

العلاقة بين التعرض للمضامين السياسية بالصحف والقنوات الفضائية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمزاج العام نحو قضايا الوطن العربي: دراسة على الجمهور المصري والسعودي

د. هيثم جودة مؤيد*

د. ممدوح عبدالله**

مقدمة الدراسة:

تميز العقد الأخير من القرن الماضي بحدوث ثلاث ثورات متداخلة هي ثورة التكنولوجيا وثورة المعلومات وثورة الاتصالات، وجاءت ثورة الاتصال نتاجاً حتمياً لهذه الثورات، وأحد أهم آثارها، وكنتيجة لذلك ظهرت المواقع الإلكترونية الخاصة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية، وبدأت هذه المواقع في النمو والانتشار نظراً لما تتمتع به من إمكانيات وخصائص مكنتها من تقديم الرسالة الإعلامية للمستخدم بأكثر من شكل.

وقد أتاح هذا التطور توفير فرص جديدة ومتنوعة للاندماج بين المحتوى الإخباري الخاص بالصحف والقنوات الفضائية ووسائل التواصل الاجتماعي والتي باتت تشكل نافذة رئيسية للأفراد للتواصل مع الآخرين ومعرفة الأحداث، مما مكنتها من القدرة على إدارة المزاج العام والتأثير على التصورات والتقييمات لدى الأفراد نحو مختلف القضايا خاصة المثارة على الساحة العربية.

والتي تشهد أحداث كبيرة من الاضطرابات والانقسامات على المستوى السياسي خاصة بعد أحداث ثورات الربيع العربي أثرت على المزاج العام للجمهور العربي، تنوعت تلك الحالة المزاجية بين الأمل والإحباط، إذا انه في ظل ما كانت هناك توقعات تذهب إلى الأوضاع في بلاد الثورات سوف تتحسن إيجابياً بعد وقوعها مباشرة، إلا أن المفاجأة بروز حاله من الإحباط وعدم الوثوق في المستقبل لدى بعض

* مدرس الصحافة، كلية التربية النوعية، جامعة الزقازيق.

** مدرس الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة بني سويف.

الشعوب العربية، نتيجة لأحداث العنف والإرهاب والانفلات الأمني والتقلبات الاقتصادية.

لذلك تعد دراسة المزاج العام في ظل تلك الأوضاع حالة مهمة، لأنها توضح مدى رضا الناس وسخطهم لما هو مقدم لهم، ووفقاً لذلك، فالمزاج العام للمجتمع لا ينبع من فراغ، وإنما يعد محصلة لعوامل متعددة ثقافية ونفسية واجتماعية وسياسية ومعرفية يتوقع من خلالها أن يتوافق الأفراد مع بعضهم بعضاً في المجتمع، وتؤدي التغطية الصحفية والتلفزيونية لقضية معينة بالأفراد إلى أن يفسروا المواقف الجديدة أو يعيدوا تفسير المواقف القديمة للحفاظ على الاتساق مع ميولهم الحالية التي تدعمها حالتهم المزاجية والشعورية (1).

فالتعرض لنوعيات معينة من المعالجات والمضامين التي تقدمها الصحف ووسائل الإعلام لجماهيرها تؤدي إلى بناء وتشكيل تقييمات أو اتجاهات إما إيجابية أو سلبية لديهم، وتؤثر بدرجة رئيسية على المزاج العام السائد فيما بينهم في النهاية، ونظراً لأن المزاج العام يعتبر مزيجاً معقداً من العمليات الشعورية والمعرفية والحالة النفسية ورد الفعل السلوكي لأفراد المجتمع، فقد تدفع الحالة المزاجية العامة الجمهور إلى التعرض لقضايا ومضامين إعلامية بعينها، أو قد يؤدي التعرض المكثف للمضامين السلبية إلى التأثير سلباً في المزاج العام، وفي الحالتين يلعب المحتوى الإخباري دوراً في إدارة المزاج العام لجمهورها نحو القضايا والموضوعات التي تثيرها وما يرتبط بها (2).

أولاً- مشكلة الدراسة وأهميتها:

تمكنت حالات المزاج أو الانطباع العام وتأثيراتها على العملية الاتصالية من جذب انتباه بعض الباحثين الإعلاميين الغربيين، وقامت نتيجة لذلك بحوث كثيرة في هذا المجال لكشف تأثيرات الحالة المزاجية للفرد في عملية تلقي الرسالة الإعلامية والتفاعل مع محتواها والتأثير العكسي للرسالة عليه.

ولذا جاءت الدراسة الحالية من منطلق فرضيات نظرية إدارة المزاج العام التي تقوم على أن الأفراد لديهم ميول طبيعية للمتعة وتجنب الألم، تلك الميول والدوافع تدفعهم للتعرض للمحتوى المحبب والمرغوب في وسائل الإعلام وتجنب تلك الموضوعات التي تسبب لهم عدم الراحة والألم، ولذا يحاول الأفراد ترتيب بيئتهم بحيث

يغلب المزاج الإيجابي بشكل جيد (شيوخ المتعة) وتخفيف والتخلص من المزاج السلبي، ولكي يحقق ذلك يقوم الفرد بالتعرض الانتقائي للمواد التي تحقق له ذلك الهدف⁽³⁾، وفي إطار ذلك يتحكم في حالة المتعة لدى الأفراد ثلاثة عوامل؛ الرغبة الذاتية وأنماط المشاهدة والتعرض للمحتوى الإعلامي، فالإنسان يرفض البرامج التي لا تتناسبه ويستمر في البحث حتى يجد شيئاً يناسب رغباته، ففي بعض الأحيان يحب مشاهدة فيلم حزين، وفي أحيان أخرى يحب مشاهدة فيلم أو برنامج كوميدي؛ فاختيار البرنامج يحدده المشاهد وفق ما اذا كانت المشاهدة ستؤدي إلى مشاعر أو خبره محببة آنية⁽⁴⁾.

كما تؤثر الحالة المزاجية للأفراد على درجة الاستثارة والتقويم للمحتوى الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تؤثر تلك الحالة المزاجية سواء الإيجابية أو السلبية في جوده وكفاءة عملية تلقي المعلومات، فالحالة النفسية الإيجابية والسلبية ربما تؤدي إلى الاستثارة بسبب الكثافة والقوه وهذه الاستثارة تؤدي بالتالي إلى اليقظة والتنبيه والحساسية في تلقي المعلومات، ونتيجة لذلك تؤدي هذه الأشياء إلى قوة عملية التذكر لاحقاً⁽⁵⁾.

ولذا جاءت الدراسة الحالية لتختبر بعض من فرضيات نظرية إدارة المزاج The Hedonic Valence of Media Messages والمتعلقة بالتعرض الانتقائي للمحتوى وتأثير على الحالة المزاجية وذلك بالتطبيق على الاحداث السياسية وبناءً على ذلك تم تحديد مشكلة الدراسة في معرفه هل تؤثر درجه تعرض الجمهور المصري والسعودي للمحتوي السياسي بالأخبار المتعلقة بقضايا الوطن العربي متمثلة في (مصر، سوريا، اليمن، فلسطين، تونس، ليبيا، تنظيم داعش) باتجاهاتها (السلبية - الإيجابية - العادية) الموجودة بحسابات الصحف والقنوات التلفزيونية المتاحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على تغيير حالة المزاج السائد لديهم للتوافق إما مع المزاج المجتمعي السائد أو لتدعيم مواقفهم وتصوراتهم الشخصية، وتشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا والمضامين المقدمة.

ثانياً - أهداف الدراسة:

تستهدف الدراسة بشكل رئيس التعرف على طبيعة العلاقة بين حجم ودرجة التعرض لحسابات الصحف والقنوات الفضائية المتاح عبر مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسات ذلك على المزاج العام للجمهور المصري والسعودي تجاه قضايا واحداث الوطن العربي

متمثلة في (مصر، سوريا، اليمن، فلسطين، تونس، ليبيا، تنظيم داعش)، وتفرع عن هذا الهدف الرئيسي مجموعة الأهداف الفرعية التالية:

1- رصد معدل تعرض الجمهور المصري والسعودي لأخبار الدول محور الدراسة ومعرفة تأثير ذلك على حالة المزاج العام

2- التعرف على العلاقة بين التعرض للموضوعات المثارة عن مختلف القضايا العربية وبين درجة الشعور العام بالرضا أو السخط العام أو الإحباط والغضب وانعكاساته على المستقبل لدى عينة الدراسة.

3- التعرف على مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي) في درجة التعرض للمضامين المثارة عن القضايا العربية على درجة المزاج العام لدى الجمهور المصري والسعودي.

ثالثاً- الإطار النظري للدراسة:

في ضوء قراءة الأدبيات المتاحة حول نظرية إدارة المزاج Mood Management Theory، نجد أن جذور تلك النظرية ترجع إلى إسهامات ليون فستجر وزملاؤه Lion Festinger et al 1957 ، فرتز هيدر Fritz Heider ، تشارلز أوسجوود & بيرسي تننباوم Charles Osgood & Percy Tannenbaum والذين قدموا نماذج لنظريات تركز على العوامل الداخلية المتمثلة في الحالة الشعورية والفكرية والتي تدور في ذهن الإنسان وترتبط بأحاسيسه وتصرفاته .

