عينة الدراسة حسب متغير درجة المتابعة للإعلام الطقس أن من بينهم (144) من يتابعون إعلام الطقس بدرجة متوسطة بما نسبته (48.0%)، اما من يتابعون إعلام الطقس بدرجة مرتفعة فكان عددهم (102) بما نسبته (34%)، اما من يتابعون إعلام الطقس بدرجة منخفضة فكان عددهم (54) بما نسبته (18%).

رابعاً: أداة الدراسة

تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات للتعرف على درجة مصداقية إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني، وتكونت الاستبانة من ثلاثة محاور، المحور الأول تناول المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة والمحور الثاني تناولت أنماط متابعة مجتمع الدراسة لإعلام الطقس والمحور الثالث تناول معايير المصداقية (الموضوعية، الدقة، الثقة)، وتكونت من 24 فقرة لقياس مصداقية إعلام طقس العرب، و24 فقرة لقياس مصداقية إعلام إدارة الأرصاد الجوية

أ. صدق الأداة الدراسة

تم عرض استبانة الدراسة بعد تطويرها على عدد من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس في كليات الإعلام الجامعات الأردنية، وذوي خبرة في التنبؤات الجوية؛ لغرض قياس دقة ما صممت له وبما يتوافق مع اهداف الدراسة واسئلتها، وتعديل الاستبانة حسب ملاحظاتهم.

ب. ثبات الأداة

للتعرف على ثبات أداة الدراسة، تم استخدام معامل الارتباط الفا كرونباخ حيث تراوحت القيم بين

(0.69 - 0.94) وجميعها مناسبة لإجراء الدراسة

الجدول (4)
معامل الثبات الفا كرونباخ

الرقم	المجال	معامل الثبات
1	درجة الموضوعية لإعلام طقس العرب	0.81
2	درجة الموضوعية لإعلام إدارة الأرصاد الجوية	0.69
3	درجة الثقة لإعلام طقس العرب	0.89
4	درجة الثقة لإعلام إدارة الأرصاد الجوية	0.90
5	درجة الدقة لإعلام طقس العرب	0.93
6	درجة الدقة لإعلام إدارة الأرصاد الجوية	0.92
7	الكلية لإعلام طقس العرب	0.94
8	الكلية لإعلام إدارة الأرصاد الجوية	0.93

للحكم على درجة تحقق المعيار والفرقات الفرعية، اعتمد على مقياس ليكرت الثلاثي: (مرتفع،

متوسط، منخفض)، وكانت قيم الدرجات على النحو الآتي:

1.00 – 1.67 منخفض

1.68 – 2.34 متوسط

2.35 – 3 عالي

خامساً: متغيرات الدراسة

بحكم واقع الدراسة فإن المتغير المستقل هو (درجة مصداقية إعلام الطقس لدى الجمهور

الأردني)، وأما المتغير التابع هو (مقارنة بين إدارة الأرصاد الجوية وطقس العرب).

سادساً: إجراءات الدراسة

تم جمع البيانات والمعلومات المختلفة، وتنظيم هذه البيانات والمعلومات عن طريق الأرقام

والحسابات والعمليات المرتبطة بها، بغرض توضيح العلاقات الارتباطية المتداخلة مع بعضها، بشكلٍ

يقدم فيه الباحث عدداً من الاستنتاجات التي توصل اليها الباحث إلى الأهداف المنشودة في البحث باستخدام برنامج SPSS:

- التكرارات والنسب المئوية
- الانحرافات المعيارية والمتوسطات الحسابية
- تم تفرغ إجابات أفراد العينة وإدخالها ومعالجتها إحصائياً باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وتم استخراج المعالجات الإحصائية الآتية:
- الإحصاء الوصفي لبيان المتوسطات الحسابية means والانحرافات المعيارية.
- معامل الارتباط بيرسون لبيان ثبات أداة الدراسة (الاستبانة).
- معامل الارتباط كرونباخ ألفا Alpha Cronbach لقياس الاتساق الداخلي لفقرات الدراسة.
- اختبار Independent Sample T-test واستخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لاختبار العلاقة بين المتغيرات وLSD للمقارنات البعدية.
- وفيما يتعلق بمقياس ليكرت الثلاثي المستخدم في الدراسة، فقد تم اعتماد المتوسطات الحسابية لحساب المستويات مع مراعاة أن يتدرج المقياس كما يأتي:

بدائل مقياس ليكرت الثلاثية		
مرتفع	متوسط	منخفض
3	2	1

الفصل الرابع نتائج الدراسة ومناقشتها

الفصل الرابع

نتائج الدراسة ومناقشتها

يهدف هذا الفصل إلى عرض نتائج التحليل الإحصائي للبيانات، إذ تم اعتماد المنهجية التي وردت بالفصل الثالث من الرسالة وذلك لتحديد نوع التحليل والاختبارات الواجب تطبيقها، واستخدام الاستبانة أداة لجمع البيانات لاستخراج النتائج المتعلقة بالدراسة، إذ أجرى التحليل الإحصائي باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وتم تحليل البيانات تحليلاً وصفيًا، واستخراج الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية، ثم تحليل الفرضيات واستخراج النتائج.

نتائج سؤال الدراسة الأول: ما مصادر إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والجدول رقم (5) يوضح ذلك:

الجدول (5)

عينة الدراسة حسب متغير مصادر متابعة الجمهور الأردني لإعلام الطقس

النسبة المئوية	التكرار	مصادر إعلام الطقس
14.3	43	إدارة الأرصاد الجوية
16.0	48	طقس العرب
6.7	20	منصات التواصل
3.3	10	تطبيقات الطقس الأجنبية
32.3	97	إدارة الأرصاد الجوية وطقس العرب
27.3	82	أكثر من مصدرين
100.0	300	المجموع

يظهر من بيانات الجدول أعلاه أن محور الدراسة مصادر إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني

ومن خلال تفريغ بيانات الدراسة، تم اعتماد تقسيمات جديدة لهذا المتغير، حيث تبين أن النسبة الأكثر

لمن يتابع إعلام إدارة الأرصاد الجوية وطقس العرب معاً 32.3%، يليها إعلام طقس العرب بما

نسبته 16%، ثم يليه إعلام إدارة الأرصاد الجوية بنسبة 14.3%، ويجدر بالذكر أيضا أن هناك من يطلع على أكثر من مصدرين وهو ما نسبته 27.3%.

نتائج سؤال الدراسة الثاني: ما ثقة الجمهور الأردني في إعلام الطقس؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات والانحرافات المعيارية

والجدول رقم (6) يوضح ذلك

الجدول (6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للثقة بين موقع طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية

إعلام إدارة الأرصاد الجوية		إعلام طقس العرب			الفقرة	
الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدرجة	الانحراف المعياري		
عالية	0.64	2.45	عالية	0.66	2.50	1 يتم استخدام المعلومات المتعلقة بالطقس للتخطيط لنوعية الملابس
متوسطة	0.61	2.30	متوسطة	0.65	2.30	2 يتم استخدام المعلومات المتعلقة بالطقس للتخطيط للأنشطة الترفيهية والمناسبات الخاصة
متوسطة	0.70	2.28	متوسطة	0.75	2.23	3 يتم استخدام المعلومات المتعلقة بالطقس عندما يكون لدي عمل ميداني
متوسطة	0.64	2.34	عالية	0.70	2.36	4 أحتاج لمعرفة المعلومات المتعلقة بالطقس قبل عدة ايام من مخططاتي
متوسطة	0.63	2.34	متوسطة	0.71	2.31	5 ما مقدار الاهتمام الذي توليه لتحذيرات الطقس القاسية التي تتعلق بمنطقتك؟
متوسطة	0.67	2.30	متوسطة	0.72	2.19	6 أتابع النشرة الجوية المتعلقة بالطقس بشكل كامل وتفصيلي
متوسطة	0.63	2.34	متوسطة	0.70	2.28	7 ما ثقتك في المعلومات التي تتلقاها من مكتب الأرصاد الجوية من خلال المصادر المختلفة التي تستخدمها.

إعلام إدارة الأرصاد الجوية		إعلام طقس العرب			الفقرة	
الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدرجة	الانحراف المعياري		المتوسط الحسابي
متوسطة	0.64	2.33	متوسطة	0.69	2.30	8 كيف تقارن توقعات الطقس في الوقت الحاضر بتلك التي كانت موجودة قبل 3 إلى 4 سنوات؟
متوسطة	0.49	2.34	متوسطة	0.53	2.31	الكلي

يظهر من بيانات الجدول أعلاه أن محور الدراسة ثقة الجمهور الأردني في إعلام الطقس بين موقع طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية حيث حاز إعلام طقس العرب على متوسط حسابي بلغ (2.31)، وانحراف معياري (0.53)، وهو ضمن المستوى المتوسط، وحاز إعلام إدارة الأرصاد الجوية على متوسط حسابي بلغ (2.34)، وانحراف معياري (0.49) وهو ضمن المستوى المتوسط وبعد حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجال الثقة لكل من إعلام طقس العرب وإعلام إدارة الأرصاد الجوية، تبين أن أعلى فقرات درجة الثقة في إعلام موقع طقس العرب هي " يتم استخدام المعلومات المتعلقة بالطقس للتخطيط لنوعية الملابس " بمتوسط حسابي (2.50) وبدرجة عالية، تليه فقرة " أحتاج لمعرفة المعلومات المتعلقة بالطقس قبل عدة أيام من مخططاتي " بمتوسط حسابي (2.36) وبدرجة عالية ، بينما كانت أقل فقرات درجة الثقة هي " أتابع النشرة الجوية المتعلقة بالطقس بشكل كامل وتفصيلي " بمتوسط حساب (2.19).

كما تبين أن أعلى فقرات الثقة في إعلام إدارة الأرصاد الجوية هي " يتم استخدام المعلومات المتعلقة بالطقس للتخطيط لنوعية الملابس " بمتوسط حسابي (2.45) وبدرجة عالية، تليه فقرة " ما مقدار الاهتمام الذي توليه لتحذيرات الطقس القاسية التي تتعلق بمنطقتك؟" بمتوسط حسابي (2.34)

وبدرجة عالية، تليه فقرة " ما مقدار الاهتمام الذي توليه لتحذيرات الطقس القاسية التي تتعلق بمنطقتك؟" بمتوسط حسابي (2.29) بدرجة متوسطة.

نتائج سؤال الدراسة الثالث: ما الدقة في إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات والانحرافات المعيارية

والجدول رقم (7) يوضح ذلك:

الجدول (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للدقة بين موقع طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية

إعلام إدارة الأرصاد الجوية		إعلام طقس العرب			الفقرة	
الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدرجة	الانحراف المعياري		المتوسط الحسابي
عالية	0.66	2.43	عالية	0.64	2.41	1 أتابع المعلومات المتعلقة بالطقس بشكل يومي
متوسطة	0.60	2.25	متوسطة	0.63	2.25	2 المعلومات المتعلقة بالطقس تحتاج إلى تحديث بشكل أكبر خلال اليوم
متوسطة	0.67	2.19	متوسطة	0.73	2.19	3 مواقع الطقس تعطي معلومات دقيقة عن كميات الهطول
عالية	0.62	2.40	عالية	0.67	2.37	4 مواقع الطقس تعطي معلومات دقيقة عن درجات الحرارة العليا والدنيا
متوسطة	0.63	2.28	متوسطة	0.70	2.25	5 اقوم بمتابعة المعلومات الخاصة بالطقس في جميع فصول العام
متوسطة	0.66	2.17	متوسطة	0.73	2.16	6 متابعتي لنشرات الطقس اليومية
عالية	0.62	2.37	متوسطة	0.67	2.26	7 مقارنة بمواقع الطقس الاجنبية، تعتبر معلومات الطقس المقدمة من المواقع المحلية أكثر دقة

إعلام إدارة الأرصاد الجوية			إعلام طقس العرب			الفقرة	
الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي		
متوسطة	0.62	2.29	متوسطة	0.73	2.23	8	هناك معلومات تخص الطقس لا اجدها في النشرات الجوية
متوسطة	0.63	2.32	متوسطة	0.69	2.33	9	غطت توقعات الطقس خلال فصل الشتاء الماضي احتياجاتي وتوقعاتي بشكل جيد
متوسطة	0.62	2.34	عالية	0.66	2.42	10	بشكل عام، أعتقد أن تنبؤات وتحذيرات الطقس أصبحت أكثر دقة خلال العام الحالي
عالية	0.60	2.35	عالية	0.66	2.35	11	يعمل الموقع على تحسين خدمات التنبؤ بالطقس بشكل ملموس من خلال المعلومات التي يقدمها
متوسطة	0.64	2.28	متوسطة	0.69	2.32	12	مصدر المعلومات الذي يخطر ببالي أولاً عند الحديث عن الطقس
متوسطة	0.46	2.31	عالية	0.64	2.41		الكلي

يظهر من بيانات الجدول أعلاه أن محور الدراسة الدقة بين موقع طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية حيث حاز إعلام طقس العرب على متوسط حسابي بلغ (2.41)، وانحراف معياري (0.64)، وهو ضمن المستوى العالي، وحاز إعلام إدارة الأرصاد الجوية على متوسط حسابي بلغ (2.31)، وانحراف معياري (0.46) وهو ضمن المستوى المتوسط

وبعد حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجال الدقة لكل من إعلام طقس العرب وإعلام إدارة الأرصاد الجوية، تبين ان أعلى فقرات درجة الدقة في إعلام موقع طقس العرب هي " بشكل عام، أعتقد أن تنبؤات وتحذيرات الطقس أصبحت أكثر دقة خلال العام الحالي " بمتوسط حسابي (2.42) وبدرجة عالية، تليه فقرة " أتابع المعلومات المتعلقة بالطقس بشكل يومي " بمتوسط

حسابي (2.41) وبدرجة عالية، بينما كانت أقل فقرات درجة الدقة هي " متابعتي لنشرات الطقس اليومية " بمتوسط حساب (2.16).

كما تبين ان أعلى فقرات الدقة في إعلام إدارة الأرصاد الجوية هي " أتابع المعلومات المتعلقة بالطقس بشكل يومي " بمتوسط حسابي (2.43) وبدرجة عالية، تليه فقرة " مواقع الطقس تعطي معلومات دقيقة عن درجات الحرارة العليا والدنيا " بمتوسط حسابي (2.40) وبدرجة عالية، بينما كانت أقل فقرات درجة الدقة هي " متابعتي لنشرات الطقس اليومية " بمتوسط حساب (2.17).

نتائج سؤال الدراسة الرابع: ما الموضوعية في إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات والانحرافات المعيارية

والجدول رقم (8) يوضح ذلك:

الجدول رقم (8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للموضوعية بين موقع طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية

إعلام إدارة الأرصاد الجوية		إعلام طقس العرب			المجال	
الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدرجة	الانحراف المعياري		المتوسط الحسابي
عالية	0.62	2.41	عالية	0.74	2.42	1 يتم استخدام المعلومات المتعلقة بقياس معدلات هطول الأمطار خلال النشرة الإخبارية
متوسطة	0.56	2.24	متوسطة	0.71	2.20	2 يتم استخدام المعلومات المتعلقة بنسبة الرطوبة وحركة الرياح خلال النشرة الاخبارية
متوسطة	0.73	2.29	متوسطة	0.83	2.16	3 تغطي المعلومات المتعلقة بالطقس متطلباتي للتخطيط اليومي والاسبوعي
عالية	0.67	2.38	متوسطة	0.77	2.26	4 تتوفر معلومات الطقس في الوقت المناسب لتلبية احتياجاتي
متوسطة	0.47	2.33	متوسطة	0.61	2.26	الكلي

يظهر من بيانات الجدول أعلاه أن محور الدراسة الموضوعية بين موقع طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية حيث حاز إعلام طقس العرب على متوسط حسابي بلغ (2.26)، وانحراف معياري (0.61)، وهو ضمن المستوى المتوسط، وحاز إعلام إدارة الأرصاد الجوية على متوسط حسابي بلغ (2.33)، وانحراف معياري (0.47) وهو ضمن المستوى المتوسط.

وبعد حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجال درجة الموضوعية لكل من إعلام طقس العرب وإعلام إدارة الأرصاد الجوية، تبين ان أعلى فقرات الموضوعية في إعلام موقع طقس العرب هي " يتم استخدام المعلومات المتعلقة بقياس معدلات هطول الأمطار خلال النشرة الإخبارية " بمتوسط حسابي (2.42) وبدرجة عالية، تليه فقرة " تتوفر معلومات الطقس في الوقت المناسب لتلبية احتياجاتي " بمتوسط حسابي (2.26)، تليه فقرة " يتم استخدام المعلومات المتعلقة بنسبة الرطوبة وحركة الرياح خلال النشرة الإخبارية" بمتوسط حساب (2.20)، تليه فقرة " تغطي المعلومات المتعلقة بالطقس متطلباتي للتخطيط اليومي والاسبوعي " بمتوسط حسابي (2.16) وجميعها بدرجة متوسطة.