يرى ليون فستجر Lion Festinger أن الإنسان عندما يشعر بعدم وجود توازن نفسي لديه نتيجة لتأثير بعض الأفكار المتناقضة بين الاعتقاد والسلوك والحقائق لديه، فإنه يحاول تغيير نفسه أو عن طريق تفسير الأحداث بشكل مختلف⁽⁶⁾، ولكي يتخلص الفرد من حالة التنافر المعرفي لديه يقوم بثلاثة طرق؛ الأولى تغيير السلوك بما يتلاءم مع الحالة الجديدة التي يتعرض لها، وكلما كان التنافر قوياً أصبحت الرغبة أكبر في ملاءمة الاتجاه مع السلوك، الثانية تجنب التعرض لأي معلومات تخالف آرائه وقناعاته والتي تسبب له حالة من التنافر، الثالثة التعرض للمعلومات

التي تتفق مع أفكاره وقناعاته وآرائه بما يخلق لديه حالة من التوافق النفسي الداخلي⁽⁷⁾ .

وإن كانت نظرية التناظر المعرفي تركز على أن التوتر ينتج عن طريق النظام النفسي الفردي، بينما هو في نظريات التوازن يتعلق بالمنطق، حيث قدم فريتز هيدر Fritz Heider فكرة نظريته التي تقوم على أن الإنسان يحاول أن يتأقلم مع البيئة المحيطة والآخرين بواسطة خلق نوعاً من التوازن الذي يؤهله للعيش والبقاء بين النظام المعرفي الداخلي والبيئة المحيطة به، ويعد التكيف الهدف النهائي لعملية التوازن، ويتحقق التكيف من خلال عملية التمثل والتي تضمن عملية تعديل الخبرات الجديدة مع البنى العقلية الموجودة لدى الفرد، والتلاؤم عن طريق تعديل الاستجابة التي أصدرها الفرد في عملية التمثل⁽⁸⁾ .

ويرى هيدر أن اتجاه الفرد يتأثر بنوعين من العلاقات؛ الأولى هي علاقات المشاعر أو العلاقات الوجدانية أو العاطفية التي تسهم في تقييم الأشخاص أو الأشياء، وتعبر عن الميل أو الأعراض، الحب أو الكراهية، القبول أو الرفض، ويميل الفرد إلى بناء هذه العلاقات بشكل متوازن، حيث لا يمكن أن يحب الفرد شخصاً لا يحترمه، والثانية هي علاقات الوحدة التي تشير إلى درجة الوحدة المدركة بين العناصر وبعضها، ويعبر عنها بالتشابه أو عدم التشابه، ويرى هيدر أنه إذا كانت درجة الوحدة بين العناصر عالية فإنها تعتبر موجبة والعكس، كما يتكون لدى الفرد نوعان من الاتجاهات، هي اتجاهات الفرد نحو العناصر وقد تكون موجبة أو سالبة، ثم الاتجاه القائم على ادراك الفرد عن علاقات الوحدة بين العناصر وهذه أيضاً قد تكون موجبة أو سالبة⁽⁹⁾ .

في حين بحث تشارلز أوسجود & بيرسي تينباوم Charles Osgood & Percy Tannenbaum حالة التوافق والانسجام بين ميولنا نحو الأشياء والناس، فقد وجد أن الإنسان يميل إلى تبجيل وتقدير الآراء والمعتقدات التي توافق آرائه ومعتقداته، وكذلك يميل إلى تقدير الأشخاص الذين يتفقون مع أفكاره، ويزيد هذا التقدير بزيادة التوافق وينقص بنقصانه وتفترض نظرية التوافق أنه عندما تكون ميولنا ورغباتنا نحو شيء ما مختلفة ومتعارضة مع بعضها . فأنا نلجأ إلى البحث عن (حل بين الرغبتين) لكي نوازن بينهما⁽¹⁰⁾ .

في ضوء تلك الإسهامات النظرية التي تفسر كيفية تنظيم المعرفة لدى الفرد، اقترح دولف زلمان وزملاءها Dolf Zillmann et al نظرية إدارة المزاج التي تحاول التعامل بشكل موسع مع الاختيارات المتعددة للمتلقي الذي يتعرض لرسائل وسائل الإعلام سواء أكانت هذه الرسائل إخبارية، وثائقية، أفلام ودراما، والموسيقى والرياضة، أي أنها تتعامل مع جميع الحالات المزاجية العامة للأفراد الجمهور بدلاً من اقتصارها على الحالة العاطفية فقط المتواجدة في التنافر المعرفي، أو تلك الموجودة في الاتساق المعرفي أو التطابق المعرفي⁽¹¹⁾.

حيث تنطلق النظرية من فكرة أن المزاج العام عبارته عن حالة ذهنية تسطير على سلوك الفرد بقوه، وتؤثر على تفكيره وذاكرته ونظرته للآخرين وتصوراتته عن نفسه وكذلك الحكم على البيئة المحيطة به ولا يتوقف تأثير الحالة المزاجية على الإدراك أو العمليات المعرفية لدى الفرد فحسب، بل يتعدى تأثيرها على قراراته اليومية، وتفاعله مع الآخرين، في عملية ضبط عام للفرد، كما يستدل على تلك الحالة من خلال نشاط الفرد واندفاعه وانفعاله في الموقف الواحد⁽¹²⁾.

وقد أشار أندرو لان وزملاءه Andrew M. Lane , et al إلى أن الحالة المزاجية عبارة عن مجموعة من المشاعر، سريعة الزوال في الطبيعة، تتفاوت في شدتها ومدتها، وعادة ما تنطوي على العاطفة أكثر من واحد، كما تؤثر تلك الحالة على درجة الاستثارة والاستدعاء والتقييم لدى الفرد⁽¹³⁾.

وبصفة عامة يمكن الإشارة إلى أن الحالة المزاجية مكون انفعالي معتدل نسبياً ينتاب الشخص فتره من الزمن ويعاوده بين حين وآخر بمعنى حالة وقته، وليس تقييماً معرفياً، أو سلوكاً عاماً للمجتمع، لا يظهر في كل الأوقات، قد تظهر على شكل مرح أو اكتئاب أو سعادة أو حزن أو هدوء أو اهتياج أو تجم، كما أنه نتاج المجتمع الذي يعبر عنه، ونتاج لكافة العوامل الثقافية والنفسية والاجتماعية والسياسية والمعرفية للجماعة⁽¹⁴⁾.

وبمراجعة الأدبيات المتاحة حول الحالة المزاجية، نجد أنها انقسمت إلى جزأين الأول: يشير إلى أن الحالة المزاجية هي التي تحدد نوعية المواد التي يتم التعرض لها، وأنها المتغير المستقل في هذه العلاقة، ويتوقف مدى التأثير عليها على عدة عوامل منها خبرة وكثافة استخدام وسائل الإعلام، وقوه العمليات المعرفية

لدى المتلقي من انتباهه وإدراكه وتذكر⁽¹⁵⁾، بالإضافة إلى الجماعة المرجعية التي ينتمي إليها الفرد، فهي ليس ناتجاً إبداعياً لشخصٍ منعزل، وإنما نتاج للجماعة ونشاط لها، أي أنها ليست مجرد نشاط إدراكي فردي فحسب، ولكنها أيضاً نشاط اجتماعي به نتوقع أن نتوافق مع الأفراد الآخرين في جماعتنا في الحالات الشعورية المختلفة⁽¹⁶⁾.

وعلى الجانب الثاني يشير إلى أن التعرض لنوعيات معينة من الرسائل الاتصالية قد يؤدي إلى تغيير الحالة المزاجية للأفراد، وفي ذلك السياق توجد عدة عوامل تتعلق بخصائص محتوى وسائل الإعلام يؤثر على طبيعة الحالة المزاجية تتمثل في احتمالية الاستثارة للمحتوى، وإمكانية الاستيعاب، التقارب الدلالي، وتكافؤ المتعة، وسوف نعرض لهذه المفاهيم على النحو التالي⁽¹⁷⁾:

1. احتمالية الاستثارة للمحتوى **Excitatory Potential of a Media Type**

حيث تفترض أن كل الرسائل الإعلامية لديها مستوى معين من القدرة على تغيير المزاج، وترى أن وسائل الإعلام التفاعلية لديها القدرة على زيادة المزاج الإيجابي وانخفاض المزاج السلبي أكبر من وسائل الإعلام التقليدية، وتؤكد بأن تفاعل الأفراد مع المحتويات الترفيهية بصفة خاصة يؤثر على مستوى الاستثارة الفسيولوجية لديهم بخلاف المواد الأخرى، حيث يكتسب الفرد علاقات معينة بالنسبة للأشياء والظواهر والإحداث مما يجعل حياتهم تمتلئ بالانفعالات المختلفة من فرح وسرور ومن رهب وخوف وغضب وكراهية.. وغيرها⁽¹⁸⁾.