تبين ان أعلى فقرات الموضوعية في إعلام إدارة الأرصاد الجوية هي " يتم استخدام المعلومات المتعلقة بقياس معدلات هطول الأمطار خلال النشرة الإخبارية " بمتوسط حسابي (2.41) وبدرجة عالية، تليه فقرة " تتوفر معلومات الطقس في الوقت المناسب لتلبية احتياجاتي " بمتوسط حسابي (2.38) وبدرجة عالية، تليه فقرة " تغطي المعلومات المتعلقة بالطقس متطلباتي للتخطيط اليومي والاسبوعي " بمتوسط حسابي (2.29) ، تليه فقرة " يتم استخدام المعلومات المتعلقة بنسبة الرطوبة وحركة الرياح خلال النشرة الإخبارية" بمتوسط حسابي (2.24)، وجميعها بدرجة متوسطة.

الجدول (9)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للموضوعية والثقة والدقة بين موقع طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية

إعلام إدارة الأرصاد الجوية		إعلام طقس العرب				
الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجال
متوسطة	0.47	2.33	متوسطة	0.61	2.26	الموضوعية
متوسطة	0.49	2.34	متوسطة	0.53	2.31	الثقة
متوسطة	0.46	2.31	متوسطة	0.51	2.30	الدقة
متوسطة	0.40	2.32	متوسطة	0.45	2.29	المجموع

يلاحظ من الجدول السابق أن المتوسط الحسابي لإعلام إدارة الأرصاد الجوية أعلى من المتوسط الحسابي لإعلام طقس العرب، كما يلاحظ من الجدول أن المتوسط الحسابي الدرجة الموضوعية لإعلام إدارة الأرصاد الجوية (2.33) والانحراف المعياري (0.47) وهو أعلى من الدرجة الموضوعية لإعلام طقس العرب الذي متوسطه الحسابي (2.26) والانحراف المعياري (0.61)، كما يلاحظ من الجدول أن المتوسط الحسابي لدرجة الثقة لإعلام إدارة الأرصاد الجوية (2.34) والانحراف المعياري (0.49) وهو أعلى من درجة الثقة لإعلام طقس العرب الذي متوسطه الحسابي (2.31) والانحراف المعياري (0.53)، كما يلاحظ من الجدول أن المتوسط الحسابي لدرجة الدقة لإعلام إدارة الأرصاد الجوية (2.31) والانحراف المعياري (0.46) وهو أعلى من درجة الدقة لإعلام طقس العرب الذي متوسطه الحسابي (2.30) والانحراف المعياري (0.51).

نتائج فرضية الدراسة

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات المصدقية لإعلام الطقس لدى الجمهور الأردني

دراسة مقارنة " إدارة الأرصاد الجوية وطقس العرب التي تعزى للمتغيرات الديموغرافية:

(1) الجنس

لمعرفة الفروق الإحصائية في آراء أفراد عينة الدراسة عن معرفة مصداقية إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني تبعا لمتغير الجنس، تم تطبيق اختبار (Independent Samples T-Test)، كما في الجدول الآتي:

الجدول (10)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار Independent Samples T-Test للموضوعية والدقة والثقة لموقع طقس العرب وموقع إدارة الأرصاد الجوية حسب متغير الجنس

مستوى الدلالة	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الجنس	
*0.039	-2.071	0.64	2.21	202	ذكور	الموضوعية في إعلام طقس العرب
		0.53	2.36	98	اناث	
0.071	1.814	0.46	2.36	202	ذكور	الموضوعية في إعلام إدارة الأرصاد الجوية
		0.47	2.26	98	اناث	
0.342	-0.951	0.55	2.29	202	ذكور	الثقة في إعلام طقس العرب
		0.46	2.35	98	اناث	
0.535	0.621	0.49	2.35	202	ذكور	الثقة في إعلام إدارة الأرصاد الجوية
		0.50	2.31	98	اناث	
0.293	-1.054	0.52	2.27	202	ذكور	الدقة في إعلام طقس العرب
		0.50	2.34	98	اناث	
0.191	1.309	0.45	2.33	202	ذكور	الدقة في إعلام إدارة الأرصاد الجوية
		0.47	2.26	98	اناث	
0.153	-1.433	0.46	2.27	202	ذكور	طقس العرب
		0.43	2.35	98	اناث	
0.179	1.347	0.39	2.34	202	ذكور	الأرصاد الجوية
		0.42	2.27	98	اناث	

بعد حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجالات الدراسة وحساب اختبار ت،

تبين عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في جميع مجالات الدراسة الثلاث (الموضوعية والثقة

والدقة) حسب متغير الجنس لإعلام طقس العرب وإعلام إدارة الأرصاد الجوية، ما عدا الموضوعية في إعلام طقس العرب حيث تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية حسب متغير الجنس ولصالح الاناث لان المتوسط الحسابي لهم هو الأعلى حيث بلغ للإناث (2.36) بينما كان للذكور (2.21).

الجدول (11)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للموضوعية والدقة والثقة لموقع طقس العرب وموقع إدارة الأرصاد الجوية حسب متغير مستوى التعليم

إعلام إدارة الأرصاد الجوية		إعلام طقس العرب			العدد	
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي			
0.62	2.17	0.78	1.90	23	ثانوية عامة	الموضوعية
0.39	2.25	0.65	2.17	16	دبلوم	
0.47	2.33	0.58	2.30	170	بكالوريوس	
0.43	2.37	0.58	2.29	91	دراسات عليا	
0.47	2.33	0.61	2.26	300	المجموع	
0.67	2.36	0.56	1.95	23	ثانوية عامة	الثقة
0.43	2.38	0.47	2.30	16	دبلوم	
0.47	2.30	0.51	2.33	170	بكالوريوس	
0.49	2.38	0.53	2.35	91	دراسات عليا	
0.49	2.34	0.53	2.31	300	المجموع	
0.65	2.28	0.57	1.93	23	ثانوية عامة	الدقة
0.41	2.41	0.61	2.22	16	دبلوم	
0.45	2.29	0.50	2.33	170	بكالوريوس	
0.43	2.33	0.47	2.33	91	دراسات عليا	
0.46	2.31	0.51	2.30	300	المجموع	
0.59	2.29	0.54	1.93	23	ثانوية عامة	المجموع
0.38	2.38	0.50	2.24	16	دبلوم	
0.39	2.30	0.44	2.33	170	بكالوريوس	
0.37	2.36	0.41	2.33	91	دراسات عليا	
0.40	2.32	0.45	2.29	300	المجموع	

يظهر الجدول السابق وجود فروق في المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للموضوعية والدقة والثقة لإعلام موقع طقس العرب وإعلام إدارة الأرصاد الجوية حسب متغير مستوى التعليم، ولبيان إذا كانت هذه الفروق ذات دلالة إحصائية، تم حساب تحليل التباين الأحادي (ANOVA) كما في الجدول التالي:

الجدول (12)

تحليل التباين الأحادي للموضوعية والدقة والثقة لموقع طقس العرب وموقع إدارة الأرصاد الجوية حسب متغير المستوى التعليمي

مستوى الدلالة	ف المحسوبة	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات		
*0.026	3.126	1.134	3	3.401	بين المجموعات	الموضوعية في إعلام طقس العرب
		0.363	296	107.329	داخل المجموعات	
			299	110.729	المجموع	
0.291	1.251	0.271	3	0.814	بين المجموعات	الموضوعية في إعلام إدارة الأرصاد الجوية
		0.217	296	64.197	داخل المجموعات	
			299	65.011	المجموع	
*0.008	3.972	1.071	3	3.214	بين المجموعات	الثقة في إعلام طقس العرب
		0.270	296	79.857	داخل المجموعات	
			299	83.072	المجموع	
0.635	0.570	0.140	3	0.419	بين المجموعات	الثقة في إعلام إدارة الأرصاد الجوية
		0.245	296	72.564	داخل المجموعات	
			299	72.983	المجموع	
*0.004	4.553	1.160	3	3.479	بين المجموعات	الدقة في إعلام طقس العرب
		0.255	296	75.386	داخل المجموعات	
			299	78.864	المجموع	