كما تفترض النظرية بأن الحالة المزاجية السلبية تؤثر على قدرة الفرد في معالجة المعلومات وتصنيفها في الذاكرة مما يجعله يركز فقط على مرسل الرسالة، في حين أن المزاج الإيجابي الذي يتمتع به الفرد يؤثر على جودة وكفاءة عملية تلقي المعلومات، والقدرة على استخدام الحلول الإبداعية للمشكلات والتفكير المرن بل والتفكير الحذر، نظراً لأن الأفراد يعطوا مزيداً من الاهتمام لكل من المرسل وسياق الرسالة⁽¹⁹⁾، وترى بأن الحالة المزاجية الإيجابية تؤثر على درجة استثارة الأفراد للأخبار نتيجة لكثافة وقوة التغطية الإخبارية، وبالتالي إلى اليقظة والتنبه والحساسية

في تلقي المعلومات ونتيجة إلى ذلك تؤدي هذه الأشياء إلى قوة عملية التذكر لاحقاً (20).

من ثم نجد أن العلاقة بين المثيرات المادية والحالة المزاجية للفرد علاقة مركبة ولكن ليس بينهما تلازم جبري، فليس من الضروري أن يكون وسط الفرد ثري مادياً ليكون ثرياً نفسياً، خاصة عندما تفقد البيئة مفعولها كمثير مناسب لاستجابة مناسبة، ولو كانت البيئة غنية، ولكن لم تشكل مثيراً داخلية مناسباً أي لم تولد حالة من التوازن الداخلي، أو الأمن الداخلي النفسي للفرد، ولذا لا يمكن أن تحدث الاستجابة المناسبة، ولكي يتحقق الثراء النفسي الداخلي للفرد، يجب أن تتحقق استجابة متوازنة بين المثيرات الخارجية (البيئة)، وبين المثير أو المثيرات الداخلية النفسية للفرد، وحينما يحدث الاتزان والتوازن والاتفاق والتوافق بين هذه المثيرات سوف تحدث بالطبع استجابة أو استجابات غنية وثرية (21).

2. إمكانية استيعاب الرسالة Absorption Potential of a Media Message

تفترض النظرية بأن الفرد يمر بمجموعة من البروفات المعرفية في البيئة المحيطة به، تجعله يتكيف مع الأحداث سواء إيجابية أو سلبية، من ثم نجد أن الأفراد الذين لديهم حالة مزاجية سلبية أكثر قدرة على استيعاب المحتوى السلبي في الوسائل الإعلامية والتكيف معها، نظراً لسابق الخبرات السلبية التي مر بها الفرد من مخاوف وإحباط وحالات حزن (22).

ويمكن تفسير ذلك بأن الاستتارة المؤقتة لبعض المشاعر مثل الغضب والحزن والخوف ربما ساعدت الأفراد في تحقيق مستوى مرض من الإثارة الداخلية طالما ليس هناك أذى حقيقي يتعرض له الأشخاص الحقيقيون على الشاشة أو غيرها، وهذا الاستنتاج يشير إلى أن الأخبار السيئة الحقيقية تؤثر سلباً لأن الجمهور يعرف أن هناك أذى حقيقي يقع على الأشخاص الذين تتحدث عنهم الأخبار في وسائل الإعلام المختلفة (23).

وقد عضدت هذه النتيجة ما توصلت له نتائج دراسات كلا من جون فلتر، سيلفيا كرونيج John Velez , Silvia Knobloch (24) كريستن صرن Crystine A. Serrone (25) دولف زيلمان Dolf Zillmann (26) نولين هوكسيما Noelen

Hoeksema⁽²⁷⁾، والتي أشارت بأن الأفراد الذين لديهم حالة مزاجية سلبية يسعون إلى المحتوى السلبي بالتالي تدعم الحالة النفسية الحزينة لديهم ، كما تؤكد على أن التشابه بين الحالة المزاجية السلبية والرسالة الإعلامية تؤثر على اكتساب السلوك العدواني، فالأشخاص الذين لديهم حالة من الإحباط يتعرضون دائماً للمحتوى الأقل استناره ومن ثم يغلب عليهم المزاج السلبي، فهي ترى أن التشابه يمكن أن يكون في الحالة الإيجابية والحالة السلبية أيضاً وليست قاصرة على الأخبار الإيجابية فقط ، وهذا يتوقف ذلك على درجة وقوه الاستيعاب.

ويمكن تفسير تلك النتائج المتعلقة بالعلاقة الارتباطية بين التعرض للمحتوى السلبي والحالة المزاجية للأفراد، بما يطلق عليه عقيدة التنفيس Catharsis Doctrine فالسلوك العدواني يستلزم وجود الإحباط الذي يقود إلى شكل من أشكال العدوان، فعندما يعاق الفرد عن تحقيق أهدافه فأن ذلك يقوده إلى استثارة الدافع العدواني لديه تماماً كما يحدث بالنسبة للحالات الدافعية الأخرى، فالحالة المزاجية السلبية قد تدفع الفرد إلى التعرض للمحتوى السلبي كنوع من إزاحة العدوان إلى أهداف بديلة تتمثل في تعرضه للمحتوى السلبي المقدم مما يجعلهم أقل عدوانية في مواقف الحياة العادية⁽²⁸⁾.

كما تؤكد دراسة عبد الله الحقييل⁽²⁹⁾ بأن كثافة تأثير المادة الإعلامية الحزينة قد لا تساعد في التخلص من مشاعر الحزن بسرعه لعمقها وتأصلها، فربما يعيش الإنسان بعد مشاهدة مادة حزينة لحظات "انعقاد" أي لحظات التخلص من مرحلة الحزن والعودة إلى الحالة الطبيعية، وهي لحظات قد لا يكون فيها مجال للتفكير في المحتوى الإعلامي المقدم، فربما صارت مشاعر الحزن أفسى وأعمق وبالتالي أكثر إعاقة للتأثير. أما الحالة المزاجية المرغوبة أو المحببة فهي لا تتناقض مع طبيعة المحتوى الإعلامي المرح والسعيد والمتفائل بل أن التعرض لهذا المحتوى المحبب امتداد للحالة السعيدة وقد يكون التركيز معها في الواقع جزء من عملية يقوم بها المتلقي لإطالة أمد هذه الحالة.

ووفقاً لهذا الاتجاه لم يعد لمفهوم التعرض الانتقائي بريق قوي، ذلك أن الفرد في كثير من الأحيان لا يستطيع أن يحدد مسبقاً ما اذا كانت الرسالة مؤيدة له أم معارضة، ولا يعرف ذلك إلا بعد أن يتم التعرض فعلياً، حتى لو عرف المتلقي

أن الرسالة التي يتعرض لها معارضة لآرائه واتجاهاته، فهذا لا يعني بالضرورة أنه سوف يتجنبها فالرسالة إذا تضمنت إثباتات تفوق التنافر الذي تجلبه ، أو الشعور غير المريح الذي تحدثه لن يتم تجنبها⁽³⁰⁾ .

3. التشابه الدلالي Semantic Affinity:

هناك بعد آخر اضافته كلاً من Dolf Zillmann وهو المتعلق بالتشابه بين الحالة المزاجية والرسالة حيث تقترض أن الأفراد الذين لديهم حالة مزاجية سلبية يتجنبوا التعرض للرسائل التي قد تزيد من تلك الحالة السلبية، في حين أن الأفراد أصحاب المزاج الإيجابي يسعون للتعرض للمحتوى المحبب والممتع الذي يعزز من تلك الحالة⁽³¹⁾، وهي بذلك تتسق مع الفرضية الرئيسية أيضاً لنظرية التنافر المعرفي بأن الأفراد يميلون للتعرض للرسائل الإعلامية التي تدعم آرائهم ومعتقداتهم ويتجنبوا تلك التي تخلفها خاصة في المواقف المعرفية المجهدة والصعبة ، سواء كان ذلك في الحالة المزاجية الإيجابية أو السلبية⁽³²⁾

4. تكافؤ المتعة من الرسائل الإعلامية The Hedonic Valence of Media Messages:

وقد بنيت النظرية على فرضية التعرض الانتقائي، أي أن الجماهير سوف تلتصق بالمعلومات والخبرات التي تتفق مع مشاعرهم ومعتقداتهم وتتجنب تلك التي تتعارض معها⁽³³⁾ حيث يميل الأفراد إلى تقليل المزاجية السلبية وتعظيم المزاج الإيجابي⁽³⁴⁾ فهي ترى أن الإنسان ليس سلبياً تجاه ما يتلقى من معلومات، وإنما يتفاعل معها إيجابياً أو سلبياً وفق ظروفه الخاصة، فالحالة المزاجية تجعل الفرد في حالة نفسية ينتقى معلوماته انتقاءً دقيقاً يناسب حالة التي هو فيها، وذلك يقوده إلى تجنب كل ما من شأنه تعكير صفو حالته الإيجابية التي يتمتع لها، ويتمثل ذلك في تفسير المشاهد وفي طلب المعلومات الإيجابية، وإغفال أو تجنب الحالة السلبية، حتى لو أدى ذلك كونه غير موضوعي، وهو ما يطلق عليه قيمة المتعة الإيجابية⁽³⁵⁾ .

وتقترض النظرية بأن السلوك البشري يحكمه مبدآن أساسيان؛ المتعة hedonic والحاجة إلى التوازن homeostasis فالأفراد لديهم ميول فطرية لزيادة مشاعر السرور وأيضاً لتقليل مشاعر الألم للشعور بالراحة، ولذا يحاولوا ترتيب بيئاتهم للعمل على زيادة المنبهات الإيجابية، وتخفيض وإبعاد المنبهات التي يدركها على أنها

مهده له، ويتوقف ذلك على المحاولات التي يبذلها الفرد لإعادة اتزانه النفسي والتكيف مع الأحداث التي ادرك تهديداتها الآنية والمستقبلية ، وهو ما يحقق لدية مبدأ المتعة (36) .

ويؤكد بنجامين جونسون ، وسيلفيا كرونباخ ، Benjamin K. Johnson ، Silvia Knobloch عندما يكون الأشخاص في مزاج سلبي فإنهم سرعان ما يبدؤون في إظهار اهتمام أكبر بمن هم أقل جاذبية وأقل نجاحاً على شبكات التواصل الاجتماعي، كما يؤكدوا بأن الأشخاص الذين يقضون وقتاً كبيراً على تلك الشبكات يميلون لأن يكونوا أكثر إحباطا وغضبا ووحدة في أغلب الظن بسبب جميع التحديثات السعيدة من الأصدقاء التي تجعلهم يشعرون بالنقص، وللشعور بالثقة بالنفس يذهب إلى مطالعة الأشخاص الأسوأ منه (37) .

وتشير سيلفيا كرونباخ Silvia Knobloch بأن الإنسان لدية نوعان من المتعة الإيجابية والسلبية، وتؤكد بأن حالات المتعة السلبية لها تقمص دلالي ضعيف أو منعدم مع الحالات المزاجية السائدة بخلاف حالات المتعة الإيجابية، ويمكن تحقيق المتعة عن طريق التعرض الانتقائي للمواد؛ المتضادة والمثيرة للحالات المزاجية السائدة والمعززة بفعل التجارب المؤلمة (Hypoer) ، وأيضا للمواد التي تحقق المتعة الإيجابية والتي تفوق الحالة المزاجية السائدة (38) .

رابعاً- مراجعة الدراسات السابقة:

يتناول هذا الجانب عرضاً للدراسات والبحوث السابقة العربية والأجنبية الأكثر ارتباطاً بمتغيرات الدراسة، ونظراً لأن الدراسة الحالية تستهدف التعرف على العلاقة بين التعرض للمحتوى السياسي بمواقع الصحف والقنوات الفضائية والمزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، قام الباحثان بمسح التراث العربي والأجنبي للتعرف على أبرز الدراسات المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية، بهدف الاستفادة منها للوقوف على أبعاد المشكلة البحثية وأيضاً في وضع الإطار المنهجي للدراسة وتحديد إجراءاتها واختيار العينة وتفسير النتائج، مع مراعاة الدمج بين الدراسات العربية والأجنبية وترتيبها زمنياً من الأقدم إلى الأحدث.

استهدفت دراسة جريج الان بويسجي 1993 Greg Alan Boiarsky التعرف تأثير التجارب النفسية السيئة مثل الشعور بالعزلة وبعدم الكفاءة في تحديد

أنماط مشاهدة الأفراد للتلفزيون ، وردود أفعالهم نحو القوالب المستخدمة ، وذلك بالتطبيق على فرضيات نظرية إدارة الحالة المزاجية. وقد أكدت نتائج الدراسة أن الأفراد المكتئبين وغير المكتئبين يفضلون المادة الإيجابية أكثر من السلبية ، وهو ما يتفق مع فرضية النظرية الرئيسة "شيوخ المتعة" ، كما أشارت نتائج الدراسة بأن تعبير المبحوثين عن شعورهم بحالتهم النفسية بعد مشاهدة الأفلام واحدة ، إلا أن المكتئبين الذين عبروا عن شعورهم بالعزلة الاجتماعية أظهروا ميلا للبرامج التي تؤدي إلى مزيد من التفاعل الاجتماعي مثل التوك شو والدراما⁽³⁹⁾.

كما استهدفت دراسة سيلفيا كنوبلوج & سكوت ألتير 2006 Silvia Knobloch Scott Alter & التعرف على الفروق بين الجنسين (الذكور/الإناث) فيما يتعلق تقضيلات المحتوى السلبي المتاح عبر وسائل الإعلام ، حيث افترضت أن المحتوى السلبي سيعزز من النواحي العدوانية لدى الذكور بخلاف الإناث ، الذي من المتوقع تعرضهن للمحتوى الذي يخفف من تأثير الحالات المزاجية السلبية لديهن. وقد توصلت الدراسة إلى أن الذكور يقضون معظم وقتهم في الأخبار السلبية التي تدعم الغضب والتي تقنعهم بوجهة نظرهم ، أما الإناث فيحاولن أن يتفادين الظروف بالتركيز على الجوانب الإيجابية وخلق عالم يدعم الإيجابية ويخلصهم من المشاعر السلبية ، كما أشارت نتائج الدراسة بأن كبار في السن يشعرون بمزيد من الثقة بالنفس، كلما أمضوا وقتاً أطول يسمعون أخباراً سلبية عن الشباب أما الشباب فلم يظهروا اهتماماً خاصاً لسماع قصص عن الأكبر منهم سناً، أو أي قصص سلبية عن أي مجموعة ، وهو ما يشير إلى صحة فرضية استيعاب الرسالة والتكيف مع ما هو مقدم في الوسيلة الإعلامية بغض النظر عن اتجاه سواء سلبي أو إيجابي⁽⁴⁰⁾

وقد أثبتت دراسة يوليا ستريكنوفا ومارينا كرمير 2007 Yuliya Strizhakova , Marina Krcmar صحة فرضية التشابه الدلالي بين الحالة المزاجية واختيارات الأفراد لمحتوى وسائل الإعلام ، والتي تم تطبيقها على 242 مفردة من رواد متاجر أفلام الفيديو مقسمين ما بين ذكور وإناث. حيث أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن الأفراد الذين شعروا بالغضب والملل والحزن اختاروا مشاهدة الأعمال الدرامية وأفلام الرعب ، وتجنبوا مشاهدة الأعمال الكوميديية ، والذين شعروا بالهدوء اهتموا بالأفلام الكوميديية، وأولئك الذين شعروا بالحيوية اختاروا أفلام الحركة وتجنبوا تجنب الأعمال الدرامية المتعلقة بالجريمة ، وهذا ما يؤكد على فرضية التشابه

الدلالية بين الحالة المزاجية للأفراد واختياراتهم للمحتوى الذي يتلاءم مع الحالة المزاجية لديهم (41).

وفي سياق دراسة تأثيرات الألعاب الإلكترونية على الحالة المزاجية لدى الأفراد، جاءت دراسة **ينج ريك بارك 2008 YOUNG RAK PARK** للتعرف على تأثير تفاعل الأفراد مع ألعاب الفيديو على تنظيم الحالة المزاجية لديهم ، واختبرت الدراسة أحد فرضيات نظرية إدارة المزاج وهي شيوع المتعة والتي ترى بأن الأفراد يتعرضوا لوسائل الإعلام من أجل تعزيز الحالة المزاجية الإيجابية والتخلص من الحالة المزاجية السلبية. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها نجاح ألعاب الفيديو في تغيير المزاج بخاصة لأصحاب المزاج السلبي والذي أثرت عليهم في تعديل حالاتهم المزاجية السلبية أكثر من أصحاب المزاج الإيجابي والتي لم تعزز تلك الحالة بشكل إيجابي (42)

وبالمثل جاءت دراسة **مارك ملجا 2008 Mark Mulligan** للتعرف على تأثيرات الألعاب الإلكترونية على الحالة المزاجية الإيجابية والسلبية، وأكدت على بأن اختيارات الأفراد للألعاب تؤثر في تعديل الحالة المزاجية السلبية وتعمل على المحافظة على الحالة المزاجية الإيجابية (43).