مستوى الدلالة	ف المحسوبة	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات		
0.656	0.540	0.113	3	0.340	بين المجموعات	الدقة في إعلام إدارة الأرصاد الجوية
		0.210	296	62.213	داخل المجموعات	
			299	62.553	المجموع	
*0.001	5.727	1.118	3	3.355	بين المجموعات	طقس العرب
		0.195	296	57.797	داخل المجموعات	
			299	61.152	المجموع	
0.660	0.532	0.087	3	0.261	بين المجموعات	الأرصاد الجوية
		0.163	296	48.292	داخل المجموعات	
			299	48.553	المجموع	

يلاحظ من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في جميع مجالات الدراسة

الثلاث (الموضوعية ودرجة الثقة ودرجة الثقة) لإعلام إدارة الأرصاد الجوية حسب متغير مستوى

التعليم، بينما يلاحظ من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية في جميع مجالات الدراسة

الثلاث (الموضوعية ودرجة الثقة ودرجة الثقة) لإعلام طقس العرب حسب متغير مستوى التعليم،

ولبيان إلى أي مستوى من مستويات متغير درجة مستوى التعليم تم حساب المقارنات البعدية كما في

الجدول التالي:

الجدول (13)

المقارنات البعدية للموضوعية والدقة والثقة لموقع طقس العرب حسب متغير المستوى التعليمي

مستوى الدلالة	الفروق في المتوسطات	المستوى التعليمي		
0.170	-0.270	دبلوم	ثانوية عامة	الموضوعية في إعلام طقس العرب
0.003	-0.398*	بكالوريوس		
0.007	-0.384*	دراسات عليا		
0.416	-0.128	بكالوريوس	دبلوم	
0.486	-0.114	دراسات عليا		
0.855	0.014	دراسات عليا	بكالوريوس	
0.042	-0.346*	دبلوم	ثانوية عامة	الثقة في إعلام طقس العرب
0.001	-0.383*	بكالوريوس		
0.001	-0.399*	دراسات عليا		
0.782	-0.038	بكالوريوس	دبلوم	
0.705	-0.053	دراسات عليا		
0.816	-0.016	دراسات عليا	بكالوريوس	
0.076	-0.293	دبلوم	ثانوية عامة	الدقة في إعلام طقس العرب
0.000	-0.399*	بكالوريوس		
0.001	-0.403*	دراسات عليا		
0.421	-0.106	بكالوريوس	دبلوم	
0.421	-0.110	دراسات عليا		
0.953	-0.004	دراسات عليا	بكالوريوس	
0.034	-0.307*	دبلوم	ثانوية عامة	الكلي
0.000	-0.394*	بكالوريوس		
0.000	-0.399*	دراسات عليا		
0.451	-0.087	بكالوريوس	دبلوم	
0.443	-0.092	دراسات عليا		
0.934	-0.005	دراسات عليا	بكالوريوس	

يظهر الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الموضوعية في إعلام طقس العرب حسب متغير درجة مستوى التعليم، ولصالح الدرجة الأعلى، فمثلا بين الثانوية العامة والبيكالوريوس لصالح البيكالوريوس، وبين الثانوية العامة والدراسات العليا لصالح حملة شهادة الدراسات العليا.

يظهر الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الثقة في إعلام طقس العرب حسب متغير درجة مستوى التعليم، ولصالح الدرجة الأعلى، فمثلا بين الثانوية العامة والدبلوم لصالح حملة شهادة الدبلوم، وبين الثانوية العامة والبيكالوريوس لصالح البيكالوريوس، وبين الثانوية العامة والدراسات العليا لصالح حملة شهادة الدراسات العليا.

ويظهر الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الدقة في إعلام طقس العرب حسب متغير درجة مستوى التعليم، ولصالح الدرجة الأعلى، فمثلا بين الثانوية العامة والدبلوم لصالح حملة شهادة الدبلوم، وبين الثانوية العامة والبيكالوريوس لصالح البيكالوريوس، وبين الثانوية العامة والبيكالوريوس لصالح حملة البيكالوريوس، والدراسات العليا لصالح حملة شهادة الدراسات العليا.

ويظهر الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إعلام طقس العرب حسب متغير درجة مستوى التعليم، ولصالح الدرجة الأعلى، فمثلا بين الثانوية العامة والدبلوم لصالح حملة شهادة الدبلوم، وبين الثانوية العامة والبيكالوريوس لصالح البيكالوريوس، وبين الثانوية العامة والبيكالوريوس لصالح حملة البيكالوريوس، وبين الدراسات العليا لصالح حملة شهادة الدراسات العليا.

الجدول (14)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للموضوعية والدقة والثقة لموقع طقس العرب وموقع إدارة الأرصاد الجوية حسب متغير درجة متابعتك لإعلام الطقس

إعلام إدارة الأرصاد الجوية		إعلام طقس العرب			العدد	
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي			
0.49	2.35	0.62	2.09	54	منخفضة	الموضوعية
0.45	2.32	0.59	2.29	144	متوسطة	
0.48	2.33	0.61	2.30	102	مرتفعة	
0.47	2.33	0.61	2.26	300	المجموع	
0.47	2.43	0.53	2.25	54	منخفضة	الثقة
0.52	2.29	0.54	2.30	144	متوسطة	
0.46	2.35	0.51	2.34	102	مرتفعة	
0.49	2.34	0.53	2.31	300	المجموع	
0.44	2.33	0.50	2.16	54	منخفضة	الدقة
0.47	2.28	0.55	2.28	144	متوسطة	
0.45	2.33	0.45	2.39	102	مرتفعة	
0.46	2.31	0.51	2.30	300	المجموع	
0.36	2.37	0.42	2.18	54	منخفضة	المجموع
0.42	2.29	0.47	2.29	144	متوسطة	
0.40	2.34	0.43	2.36	102	مرتفعة	
0.40	2.32	0.45	2.29	300	المجموع	

يظهر الجدول السابق وجود فروق في المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للموضوعية

والدقة والثقة لإعلام موقع طقس العرب وإعلام إدارة الأرصاد الجوية حسب متغير درجة متابعتك

لإعلام الطقس، ولبيان إذا كانت هذه الفروق ذات دلالة إحصائية، تم حساب تحليل التباين الأحادي

(ANOVA) كما في الجدول التالي:

الجدول (15)

تحليل التباين الاحادي للموضوعية والدقة والثقة لموقع طقس العرب وموقع إدارة الأرصاد الجوية حسب متغير درجة متابعتك لإعلام الطقس

مستوى الدلالة	ف المحسوبة	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات		
0.075	2.616	0.959	2	1.917	بين المجموعات	الموضوعية في إعلام طقس العرب
		0.366	297	108.812	داخل المجموعات	
			299	110.729	المجموع	
0.940	0.062	0.013	2	0.027	بين المجموعات	الموضوعية في إعلام إدارة الأرصاد الجوية
		0.219	297	64.984	داخل المجموعات	
			299	65.011	المجموع	
0.623	0.474	0.132	2	0.264	بين المجموعات	الثقة في إعلام طقس العرب
		0.279	297	82.807	داخل المجموعات	
			299	83.072	المجموع	
0.179	1.733	0.421	2	0.842	بين المجموعات	الثقة في إعلام إدارة الأرصاد الجوية
		0.243	297	72.141	داخل المجموعات	
			299	72.983	المجموع	
*0.023	3.803	0.985	2	1.969	بين المجموعات	الدقة في إعلام طقس العرب
		0.259	297	76.895	داخل المجموعات	
			299	78.864	المجموع	
0.685	0.379	0.080	2	0.159	بين المجموعات	الدقة في إعلام إدارة الأرصاد الجوية
		0.210	297	62.394	داخل المجموعات	
			299	62.553	المجموع	
0.059	2.851	0.576	2	1.152	بين المجموعات	طقس العرب
		0.202	297	60.000	داخل المجموعات	
			299	61.152	المجموع	
0.454	0.792	0.129	2	0.257	بين المجموعات	الأرصاد الجوية
		0.163	297	48.295	داخل المجموعات	
			299	48.553	المجموع	

يلاحظ من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في جميع مجالات الدراسة الثلاث (الموضوعية والثقة والثقة) لإعلام طقس العرب ولإعلام إدارة الأرصاد الجوية حسب متغير درجة متابعتك للإعلام الطقس، كما يلاحظ من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الدقة في إعلام طقس العرب، ولبيان إلى أي مستوى من مستويات متغير درجة متابعتك لإعلام الطقس تم حساب المقارنات البعدية كما في الجدول التالي:

الجدول (16)

المقارنات البعدية للدقة لموقع طقس العرب حسب متغير درجة متابعتك لإعلام الطقس

مستوى الدلالة	فروق المتوسطات	درجة الدقة		
0.553	-0.050	متوسطة	منخفضة	درجة الدقة في إعلام طقس العرب
0.334	-0.086	مرتفعة		
0.599	-0.036	مرتفعة	متوسطة	

يظهر الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الدقة في إعلام طقس العرب حسب متغير درجة متابعتك لإعلام الطقس، ولصالح الدرجة الأعلى، فمثلا بين المتوسطة والمنخفضة لصالح المتوسطة، وبين المتوسطة والمرتفعة لصالح المرتفعة.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

يتناول هذا الفصل إلى مناقشة نتائج التحليل الاحصائي للبيانات التي وردت في فصل النتائج،

ثم استعراض أهم التوصيات التي خرج بها الباحث من الدراسة، وفيما عرض مناقشة النتائج:

أولاً: مناقشة النتائج

مناقشة نتائج سؤال الدراسة الأول: ما مصادر إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني؟

وكشفت نتائج الدراسة عن أنماط مثيرة للاهتمام فيما يتعلق بمصادر معلومات الطقس التي يعتمدها الجمهور الأردني. الأغلبية الساحقة من العينة، والتي تمثل 32.3%، تعتمد على إدارة الأرصاد الجوية وطقس العرب كمصدرين أساسيين لأخبار الطقس، مما يدل على شهرة هذه المصادر والثقة التي يكنها الجمهور لها. بينما يوجد 27.3% من الجمهور الذين يعتمدون على أكثر من مصدرين للتأكد من دقة التوقعات. طقس العرب يعتبر المصدر الثاني الأكثر شعبية للأخبار الجوية، حيث يتابع 16% من العينة أخبار الطقس عبر هذه المنصة. بالمقابل، تطبيقات الطقس الأجنبية هي الأقل استخداماً بين الجمهور الأردني، حيث يتابع فقط 3.3% من العينة أخبار الطقس عبرها. الشيء الذي يمكن الإشارة إليه أيضاً هو أن المنصات الاجتماعية ليست المصدر الرئيسي لمعلومات الطقس، حيث يتابع فقط 6.7% من العينة أخبار الطقس عبرها. وفي النهاية، يظهر هذا أن الجمهور الأردني يفضل الاعتماد على مصادر محلية للأخبار الجوية، ولديهم رغبة في التحقق من التوقعات عبر استخدام مصادر متعددة، وقد يعزى ذلك إلى الدقة العالية التي أحرزها موقع طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية، ومدى صحة التنبؤات المبنية على تحليلاتهم، كما أن هذين الموقعين لهما خصوصية عالية لدى الشعب الأردني، كما أنهم متخصصون في طقس المملكة.

مناقشة نتائج سؤال الدراسة الثاني: ما ثقة الجمهور الأردني في إعلام الطقس؟

وتبين أن الثقة العامة في مصادر إعلام الطقس في الأردن، سواء كانت من "طقس العرب" أو "إدارة الأرصاد الجوية"، تقع ضمن النطاق المتوسط. هذا يشير إلى درجة معتدلة من الثقة بين الجمهور الأردني بهذه المصادر. يبدو أن الاعتماد على معلومات الطقس أمر ضروري في التخطيط اليومي للأفراد، كما يدل على ذلك الاهتمام العالي بمعلومات الطقس المتعلقة بالملابس والتخطيط للأيام القادمة. وفي الوقت نفسه، تشير الدرجات المتوسطة لفقرات تتعلق بالأنشطة الترفيهية، العمل الميداني، التحذيرات الجوية القاسية، والرضا عن المعلومات المتلقاة، إلى أن هناك مجالاً للتحسين. أخيراً، مع الأخذ في الاعتبار تقارن الجمهور للتوقعات الجوية الحالية مع التوقعات منذ 3 إلى 4 سنوات، يبدو أنهم يرون تحسناً معتدلاً في دقة التوقعات. هذا يشير إلى أنه بينما هناك ثقة معتدلة في الأرصاد الجوية، هناك بالتأكيد مجال لتحسين وزيادة هذه الثقة، كما يجدر بالذكر في الآونة الأخيرة أنه قد تم الاعتماد على هذه التنبؤات في قرار تعليق الدوام قبل أيام العواصف والثلوج كما حدث في هذا العام 2023.

مناقشة نتائج سؤال الدراسة الثالث: ما الدقة في إعلام الطقس؟

ونلاحظ أن الجمهور الأردني يجد الدقة في إعلام الطقس من "طقس العرب" أكثر من "إدارة الأرصاد الجوية" حيث حصل طقس العرب على مستوى مرتفع وحصلت إدارة الأرصاد الجوية على مستوى متوسط. على الرغم من أن المتابعين للمعلومات الجوية بشكل يومي يجدون الدقة عالية في كلا المصدرين، إلا أن هناك بعض الاختلافات التي تبرز في المجموعة الكاملة من الفقرات، بالنسبة لـ "طقس العرب"، يعتبر الجمهور الأردني أن المعلومات المتعلقة بالطقس تحتاج إلى تحديث بشكل أكبر خلال اليوم وأنهم لا يجدون بعض المعلومات التي يبحثون عنها في النشرات الجوية. ويتابعون

الطقس في جميع فصول العام، ولكن هناك بعض الاعتبارات حول مدى الدقة والاكتمال. وعلى الرغم من أنهم يرون أن مواقع الطقس تعطي معلومات دقيقة عن درجات الحرارة العليا والدنيا، إلا أنهم يرى أن الدقة في معلومات كميات الهطول تحتاج إلى تحسين. ومع ذلك، يعتقدون أن التنبؤات والتحذيرات الجوية أصبحت أكثر دقة خلال العام الحالي.

بالنسبة لـ "إدارة الأرصاد الجوية"، فإن الاعتبارات تتبع نمطاً مماثلاً، لكن مع بعض الفروقات. على الرغم من أنهم يتابعون المعلومات الجوية بشكل يومي ويرون دقة في درجات الحرارة، فإنهم يجدون أن التوقعات الجوية تحتاج إلى تحسين. بالإضافة إلى ذلك، يرون أن المعلومات المتعلقة بالطقس تحتاج إلى تحديث أكبر خلال اليوم وأن مواقع الطقس تعطي معلومات أقل دقة عن كميات الهطول. ومع ذلك، يعتبرون أن الخدمات التي تقدمها الإدارة تحتاج إلى تحسين.

إجمالاً، يبدو أن الجمهور الأردني يعتبر أن "طقس العرب" يقدم معلومات أكثر دقة من "إدارة الأرصاد الجوية"، على الرغم من وجود مجالات للتحسين في كلا المصدرين.

مناقشة نتائج سؤال الدراسة الرابع: ما درجة الموضوعية في إعلام الطقس؟

يمكننا أن نلاحظ أن درجة الموضوعية بين موقع طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية جاءت متوسطة، وأن الجمهور الأردني لديه آراء متباينة بخصوص "طقس العرب" و "إدارة الأرصاد الجوية". حيث يعتبر المستجيبون أن استخدام معلومات الأمطار خلال النشرات الإخبارية لدى كلتا المصدرين عالي الدقة. ومع ذلك، ينخفض مستوى الدقة بالنسبة للاستخدام المعلومات المتعلقة بنسبة الرطوبة وحركة الرياح في النشرات الإخبارية، حيث يتم تصنيفها كمتوسطة الدقة.

فيما يتعلق بتغطية المعلومات المتعلقة بالطقس لمتطلبات التخطيط اليومي والأسبوعي، يرى الجمهور الأردني أن كل من "طقس العرب" و "إدارة الأرصاد الجوية" تقدم معلومات متوسطة الدقة.

بينما يعتبرون أن معلومات الطقس في "إدارة الأرصاد الجوية" متوفرة في الوقت المناسب لتلبية احتياجاتهم بدرجة أعلى من "طقس العرب".

إجمالاً، يظهر أن هناك اختلافات طفيفة في درجة الموضوعية بين "طقس العرب" و "إدارة الأرصاد الجوية" من وجهة نظر الجمهور الأردني، مع التقدير العام للموضوعية كمتوسطة في كلتا المصدرين. ومع ذلك، يظهر أن الجمهور يرى أن "إدارة الأرصاد الجوية" توفر معلومات أكثر في الوقت المناسب.