واختبرت دراسة **فرانثيسكا. ديلمان كاربنتيير وزملاءها 2009 Francesca R. Dillman Carpentier et al** تأثير الحالة المزاجية قبل وأثناء وبعد استخدام المراهقين للوسائل الإعلامية وذلك لاستكشاف تأثير المحتوى المقدم بوسائل الإعلام على الحالة المزاجية لديهم ، وتأثير الحالة المزاجية على اختيارات المراهقين لطبيعة المحتوى المقدم في وسائل الإعلام انطلاقاً من فرضية احتمالية الاستثارة للمحتوى، وشيوع المتعة ، وذلك من أجل الحفاظ على الحالة المزاجية الإيجابية والعمل على تحسين الحالة المزاجية السلبية، وقد حاولت الدراسة التعرف على طبيعة تأثير تلك الحالة في اختيار نوعية المحتوى، وتأثير هذا المحتوى على طبيعة لحالة المزاجية. وقد أكدت نتائج الدراسة على أن استخدام وسائل الإعلام في حد ذاته لا يؤثر على الحالة المزاجية الإيجابية أو السلبية وإنما يتوقف ذلك على طبيعة الحالة المزاجية قبل التعرض للمحتوى الإعلامي، فالمرهقون الذين لديهم حالة مزاجية إيجابية تعرضوا للمحتوى الإعلامي الإيجابي الذي حافظ على تلك الحالة من أجل تحقيق

المتعة كما أشارت النتائج على عدم وجود علاقة بين مستويات المزاج السلبية ونوعية الوسيلة الإعلامية المستخدمة، كما أكدت النتائج بأن الحالة المزاجية السلبية لدى المراهقين عينة الدراسة لم تدفعهم تلك الحالة للتعرض للمحتوى الإعلامي الإيجابي (المحبب والممتع) من أجل تعديل الحالة المزاجية للأفضل، مما يختلف مع فرضية أن الحالة المزاجية السلبية تدفع الأفراد لتعديل تلك الحالة عن طريق التعرض للمحتوى المرغوب والمحبيب (44).

وسعت دراسة **نشوى عقل 2009** إلى استكشاف العلاقة بين التعرض لبرامج التوك شو ومستوى الإحباط الاجتماعي الجمعي لدى المشاهدين، ومظاهر هذا الإحباط التي تتمثل في شيوع حالة من التبدل والاستسلام لكل ما هو سلبي بسبب تكراره بشكل يومي مكثف، وكذلك انعدام الثقة في مؤسسات المجتمع وعدم الشعور بالأمان، وحاولت البحث فيما إذا كانت معالجة برامج التوك شو لسلبيات المجتمع تمثل عاملاً جزئياً في إثارة الإحباط لدى المشاهدين، أم أن هذه البرامج تعكس حالة من الإحباط الموجود بالفعل في المجتمع وبالتالي تصبح نوعاً من التنفيس عن ذلك الإحباط. واتضح من نتائج الدراسة وجود علاقة عكسية بين معدل التعرض لبرامج التوك شو، ومستوى الإحباط الاجتماعي لدى المشاهدين، أي أن زيادة التعرض تؤدي إلى تخفيف الشعور بالإحباط، وكأن متابعة برامج التوك شو بمثابة ميكانيزم دفاعي للتنفيس عن إحباط المجتمع، وهو ما يتسق مع فرضية نظرية إدارة المزاج، كما أتضح أن تلك العلاقة تتأثر بعدة عوامل وسيطة هي الاستعداد الشخصي للإحباط لدى - اتجاهات المشاهدين نحو تلك البرامج - مستوى مصداقة تلك البرامج تلك بالإضافة إلى العوامل الديمجرافية للمبحوثين (45).

وجاءت دراسة **ايمن منصور ندا 2010** للتعرف على طبيعة العلاقة بين التعرض لنوعيات مختلفة من الأخبار (السلبية - الإيجابية - العادية) وطبيعة الحالة المزاجية العامة للجمهور، ودرجة شعوره بالسعادة أو بالشقاء، ودرجة شعوره بالرضا أو بالسخط العام، إضافة إلى قياس العوامل والمتغيرات المحددة لطبيعة هذه العلاقة والمؤثرة في مسارها، ولتحقيق ذلك استخدمت الدراسة أحد التصميمات شبه التجريبية **Quasi- Experimental Designs**، وهو التجريب الميداني **Filed Experimental Design** وذلك لاختبار طبيعة العلاقة السببية بين المتغيرين. وقد أكدت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام قد تكون هي المتغير المستقل (أحياناً) في

علاقتها بالمزاج العام ، فهي تؤثر على هذا المزاج وتغيره على النحو الذي يتوافق مع طبيعة المضامين التي يتم عرضها، وهي في ذلك تتفق مع باحثى الاتجاه الذي يرى بأن وسائل الإعلام هي المتغير المستقل في هذه العلاقة وليست المتغير التابع، من ثم فإن التعرض لنوعيات معينة من البرامج والمضامين يؤدي إلى تكوين اتجاهات وتقييمات إيجابية وسلبية معينة لدى الجمهور المستقبل لهذه التغطية، ويؤثر على حالتهم المزاجية العامة (46).

وسعت دراسة عبد الله الحقييل 2011 إلى اختبار تأثير الحالة المزاجية التي تحدثها المادة الإعلامية السابقة للإعلان على فاعلية الإعلان في التأثير على رأي الجمهور تجاه الإعلان، وتصور مدى قوة تأثيره، وتذكر معلوماته ونية شراء السلع المعلن عنها ، واستخدم الباحث المنهج التجريبي لاختبار فرضياته عبر اختيار مادتين تلفزيونيتين إحداهما إيجابية (سعيدة) والأخرى سلبية (حزينة) ، كما اختار مجموعة من الإعلانات العاطفية والمعرفية ثم اختار مجموعة من المتطوعين عددهم 42 فرداً قسمهم إلى ثلاثة مجموعات، شاهدت المجموعة الأولى المادة السعيدة ثم أربعة إعلانات، والمجموعة الثانية شاهدت المادة الحزينة ثم أربع إعلانات في حين تعرضت المجموعة الضابطة للإعلانات. وقد أكدت نتائج الدراسة على أن الحالة المزاجية التي يتمتع بها الإنسان لحظة تلقيه معلوماته تؤثر في نوعية المعلومات ونوعية الفهم والتأثير ، يضاف إلى ذلك أن الإنسان لا يفصل بين المعلومة وعاطفتها ؛ أي بين المعلومة والعاطفة أو الحالة المزاجية التي غلفت بها ، وتؤكد نتائج الدراسة عدم تأثير الانغماس في المادة الإعلامية على كلا من تذكر معلومات الإعلانات المعرفية وتذكر معلومات الإعلانات العاطفية ، ونية شراء المنتجات والرأي في الإعلان. كما تشير نتائج الدراسة بأن المادة الإعلانية الحزينة لها تأثير سلبي على نوعية التلقي والفهم ونوعية المعلومات المستقاة ونوعية الاستجابة العاطفية والمعرفية فالإنسان لا يفصل بين المعلومة والعاطفة المحيطة بها والمغلفة فيها، ولا يفصل بين المعلومة وما سبقها أو جاورها من معلومات وحالات، وإنما ينظر إلى الأشياء بشمولية معرفية وعاطفية، وأن الحدود التي يوجد بها مبدعو الرسائل الإعلامية هي بالنسبة للجمهور حدود واهية أو على الأقل حدود لا تحول دون الخلط بين الرسائل في المعلومات والمشاعر والانطباعات التي تحدثها كل رسالة (47) .

ورصدت دراسة كريستن سيرن 2012 **Crystine A. Serrone** تأثير ألعاب الفيديو (العنيفة - غير العنيفة) على الحالة المزاجية لدى الذكور والإناث ، وقد تبنت الدراسة ثلاثة مداخل نظرية المزاج العام **Mood Management Theory** ، تخفيف المشاعر **The Catharsis Hypothesis** ، انتقال المشاعر **Excitation Transfer** من أجل معرفة هل الحالة الشعورية المتكونة لدى الأفراد تدفعهم لاختيار الألعاب التي تتوافق معها أو تسهم في تعديلها، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي ، بالتطبيق على عينة قوامها 156 مفردة من الذكور والإناث والتي تم إخضاعهم لمتغير تجريبي سابق عبارة عن مسابقة للفوز بهدايا من خلال بطاقات الائتمان لديهم ، لخلق حالة من الإحباط للأفراد الذين لم يوفقوا بالفوز ، وحاله من السعادة لمن فاز ، وتم تطبيق المقياس القبلي والبعدي لقياس درجة الإحباط والحالة المزاجية لديهم. وتوصلت الدراسة إلى عده نتائج من أبرزها عدم صحة الفروض النظرية فلم يكن لمتغير اللعب تأثير على تغير الحالة المزاجية لدى الأفراد ، كذلك لم تثبت فرضية التشابه الدلالي بين الحالة المزاجية ونوعية اللعب حيث اختار الأفراد الذين لديهم حالة من الإحباط والتوتر الألعاب الغير عنيفة بعكس الآخرين ، أكدت الدراسة أن الذكور أكثر استثاره وتفاعل مع الألعاب مقارنة بالإناث (48) .

وجاءت دراسة عائشة ظافر 2013 **Ayşe Zafer** للتعرف على تأثير مشاهدة البرنامج الغنائي **the voice** بالنسخة التركية على الحالة المزاجية لدى عينة من الشباب التركي ، وقد اختبرت الدراسة الفروض المتصلة بنظرية إدارة المزاج والمتعلقة بالتشابه الدلالي ، تعاضم الاستتارة ، إمكانية الاستيعاب ، وتكافؤ المتعة. وقد أكدت نتائج الدراسة الميدانية على ميل عينة الدراسة للتماهي مع المتسابقين والتعاطف معهم باعتبارهم مواهب حقيقية ، كما أكدت النتائج بأن عينة الدراسة تفرح لفرح المتسابقين وتحزن لحزنهم وهو ما يؤكد على فرضية التشابه الدلالي بين ما هو مقدم في الوسيلة الإعلامية والحالة المزاجية لدى الأفراد ، وفيما يتعلق باختبار فرضية تعاضم المثيرات أكدت نتائج الدراسة بأن عنصر المفاجأة له دور في تغير الحالة المزاجية سواء للإيجاب أو السلب ، كما لم تثبت صحة الفرضية بأن الأفراد يتعرضوا للمحتوى المقدم بالبرامج من أجل التخلص من المزاج السلبي ، مقابل انهم يتعرضوا لمشاهدة البرنامج من أجل المتعة شيوخ المتعة (49) .

واستهدفت دراسة بنجامين جونسون ، سيلفيا كرونباخ 2014 Benjamin K. Johnson , Silvia Knobloch التعرف على دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ، وقياس طبيعة العلاقة بين التعرض الانتقائي لمضامين شبكات التواصل الاجتماعي والحالة المزاجية لدى مستخدميها ، حيث تفترض الدراسة بأن الأفراد عندما يكونوا في حالة مزاجية سيئة يستخدموا مواقع شبكات التواصل الاجتماعي للبحث عن الأصدقاء الذين يتوافقون مع حالتهم الذهنية أو أسوأ منهم ، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها قدرها 168 مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. وتشير النتائج بأن الأفراد يستخدموا وسائل التواصل الاجتماعي لضبط المزاج لديهم ، وتؤكد بأن الأشخاص يميلون إلى قضاء وقت طويل على الصفحات الشخصية للأفراد الذين تم تقييمهم بأنهم ناجحون وجذابون ولديهم حالة مزاجية إيجابية ، مقابل المشاركين الذين لديهم حالة مزاجية سلبية قضا وقتاً أطول بشكل ملحوظ بالمقارنة مع الآخرين في تصفح الصفحات الشخصية للأفراد الذين تم تقييمهم بأنهم غير ناجحين وغير جذابين ، وذلك من أجل الشعور بانهم أفضل من غيرهم .

ولبحث دور الصحف الورقية في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو تيارات الإسلام السياسي جاءت دراسة عبد العزيز السيد (2015م) للتعرف على طبيعة العلاقة بين حجم ودرجة التعرض للصحف المصرية وانعكاساته على المزاج العام للجمهور ، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي من خلال التطبيق على عينة قوامها 400 مفردة من قراء الصحف المصرية. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة إحصائية بين التعرض للصحف المصرية وبين طبيعة المزاج العام والشخصي السائدين نحو تيارات الإسلام السياسي لدى عينة الجمهور المصري، وفقاً للفرضية الرئيسية الذي طرحها دolf zilman زلمان من قدرة وسائل الإعلام على إدارة المزاج، كما ساهمت الصحف في أن ينتج المزاج العام والشخصي نحو التوافق وبناء صورة سلبية لتلك التيارات لضمان استمرار تكيفهم الاجتماعي الشخصي والتكيف مع بيئتهم المحيطة. كما أشارت نتائج الدراسة إلى عدم تأثير المتغيرات الديمجرافية على حالة المزاج العام والشخصي، وعدم وجود علاقات إحصائية ذات تأثير نتيجة التعرض للصحف وبين تلك المتغيرات، وهو ما قد يعود بحكم السياق السياسي والمجتمعي العام للظاهرة الاتصالية⁽⁵⁰⁾.

التعليق على الدراسات السابقة :

من خلال العرض السابق لأبرز الدراسات السابقة وثيقة الصلة بموضوع الدراسة، يمكن أن نستخلص مجموعة من الملاحظات على النحو التالي:

- فيما يتعلق بهدف الدراسة والمتعلق بقياس المزاج العام انقسمت الدراسات السابقة في هذا الصدد إلي مجموعتين الأولى تنظر إلى الحالة المزاجية باعتبارها متغير تابع يتكون نتيجة تعرض الأفراد للمحتوى عبر وسائل الإعلام، أما الثانية تتعامل مع المزاج العام باعتباره متغير مستقل يؤثر في طريقة تعامل الأفراد مع المحتوى الإعلامي.
- تزايد اهتمام الدراسات الغربية بقياس الحالة المزاجية لدى الجمهور مقابل الدراسات العربية، ففي ضوء مسح غالبية التراث العربي لا توجد سوى أربع دراسات اهتمت بهذا المتغير وهي دراسة نشوى عقل، ودراسة ايمن منصور ندا، دراسة عبدالله الحقييل، دراسة عبد العزيز السيد.
- بحثت غالبية الدراسات السابقة في فروض نظرية الحالة المزاجية والمتعلقة باحتمالية الاستثارة للمحتوى، التشابه الدلالي، وشيوع المتعة، بالإضافة إلى إمكانية استيعاب المحتوى.
- اختلفت الدراسات في تناول المتغيرات المؤثرة في الحالة المزاجية لدي الجمهور ما بين التعرف على تأثير العاب الفيديو، والأغاني، والمحتوى الإعلامي، الإعلانات.
- تنوعت المناهج المستخدمة في قياس الحالة المزاجية ما بين المنهج التجريبي والمنهج المسحي.
- أكدت نتائج غالبية الدراسات على وجود علاقة بين المحتوى المتاح بالوسائل الإعلامية على الحالات المزاجية ، بالإضافة إلى تأثير الحالة المزاجية على طبيعة التعرض للمحتويات التي تتسق معها وفقاً لفرضية التشابه الدلالي وإمكانية استيعاب، حيث ترى بأن الحالة التي يتمتع بها الفرد قد يكون لها تأثير إيجابي على جودة أو كفاءة عملية تلقي المعلومات ، فالتأثير الإيجابي يؤدي إلى تغيير في عملية الوعي وتنظيم المعلومات في الذاكرة وتصنيفها ، فالمعلومة الجديدة مقرونة بالانطباق حولها

ستودع أو ستضاف الى المعلومة القديمة ، ومن ثم تعمل على تحديدها بطريقة تؤدي الى قوة الذاكرة وهو ما يتسق مع فرضية امكانية الاستيعاب.

• كما أكدت نتائج غالبية الدراسات السابقة التي تعاملت مع الحالة المزاجية كمتغير مستقل بأن وسائل الإعلام قد تكون هي المتغير المستقل (أحياناً) في علاقتها بالمزاج العام ، فهي تؤثر على هذا المزاج وتغيره على النحو الذي يتوافق مع طبيعة المضامين التي يتم عرضها وفقاً لفرضية التشابه الدلالي وإمكانية الاستثارة للمحتوى.

• تم الاستفادة من الدراسات السابقة في تعميق مشكلة الدراسة وبلورتها بشكل يمكن التعرف على تأثير المحتوى الإخباري المتاح عبر شبكات التواصل الاجتماعي، واختبار تأثير التعرض الانتقائي لنوعية المعلومات على الحالة المزاجية لدى الجمهور المصري والسعودي، بالإضافة إلى صياغة الفروض الخاصة بالدراسة، وتحديد بعض الجوانب التي أغفلتها الدراسات السابقة والبحث فيها.

خامساً- فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات تصفح الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الثاني: توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات تصفح الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات الإهتمام بمتابعة تلك القضايا في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الرابع: توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات

الإهتمام بمتابعة تلك القضايا في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الخامس: توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، والجنسية).

الفرض السادس: توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، والجنسية).

الفرض السابع: " توجد علاقة دالة إحصائياً بين مستويات الرضا العام لدي الجمهور عينة الدراسة تجاه قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات المزاج العام تجاه تلك القضايا " .

الفرض الثامن: " توجد علاقة دالة إحصائياً بين مستويات الرضا العام لدي الجمهور عينة الدراسة تجاه قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات المزاج الشخصي تجاه تلك القضايا " .

سابعاً- نوع الدراسة ومنهجها:

تعد الدراسة الحالية من الدراسات الوصفية، التي تهدف إلى تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها من دون التدخل في أسبابها أو التحكم فيها، كما تستهدف تقدير مرات تكرار حدوث ظاهرة معينة ومدى ارتباطها بظاهرة أو مجموعة إحدى من الظواهر ومن خلال ذلك سعت الدراسة الحالية إلى رصد وتحليل مدى تأثير المحتوى المتعلق بالقضايا محل الدراسة على الحالة المزاجية لدى الجمهور المصري والسعودي.

حيث تستخدم الدراسة منهج المسح بهدف مسح اتجاهات الجمهور المصري والسعودي نحو القضايا محل الدراسة من خلال دراسة الحالة المزاجية لديهم، ولدراسة العلاقة بين متغيرات الظاهرة وتحليلها وتحديد أبعادها وأهميتها في التأثير الكلي على الظاهرة موضوع الدراسة، وللتعرف على الفرق بين المزاج العام لدى الجمهور المصري والجمهور السعودي نحو طبيعة القضايا المثارة .