مناقشة نتائج فرضية الدراسة: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مصداقية إعلام الطقس تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة ومجتمعها.

أولاً: الجنس

أظهرت الدراسة أن الفروقات ذات دلالة إحصائية في استجابات الجمهور الأردني نحو مدى مصداقية الإعلام الطقس من طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية بناءً على الجنس. من خلال تطبيق اختبار T-Test للعينات المستقلة، يظهر أن الفروق الإحصائية موجودة بين الذكور والإناث في مدى الموضوعية للطقس من طقس العرب ($p=0.039$, $t=-2.071$)، حيث تعتبر الإناث أنه أكثر مصداقية بشكل ملحوظ عن الذكور، حيث كان المتوسط الحسابي الأعلى لديهن (2.36) بينما كان للرجال (2.21).

ومع ذلك، لا تظهر بيانات الإعلام الطقس من إدارة الأرصاد الجوية فروقاً ذات دلالة إحصائية في الموضوعية بناءً على الجنس وبالمثل، لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدى الثقة والدقة لكلا المصدرين.

ثانياً: مستوى التعليم

ومن خلال جدول التباين الأحادي للمقارنة بين طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية، بناءً على درجات الموضوعية، الدقة والثقة ومع الأخذ بعين الاعتبار المستوى التعليمي للمشاركين. بناءً على البيانات، يمكننا استخلاص أن هناك فروق إحصائية تظهر بحسب المستوى التعليمي في تقييمات الموضوعية، الدقة والثقة لموقع طقس العرب. ومع ذلك، لم يتم العثور على فروق مماثلة في إدارة الأرصاد الجوية بناءً على المستوى التعليمي. يشير هذا إلى أن التعليم قد يؤثر على كيفية تقييم الأشخاص للمعلومات المقدمة على موقع طقس العرب، بينما يبدو أن التقييمات لإدارة الأرصاد الجوية مستقرة بغض النظر عن المستوى التعليمي للمشاركين.

ولمعرفة هذه الفروقات قدم جدول (13) التحليل الإحصائي الذي كشف عن وجود فروق معتبرة في كيفية تقييم المستخدمين لطقس العرب بحسب مستوى التعليم. ففي مجال الموضوعية، تم تقييم الموقع بشكل أعلى من قبل الأشخاص ذوي مستوى تعليم أعلى - مثل حملة شهادات البكالوريوس والدراسات العليا - مقارنة بأولئك الذين يمتلكون فقط شهادة الثانوية العامة.

وتطبق نفس النتائج تقريباً على درجة الثقة، حيث يتمتع الأشخاص الذين يحملون شهادة الدبلوم أو البكالوريوس أو الدراسات العليا بثقة أكبر في الموقع بالمقارنة مع أولئك الذين لديهم فقط شهادة الثانوية العامة.

وفي مجال الدقة، كانت الفروق مماثلة، حيث تقييم الأشخاص ذوي المستوى التعليمي الأعلى للموقع بدرجة دقة أكبر مقارنة بأولئك الذين لديهم فقط شهادة الثانوية العامة.

وفي النهاية، كانت هذه الفروق أيضاً في الإعلام العام لطقس العرب، حيث يظهر الأشخاص الذين يحملون شهادة الدبلوم أو البكالوريوس أو الدراسات العليا تقدير أكبر للموقع بشكل عام بالمقارنة مع أولئك الذين لديهم فقط شهادة الثانوية العامة.

ثالثاً: درجة متابعتك لإعلام الطقس

يظهر جدول التباين الأحادي للمقارنة بين طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية لدرجات الموضوعية، الدقة، والثقة بين موقعي طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية يمكن استخلاصه كما يلي:

بناءً على درجة المتابعة لإعلام الطقس، لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية في التقييمات المتعلقة بالموضوعية أو الثقة في كل من موقع طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية. هذا ينطبق على التقييمات العامة لهذين الموقعين. ومع ذلك، بالنسبة للدقة، هناك اختلاف ذو دلالة إحصائية في تقييمات موقع طقس العرب بناءً على درجة المتابعة. يعكس هذا أن مدى متابعة الأفراد لإعلام الطقس يمكن أن يؤثر على مدى تقديرهم لدقة المعلومات المقدمة على موقع طقس العرب. ولكن بشكل عام، يبدو أن مدى متابعة الأفراد لإعلام الطقس ليس له تأثير كبير على تقييماتهم للموضوعية أو الثقة في هذه المواقع.

ولمعرفة هذه الفروقات قدم جدول (16) التحليل الإحصائي إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التقييمات المتعلقة بدقة الإعلام في موقع "طقس العرب" وذلك استناداً إلى "درجة متابعتك لإعلام الطقس". هذه الفروق تكون لصالح الدرجات الأعلى من المتابعة. على سبيل المثال، الأفراد الذين يقيمون متابعتهم لإعلام الطقس بأنها "متوسطة" أعطوا تقييمات أعلى لدقة موقع "طقس العرب"

بالمقارنة مع الأفراد الذين قيموا متابعتهم بأنها "منخفضة". بالمثل، الأفراد الذين وصفوا متابعتهم بأنها "مرتفعة" أعطوا تقييمات أعلى للدقة بالمقارنة مع الأفراد الذين قيموا متابعتهم بأنها "متوسطة".

سادساً: مصادر متابعة الجمهور لإعلام الطقس

وأظهر جدول التباين الأحادي للمقارنة بين طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية الجدول لمقياس الموضوعية، الدقة والثقة لموقعي طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية، حسب المصادر التي يستخدمها الجمهور لتتبع توقعات الطقس. بالنظر إلى النتائج المستخلصة من الجدول، نجد أن هناك فروقات ذات دلالة إحصائية في الموضوعية لموقع طقس العرب، بينما لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في الموضوعية لإدارة الأرصاد الجوية. أما بالنسبة للثقة، فلا توجد فروقات معنوية في طقس العرب، بينما تظهر فروقات ذات دلالة إحصائية في إدارة الأرصاد الجوية. فيما يتعلق بالدقة، هناك فروقات معنوية في كلا الموقعين، طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية. على المستوى العام، هناك فروقات معنوية في كلا الموقعين، طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية. هذه النتائج تشير بشكل عام إلى أن المصادر التي يستخدمها الجمهور لتتبع توقعات الطقس تؤثر بشكل معنوي على درجات الموضوعية والدقة والثقة لكلا الموقعين ولمعرفة هذه الفروقات قدم جدول (22) التحليل الإحصائي فروقات إحصائية هامة بخصوص مستوى الموضوعية في تغطية طقس العرب. في المقارنة الأولى، كان الذين لا يتابعون تقارير الأرصاد الجوية أكثر موضوعية في متابعة طقس العرب، بينما في المقارنة الثانية، كان الذين يتابعون تقارير طقس العرب أكثر موضوعية أظهرت النتائج أيضاً إلى فروقات إحصائية في مستوى الثقة بتقارير إدارة الأرصاد الجوية. في المقارنة الأولى، كانت الثقة أعلى بين الذين يتابعون هذه التقارير، بينما في المقارنة الثانية، كانت الثقة أعلى بين الذين لا يتابعون تقارير طقس العرب، وأظهرت النتائج أيضاً وجود فروقات إحصائية في الدقة بين تقارير طقس العرب

والمنصات الأخرى، وتقارير إدارة الأرصاد الجوية، كما أظهرت النتائج أيضاً فروقات إحصائية في الاستجابة الإجمالية لتقارير طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية، حيث يتفوق كل منهما في المقارنات التي تضمنها الاستبانة بالاعتماد على المتابعين.

ثانياً: أهم نتائج الدراسة

1. أظهرت النتائج أن الفترة الأكثر شعبية لمتابعة أخبار الطقس هي المساء، حيث تابع 25% من العينة أخبار الطقس خلال هذا الوقت.
2. أظهرت النتائج أن الاعتماد على كلاً من إدارة الأرصاد الجوية وطقس العرب كمصدرين أساسيين لأخبار الطقس عند الجمهور الأردني بنسبة 32.3%.
3. أظهرت النتائج أن درجة ثقة الجمهور الأردني في إعلام الطقس سواء كانت من "طقس العرب" أو "إدارة الأرصاد الجوية" جاءت بدرجة متوسطة.
4. أظهرت النتائج أن الجمهور الأردني يعتبر "طقس العرب" أدق في تقديم توقعات الطقس مقارنةً بـ "إدارة الأرصاد الجوية". حيث حصل "طقس العرب" على مستوى مرتفع في التقديرات، في حين تقييم "إدارة الأرصاد الجوية" كان على مستوى متوسط.
5. أظهرت النتائج أن درجة الموضوعية في كل من "طقس العرب" و"إدارة الأرصاد الجوية" تُقيم بشكلٍ متوسط من قبل الجمهور.