ثامناً- مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الحاليه في الجمهور المصري والسعودي من مستخدمي الصحف والقنوات الفضائية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وتعتبر العينة تمثيل للمجتمع الأصلي فهي جزء من المجتمع يضم عدد من أفراد المجتمع الأصلي يتم اختياره لأساليب علمية مختلفة، حيث تم سحب عينة عمدية من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من المصريين والسعوديين ذكوراً وإناثاً في مختلف الشرائح العمرية يتراوح عددها 400 مفردة بواقع 200 مفردة مصريين، 200 مفردة سعوديين.

تاسعاً- أدوات الدراسة:

نظراً لأن الدراسة الحالية من الدراسات الميدانية فقد اعتمدت على بناء مقاييس يدون فيها المبحوثون الاستجابات المرتبطة بمتغيرات البحث والتي تم توظيفها في أسئلة لجمع البيانات المطلوبة من مفردات العينة، وتمثلت المقاييس التي استخدمتها الدراسة فيما يلي:

مقياس التعرض الانتقائي للمحتوى الخبري المتعلق بقضايا الوطن العربي: تم قياس معدلات التعرض للمحتوى الخبري المتعلق بقضايا الوطن العربي من خلال ثلاثة أسئلة تضمنتها صحيفة الإستقصاء. وتم حساب المتوسطات لكل مبحوث، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين 3 : 11 درجة ، تم تقسيمه إلي ثلاث فئات تتمثل في (منخفض التعرض: أقل من 5 درجات، متوسط التعرض: من 6 : 8 درجات، كثيف التعرض: من 9 : 11 درجة)

مقياس المزاج العام: يتكون المقياس من ثمانى حالات شعورية يجيب المبحوثون عليها بطريقة ليكرت الثلاثية، التي تبدأ من أشعر بها بدرجة كبيرة، ثم أشعر بها بدرجة متوسطة، ثم أشعر بها بدرجة منخفضة، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما

بين 3 : 24 درجة، تم تقسيمه إلي ثلاث فئات تتمثل في (مزاج عام سلبي: من 3- 10، مزاج عام معتدل: من 11 : 17 درجات، مزاج عام ايجابي: من 18 : 24 درجة).

مقياس المزاج الشخصي: يتكون المقياس من ثلاث حالات شعورية يجيب المبحوثون عليها بطريقة ليكرت الثلاثية، التي تبدأ من موافق، ثم محايد، ثم معارض، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين 3 : 9 درجات، تم تقسيمه إلي ثلاث فئات تتمثل في (مزاج شخصي سلبي: من 3- 5، مزاج شخصي معتدل: من 6 : 7 درجات، مزاج شخصي ايجابي: من 8 : 9 درجة)

مقياس القلق من المستقبل: يتكون المقياس من ثلاث عبارات تمثل مستويات القلق يجيب المبحوثون عليها بطريقة ليكرت الثلاثية، التي تبدأ من موافق، ثم محايد، ثم معارض، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين 3 : 9 درجات، تم تقسيمه إلي ثلاث فئات تتمثل في (مستوي قلق منخفض: من 3- 5، مستوى قلق متوسط: من 6 : 7 درجات، مستوى قلق مرتفع: من 8 : 9 درجة)

مقياس الرضا العام: يتكون المقياس من ثلاث عبارات تمثل مستويات الرضا يجيب المبحوثون عليها بطريقة ليكرت الثلاثية، التي تبدأ من موافق، ثم محايد، ثم معارض، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين 3 : 9 درجات، تم تقسيمه إلي ثلاث فئات تتمثل في (مستوي رضا منخفض: من 3- 5، مستوى رضا متوسط: من 6 : 7 درجات، مستوى رضا مرتفع: من 8 : 9 درجة)

خطوات إعداد المقاييس وإجراءات الصدق والثبات :

أ : جمع المادة العلمية للمقياس من خلال الاطلاع على الأطر النظرية والدراسات السابقة الأجنبية والعربية المرتبطة بتأثير وسائل الاعلام على الحالة المزاجية لدى الجمهور مثل : دراسة جيف لوران وزملاءه Jeff Laurent et al 1999 (51) دراسة اندور لين وزملاءها Andrew M. Lane and Helen J. Lane ، 1999 (52) ودراسة يوليا ستريكنوفا ومارينا كرمير Yuliya Strizhakova ، 2007 (53) Marina Krcmar .

ب : صمم الباحثان نسخة مبدئية للمقياس حيث ترجم عبارات وأسئلة المقاييس المتعلقة ببعض الدراسات السابقة وتم إعادة صياغتها بالحذف والإضافة والتعديل بما يتلاءم مع دراستهما، كما تم اشتقاق وصياغة مفردات المقياس الأكثر تكراراً والتي استخدمت في الدراسات السابق ذكرها مما يعد مؤشراً أولياً على صدق المحتوى للمقياس الحالي.

صدق المقاييس المستخدمة وضبطها:

للتأكد من دلالات صدق محتوى المقياس المستخدمة تم عرض الاستمارة على مجموعه من المحكمين في دراسات الإعلام والاتصال⁽⁵⁴⁾، وقد طلب من كل منهم الإجابة على الأسئلة التالية: هل العبارات تقيس المقاييس المستخدمة وفقاً لموضوع وأهداف الدراسة؟ هل الصياغة العلمية واللغوية لمفردات المقياس مناسبة؟ هل أسئلة المقاييس مرتبطة بالأهداف الموضوعية للدراسة ومرتبطة بالمفاهيم العلمية والإجرائية التي تم وضعها؟ ما مدى شمولية المقاييس من حيث عدد الأسئلة وعدد البدائل لكل سؤال؟ وضع درجة ملاءمة العبارة من (1 - 5) على يسارها وجاءت نسبة الإتفاق بين المحكمين مرتفعة، حيث تم الأخذ بمعظم ملاحظاتهم قبل التطبيق.

عاشراً- المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم اللجوء الي المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة والتي تم معالجتها باستخدام الحاسب الآلي من خلال برنامج "Spss17": (التكرارات البسيطة والنسب المئوية ، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، واختبار تحليل التباين ذي البعد الواحد، والاختبارات البعدية والمعروف بـ L.S.D ، واختبار "ت" T.Test ، واختبار كا2، واختبار " Z .Test ").

الحادي عشر - النتائج العامة للدراسة:

أ) النتائج الدراسية الميدانية:

1. مستوى تصفح الجمهور للمضمون الإخباري بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (1)

مستوى تصفح الجمهور للمضمون الإخباري بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للجنسية

الإجمالي	متصفح مواقع الفضائيات الإخبارية				الإجمالي	متصفح مواقع الصحف				مستوى التصفح													
	الجمهور السعودي		الجمهور المصري			الجمهور السعودي		الجمهور المصري															
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك												
30.5	122	29	58	32	64	32.3	129	33.5	67	31	62	مرتفع											
52	208	50	100	54	108	54.8	219	55	110	54.5	109	متوسط											
17.5	70	21	42	14	28	13	52	11.5	23	14.5	29	منخفض											
100	400	100	200	100	200	100	400	100	200	100	200	الإجمالي											
درجة						قيمة كا ² = 3.403						درجة						قيمة كا ² = 0.891					
الحرية = 2						الحرية = 2						الحرية = 2						الحرية = 2					
الدالة =						مستوى المعنوية = 0.182						الدالة =						مستوى المعنوية = 0.641					
غير دالة						غير دالة						غير دالة						غير دالة					

يتضح من الجدول السابق:

- بالنسبة للصحف المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي: تشير النتائج إلى ارتفاع معدلات تصفح الجمهور المصري والسعودي للمضمون الإخباري بالصحف المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فجاء 32.3% منهم (مرتفعي التصفح)، وجاء 54.8% منهم (متوسطي التصفح)، بينما جاء 13% فقط منهم (مرتفعي التصفح). وبحساب قيمة كا² بلغت (0.891) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية الجمهور عينة الدراسة (المصري، والسعودي) ومستويات تصفحهم للمضمون الإخباري بالصحف المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- بالنسبة بالقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي: تشير النتائج إلي ارتفاع معدلات تصفح الجمهور المصري والسعودي للمضمون الإخباري بالقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فجاء 30.5% منهم (مرتفعي التصفح)، وجاء 52% منهم (متوسطي التصفح)، بينما جاء 17.5% فقط منهم (مرتفعي التصفح). وبحساب قيمة كاسبلغت (3.403) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية الجمهور عينة الدراسة (المصري، والسعودي) ومستويات تصفحهم للمضمون الإخباري بالقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

2. أهم مواقع التواصل الاجتماعي الاجتماعي التي يحرص الجمهور عينة الدراسة علي تصفح المضمون الخبري بها:

جدول (2)