نتائج الفرضيات

- 1- توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في تقييمات الجمهور الأردني بالنسبة لمصداقية طقس العرب بناءً على الجنس، حيث أظهرت النساء تقديراً أعلى لمصداقية الموقع من الرجال. ولكن هذا الفرق لم يظهر عند تقييم إدارة الأرصاد الجوية.

2- توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في تقييمات مصداقية طقس العرب بناءً على مستوى التعليم. الأشخاص ذوي المستوى التعليمي الأعلى، مثل حملة الشهادات الجامعية، كان لديهم تقييمات أعلى للمصداقية، الدقة، والثقة في الموقع. هذه الفروق لم تظهر عند تقييم إدارة الأرصاد الجوية.

3- درجة المتابعة لإعلام الطقس تؤثر على تقدير الأفراد لدقة المعلومات المقدمة على موقع طقس العرب، ولكن لا تأثير كبير على تقييمات الموضوعية أو الثقة في الموقع.

4- نوع المركبة التي يستخدمها الأفراد ليس له تأثير كبير على تقييماتهم لمصداقية ودقة وثقة طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية، باستثناء درجة الثقة في طقس العرب، حيث كان لدى الأشخاص الذين يستخدمون المركبات الخاصة ثقة أكبر في الموقع.

5- الفترات التي يتابع بها المستخدمون أخبار الطقس لا تؤثر بشكل كبير على تقييماتهم في المجالات الرئيسية للدراسة (الموضوعية، درجة الثقة، ودرجة الدقة) بالنسبة لكل من موقع طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية.

6- تؤثر المصادر التي يستخدمها الجمهور لمتابعة توقعات الطقس بشكلٍ معنوي على تقييمهم لموضوعية ودقة وثقة التقارير الجوية من موقع "طقس العرب" و"إدارة الأرصاد الجوية". هناك فروقات إحصائية في الموضوعية بين متابعي الأرصاد الجوية والذين لا يتابعونها، حيث يظهر مزيداً من الموضوعية عند متابعة "طقس العرب". من ناحية أخرى، الثقة بتقارير "إدارة الأرصاد الجوية" أعلى بين الجمهور الذي يتابع هذه التقارير، بينما الثقة أعلى بين الجمهور الذي لا يتابع تقارير "طقس العرب". هناك أيضاً فروقات إحصائية في الدقة بين تقارير "طقس العرب" والمنصات الأخرى، وتقارير "إدارة الأرصاد الجوية". بالنهاية، يوجد

اختلاف في الاستجابة الإجمالية لتقارير كل من "طقس العرب" و"إدارة الأرصاد الجوية"، وهما يتفوقان في المقارنات التي تضمنها الاستبانة بالاعتماد على المتابعين.

ثالثاً: توصيات الدراسة

1. تعزيز الانتشار والتواصل: على وسائل الإعلام أن تجعل الطقس أكثر جاذبية وتطوير

منصات متنوعة لتقديم الطقس، مثل التطبيقات المحمولة والمواقع الإلكترونية والوسائط الاجتماعية، لجذب جمهور أكبر.

2. التعرف على مصادر إعلام الطقس: ضرورة توسيع الشراكات بين مصادر الطقس المختلفة

لتحسين دقة وموضوعية إعلام الطقس

3. تعزيز الثقة في الإعلام: الحاجة للقيام بأعمال تنقيفية لإظهار كيفية إعداد التوقعات وما هو

المتوقع منها.

4. تحسين الدقة: بذل للمزيد من التعاون بين المنظمات المحلية والدولية لتحسين النماذج

والتقنيات المستخدمة في التنبؤ بالطقس.

5. التوازن والموضوعية: تقديم معلومات كافية حول عوامل الطقس المختلفة وكذلك تحقيق

التوازن بين التوقعات القصيرة والطويلة الأمد.

إذاً، الدراسات المستقبلية يمكن أن تهتم أكثر بتقييم الأثر الفعلي لتحسينات هذه المجالات وكيف

يمكن أن تؤثر في الثقة العامة في الإعلام الخاص بالطقس.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

أبو حصيرة، رامز (2021). مصداقية القنوات التلفزيونية أثناء أزمة فيروس كورونا، *المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل* / العدد 22 الإصدار عدد خاص "الإعلام وجائحة كورونا" الناشر جامعة الملك فيصل/المملكة العربية السعودية.

إكرام، فلورا (2021). مصداقية صفحات الصحف المصرية على الفيسبوك وقت أزمة كورونا لدى الجمهور المصري دراسة ميدانية، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، 20(4) يوليو - سبتمبر، مركز بحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

الإمام، إبراهيم (1980). *الإعلام الإسلامي*، ط1، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.

إياد، وآخرون (2019). مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية من وجهة نظر الإعلاميين العراقيين. *مجلة الباحث الإعلامي*، 10(42)، 161 - 78.

الحبيبي، ريهام (2014). *مصداقية المضامين الدينية الإسلامية في وسائل الإعلام الجديدة لدى الجمهور المصري - دراسة مقارنة*، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، قسم الإعلام كلية الآداب، جامعة المنصورة.

حسين، سمير (1983). *تحليل المضمون: تعريفاته ومفاهيمه ومحدداته، استخداماته الأساسية، وحداته وفئاته، جوانبه المنهجية تطبيقاته الإعلامية، الرياض عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع*.

حمزة، عبد اللطيف (1978). *الإعلام والدعاية*، ط2: دار الفكر العربي.

الرافعي، مهيتاب (2014). *استخدامات النخبة المصرية لشبكة الإنترنت، واتجاهاتهم نحو مصداقيتها دراسة ميدانية تحليلية*، (أطروحة دكتوراه غير منشورة) قسم الصحافة، كلية الإعلام جامعة القاهرة.

السمان، أحمد (2019). *مصداقية المواقع الإخبارية الأجنبية الصادرة باللغة العربية لدى طلاب كلية الإعلام - دراسة مقارنة على الجامعات الحكومية والخاصة في إطار نظرية التماس المعلومات*، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، ع(17)، يناير - يونيو، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- سميث، روان اف (2017). أخلاقيات الصحافة، مؤسسة هنداوي سي أي سي بريطانيا.
- الشهاوي، سماح (2014). مصادقية الصحف الالكترونية المصرية وعلاقتها باستخدام الشباب لها دراسة ميدانية على الشباب المصري، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع(4) مارس، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال جامعة الملك سعود، الرياض.
- صالح، فاطمة (2012). العوامل المؤثرة على مصادقية المادة الإخبارية التلفزيونية - دراسة مقارنة لاتجاهات الجمهور المصري نحو مصادقية قناتي النيل للأخبار والجزيرة الإخبارية - (رسالة ماجستير غير منشورة) قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- صدقي، كنانة (2016). العوامل المؤثرة على مصادقية الصحف السورية لدى الجمهور المحلي ودورها في مستوى تعرضهم لها - (ماجستير غير منشورة)، قسم الصحافة والنشر الإلكتروني، كلية: الاعلام جامعة دمشق.
- الطالبة هديل، تحسين منصور (2014). اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصادقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي، (ماجستير غير منشورة)، كلية الإعلام، جامعة اليرموك.
- عبد الباري، وائل (2005). مصادقية المواقع الإخبارية على الإنترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري، ورقة بحثية المؤتمر السنوي الحادي عشر لكلية الإعلام: مستقبل وسائل الإعلام العربية، جامعة القاهرة - مصر.
- عبد الحميد عمرو محمد (2016). اتجاهات الرأي العام المصري نحو مصادقية القنوات التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا السياسية - دراسة تحليلية ميدانية، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- عبد العزيز، عزة (1996). مصادقية الصحافة المصرية القومية والحزبية، دراسة المضمون والقائم بالاتصال والجمهور، (رسالة دكتوراه غير منشورة)، جامعة جنوب الوادي، كلية الآداب.
- عراي، عبد المحسن (2012). مصادقية المواقع الإخبارية على الإنترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري، المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال الجديد.. التحديات النظرية والتطبيقية، جامعة الملك سعود الرياض.
- العزاوي، حسين (2019). مصادقية القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية من وجهة نظر الإعلاميين العراقيين.

العزي، خالد (2020). التشريعات الإعلامية وأخلاقيات المهنة، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا.

علي، خالد صلاح الدين (2006). مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية، لدى الجمهور: دراسة كمية/كيفية في إطار النموذج البنائي للمصداقية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع(26).

غرابة هالة (2019). مصداقية التغطية الاستقصائية في الصحف الإلكترونية وعلاقتها بإدراك طلاب الجامعات لقضايا الواقع المصري، دكتوراه منشوره في كتاب: التغطية الاستقصائية القضايا الواقع المعاصر، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.

المحمودي، محمد (2019). مناهج البحث العلمي، ط3، مكتبة نور، القاهرة.

مصطفى، هويدا (2003). مصداقية وسائل الإعلام كما تراها النخبة في مصر: دراسة حالة للتغطية الإعلامية للحرب على العراق، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع(21) ديسمبر مركز بحوث الرأي العام، كلية الإعلام جامعة القاهرة.

الموسوي، خضير (2016). مستويات مصداقية الصحافة في إطار النموذج البنائي للمصداقية ماجستير منشورة، مجلة الباحث الإعلامي، ع(31)، كلية الإعلام جامعة بغداد.

الناغي، ولاء (2019). معايير مصداقية المواقع الإلكترونية الإخبارية كما يراها الشباب الجامعي وعلاقتها باعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات، مجلة البحوث الإعلامية.

ثانياً: المراجع الأجنبية

El Khodary (2018). M, New Media Credibility between Internet and Television in Jordan, *Egyptian Journal of Media Research*.

Flanagin, A.& Metzger, C. (2013). *Credibility and digital media*, Cambridge, MIT Press.

Katja Schulze ,Martin Voss (2022). Weather Forecast and Weather Warning Preferences in Germany Disaster Research Unit (DRU) Katastrophenforschungsstelle (KFS) Freie Universität Berlin FB Politik- und Sozialwissenschaften Carl-Heinrich-Becker-Weg 6-10 12165 Berlin

Llamero, Ll., Fenoll, V. & Domingo, D. (2019). Predictors of credibility of online media in the Spanish polarized media system. *Communication & Society*, 32(2), 127-138.

Sharon Wilson; P. Leong; C. Nge & N. Miang Hong (2012), op.cit.

Sikarwar · Gupta· Tomar (2020). *Content Credibility WhatsApp Messages and Decision to Share: Psychology of Youth* 21 March 2021.

<http://jmd.gov.jo> موقع إدارة الأرصاد الجوية

<https://www.arabiaweather.com/ar/content>

الملحقات

ملحق رقم (1) استبانة الدراسة النهائية

درجة مصداقية إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني دراسة مقارنة " إدارة الأرصاد الجوية وطقس

العرب"

يقوم الباحث بدراسة حول درجة مصداقية إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني دراسة مقارنة " إدارة الأرصاد الجوية وطقس العرب " وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام من جامعة الشرق الأوسط ولتحقيق هدف الدراسة سيتم تطوير استبانة لقياس درجة مصداقية إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني دراسة مقارنة لإدارة الأرصاد الجوية وطقس العرب شاكراً لكم تعاونكم وأقبلوا مني فائق الاحترام والتقدير،،،

الاسم: ليث محمد عبد الكريم الحيايري

محاوَر الاستبانة وأسئلتها

المحور الأول - البيانات الديموغرافية:

المتغيرات الديموغرافية

الجنس

ذكر

أنثى

مستوى التعليم

اقل من ثانويه عامة

ثانوية عامة

دبلوم

بكالوريوس

دراسات عليا

ما درجة متابعتك لإعلام الطقس

درجة مرتفعة

درجة متوسطة

درجة منخفضة

ما مصادر متابعة الجمهور الأردني لإعلام الطقس

إدارة الأرصاد الجوية (ومواقعها الرقمية)

طقس العرب (ومواقعها الرقمية)

الإذاعات المحلية

المواقع الإخبارية الرقمية المحلية

منصات التواصل الاجتماعي

محطات التلفزيون

تطبيقات الطقس الأجنبية

طقس العرب			إدارة الأرصاد الجوية			العبارات (الموضوعية)
مرتفعة	متوسطة	منخفضة	مرتفعة	متوسطة	منخفضة	
						يتم استخدام المعلومات المتعلقة بقياس معدلات هطول الأمطار خلال النشرة الإخبارية
						يتم استخدام المعلومات المتعلقة بنسبة الرطوبة وحركة الرياح خلال النشرة الإخبارية
						تغطي المعلومات المتعلقة بالطقس متطلباتي للتخطيط اليومي والاسبوعي
						تتوفر معلومات الطقس في الوقت المناسب لتلبية احتياجاتي

طقس العرب			إدارة الأرصاد الجوية			العبارات (الثقة)
مرتفعة	متوسطة	منخفضة	مرتفعة	متوسطة	منخفضة	
						يتم استخدام المعلومات المتعلقة بالطقس للتخطيط لنوعية الملابس
						يتم استخدام المعلومات المتعلقة بالطقس للتخطيط للأنشطة الترفيهية والمناسبات الخاصة
						يتم استخدام المعلومات المتعلقة بالطقس عندما يكون لدي عمل ميداني
						أحتاج لمعرفة المعلومات المتعلقة بالطقس قبل عدة ايام من مخططاتي
						ما مقدار الاهتمام الذي توليه لتحذيرات الطقس القاسية التي تتعلق بمنطقتك؟
						أتابع النشرة الجوية المتعلقة بالطقس بشكل كامل وتفصيلي
						بالتكثير في جميع جوانب معلومات الطقس، ما مدى رضاك عن المعلومات التي تتلقاها من مكتب الأرصاد الجوية من خلال المصادر المختلفة التي تستخدمها.
						كيف تقارن توقعات الطقس في الوقت الحاضر بتلك التي كانت موجودة قبل 3 إلى 4 سنوات؟

طقس العرب			إدارة الأرصاد الجوية			العبارات (الدقة)
منخفضة	متوسطة	مرتفعة	منخفضة	متوسطة	مرتفعة	
						أتابع المعلومات المتعلقة بالطقس بشكل يومي
						المعلومات المتعلقة بالطقس تحتاج إلى تحديث بشكل أكبر خلال اليوم
						مواقع الطقس تعطي معلومات دقيقة عن كميات الهطول
						مواقع الطقس تعطي معلومات دقيقة عن درجات الحرارة العليا والدنيا

						اقوم بمتابعة المعلومات الخاصة بالطقس في جميع فصول العام
						متابعتي لنشرات الطقس اليومية
						مقارنة بمواقع الطقس الاجنبية، تعتبر معلومات الطقس المقدمة من المواقع المحلية أكثر دقة
						هناك معلومات تخص الطقس لا اجدها في النشرات الجوية

						غطت توقعات الطقس خلال فصل الشتاء الماضي احتياجاتي وتوقعاتي بشكل جيد
						بشكل عام، أعتقد أن تنبؤات وتحذيرات الطقس أصبحت أكثر دقة خلال العام الحالي
						يعمل الموقع على تحسين خدمات التنبؤ بالطقس بشكل ملموس من خلال المعلومات التي يقدمها
						مصدر المعلومات الذي يخطر ببالي أولاً عند الحديث عن الطقس

ملحق رقم (2) أسماء محكمي استبانة الدراسة

العنوان الوظيفي	التخصص	الرتبة	الاسم
كلية الإعلام/ جامعة الشرق الأوسط	الصحافة والإعلام	أستاذ	أ. د. عزت حجاب
كلية الإعلام/ جامعة الشرق الأوسط	الصحافة والإعلام	أستاذ مشارك	د. كامل خورشيد
كلية الإعلام/ جامعة الشرق الأوسط	الصحافة والإعلام	أستاذ مشارك	د. محمد المومني
كلية الإعلام/ جامعة الشرق الأوسط	الصحافة والإعلام	أستاذ مساعد	د. رامز أبو حصيرة
كلية الإعلام/ جامعة الشرق الأوسط	الصحافة والإعلام	أستاذ مساعد	د. ليلي جرار
كلية الإعلام/ جامعة اليرموك	الصحافة والإعلام	أستاذ مساعد	د. ناهدة مخادمة