أهم مواقع التواصل الاجتماعي الاجتماعي التي يحرص الجمهور عينة الدراسة علي تصفح المضمون الخبري بها وفقاً للجنسية

الدالة	Z	الإجمالي		السعودي		المصري		الجمهور المواقع
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير	1.688	78	312	74.5	149	81.5	163	فيس بوك Face book
0.01	2.447	67.3	269	73	146	61.5	123	تويتر Twitter
غير	1.634	60.5	242	64.5	129	56.5	113	انستجرام Instagram
غير	1.621	57.5	230	56	112	59	118	يوتيوب YouTube
غير	0.606	42.5	170	41	82	44	88	ماي سبيس My space
غير	1.638	39	156	35	70	43	86	جوجل بلس Google +
0.01	3.168	23.8	95	30.5	61	17	34	كيك keeks
		400		200		200		الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: تصدر (فيس بوك Facebook) مقدمة أهم مواقع التواصل الاجتماعي الاجتماعي التي يحرص الجمهور عينة الدراسة علي تصفح المضمون الخبري بها بنسبة 78%، ثم (تويتر Twitter) في المرتبة الثانية بنسبة 67.3%، ثم (انستجرام Instagram) في المرتبة الثالثة بنسبة 60.5%، ثم (يوتيوب YouTube) في المرتبة الرابعة بنسبة 57.5%، ثم (ماي سبيس My

space) في المرتبة الخامسة بنسبة 42.5%، وأخيراً (كيك keeks) بنسبة 23.8%.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائياً في النسب المئوية لإستجابات الجمهور عينة الدراسة حول مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص علي تصفح المضمون الخبري بها تبعاً للجنسية علي النحو الآتي :-

- يحرص الجمهور السعودي علي متابعة المضمون الخبري عبر (تويتر Twitter) بنسبة أكبر من الجمهور المصري (73%، 61.5%)، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة 2.447، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99% .

- يحرص الجمهور السعودي علي متابعة المضمون الخبري عبر (كيك keeks) بنسبة أكبر من الجمهور المصري (30.5%، 17%)، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة 3.168، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99% .

3. أهم المواقع الإلكترونية للصحف المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الجمهور عينة الدراسة على تصفح المضمون الخبري بها:

جدول (3)

أهم المواقع الإلكترونية للصحف المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الجمهور عينة الدراسة على تصفح المضمون الخبري بها وفقاً للجنسية

الدلالة	Z	الاجمالي		السعودي		المصري		الجمهور الصحف
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.001	6.914	46.5	186	36.5	73	56.5	113	اليوم السابع
0.001	17.951	41.75	167	65.5	131	18	36	سبق الإلكترونية
0.001	8.712	39.75	159	20	40	59.5	119	الأهرام المصرية
0.001	9.873	39	156	60.5	121	17.5	35	الرياض الإلكترونية
0.01	5.471	38.75	155	28.5	57	49	98	شبكة رصد الإخبارية
0.001	9.999	35	140	53.5	107	16.5	33	الوطن السعودي
0.001	7.888	30.5	122	15.5	31	45.5	91	الشروق المصرية
0.001	11.120	26	104	46.5	93	5.5	11	الونام السعودية
0.001	11.875	25	100	43.5	87	6.5	13	صحيفة الخليج
		400		200		200		الاجمالي

يتضح من الجدول السابق: تصدرت (اليوم السابع) مقدمة أهم المواقع الإلكترونية للصحف المتاحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي التي يحرص الجمهور عينة الدراسة على تصفح المضمون الخبري بها بنسبة 93%، ثم (سبق الإلكترونية) في المرتبة الثانية بنسبة 83.5%، ثم (الأهرام المصرية) في المرتبة الثالثة بنسبة 79.5%، ثم (الرياض الإلكترونية) في المرتبة الرابعة بنسبة 78%، ثم (شبكة رصد الإخبارية) في المرتبة الخامسة بنسبة 77.5%، وأخيراً (صحيفة الخليج) بنسبة 50%.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائياً في النسب المئوية لإستجابات الجمهور عينة الدراسة حول أهم المواقع الإلكترونية للصحف المتاحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي التي يحرص على تصفح المضمون الخبري بها تبعاً للجنسية علي النحو الآتي :-

- يحرص الجمهور المصري علي متابعة المضمون الخبري بموقع صحيفة (اليوم السابع) بنسبة أكبر من الجمهور السعودي (56.5%، 36.5%)، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة 6.914، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99.9% .

- يحرص الجمهور السعودي علي متابعة المضمون الخبري بموقع صحيفة (سبق الإلكترونية) بنسبة أكبر من الجمهور المصري (65.5%، 18%)، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة 17.951، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99.9% .

- يحرص الجمهور المصري علي متابعة المضمون الخبري بموقع صحيفة (الأهرام المصرية) بنسبة أكبر من الجمهور السعودي (59.5%، 20%)، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة 8.712، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99.9% .

- يحرص الجمهور السعودي علي متابعة المضمون الخبري بموقع صحيفة (الرياض الإلكترونية) بنسبة أكبر من الجمهور المصري (60.5%)، (17.5%)، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة 9.873، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99.9% .
- يحرص الجمهور المصري علي متابعة المضمون الخبري بموقع صحيفة (شبكة رصد الإخبارية) بنسبة أكبر من الجمهور السعودي (49%)، (28.5%)، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة 5.471، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99% .
- يحرص الجمهور السعودي علي متابعة المضمون الخبري بموقع صحيفة (الوطن السعودية) بنسبة أكبر من الجمهور المصري (53.5%)، (16.5%)، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة 9.999، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99.9% .
- يحرص الجمهور المصري علي متابعة المضمون الخبري بموقع صحيفة (الشروق المصرية) بنسبة أكبر من الجمهور السعودي (45.5%)، (15.5%)، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة 7.888، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99% .
- يحرص الجمهور السعودي علي متابعة المضمون الخبري بموقع صحيفة (الوئام السعودية) بنسبة أكبر من الجمهور المصري (46.5%)، (7.5%)، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة 11.120، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99.9% .
- يحرص الجمهور السعودي علي متابعة المضمون الخبري بموقع صحيفة (الخليج) بنسبة أكبر من الجمهور المصري (43.5%)، (6.5%)، والفارق

دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة 11.875، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99.9%

4. أهم المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي التي يحرص الجمهور عينة الدراسة على تصفح المضمون الخبري بها:

جدول (4)

أهم المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي التي يحرص الجمهور عينة الدراسة على تصفح المضمون الخبري بها وفقاً للجنسية

الدالة	Z	الاجمالي		السعودي		المصري		الجمهور القنوات
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير	1.641	54.7	219	56	112	53.5	107	العربية
غير	1.777	53.5	214	50.5	101	56.5	113	البي بي سي العربية الجزيرة
غير	1.847	49.5	198	47.5	95	51.5	103	الفرنسية. (France 24)
0.01	4.510	40.5	162	35.5	71	45.5	91	مصر الإخبارية
0.001	7.213	35.3	141	12	24	58.5	117	الإخبارية السعودية
0.001	7.660	31	124	48.5	97	13.5	27	روسيا اليوم
0.001	6.210	34	136	27.5	55	40.5	81	الحررة
غير	1.901	34.5	138	30.5	61	38.5	77	الاجمالي
		400		200		200		

يتضح من الجدول السابق: تصدرت (العربية) مقدمة أهم المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي التي يحرص الجمهور عينة الدراسة على تصفح المضمون الخبري بها بنسبة 54.7%، ثم (البي بي سي العربية) في المرتبة الثانية بنسبة 53.5%، ثم (الجزيرة) في المرتبة الثالثة بنسبة 49.5%، ثم (الفرنسية. (France 24)) في المرتبة الرابعة بنسبة 40.5%، ثم (مصر الإخبارية) في المرتبة الخامسة بنسبة 35.3%، وأخيراً (الحررة) بنسبة 34.5%.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائياً في النسب المئوية لإستجابات الجمهور عينة الدراسة حول أهم المواقع الإلكترونية للصحف المتاحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي التي يحرص على تصفح المضمون الخبري بها تبعاً للجنسية علي النحو الآتي:-

- يحرص الجمهور المصري علي متابعة المضمون الخبري بموقع قناة (الفرنسية. (France 24)) بنسبة أكبر من الجمهور السعودي (45.5%، 35.5%)، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة 4.510، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99.9% .
- يحرص الجمهور المصري علي متابعة المضمون الخبري بموقع قناة (مصر الإخبارية) بنسبة أكبر من الجمهور السعودي (58.5%، 12%)، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة 7.213، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99.9% .
- يحرص الجمهور السعودي علي متابعة المضمون الخبري بموقع قناة (الإخبارية السعودية) بنسبة أكبر من الجمهور المصري (48.5%، 13.5%)، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة 17.951، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99.9% .
- يحرص الجمهور المصري علي متابعة المضمون الخبري بموقع قناة (روسيا اليوم) بنسبة أكبر من الجمهور السعودي (40.5%، 27.5%)، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة 6.210، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99.9% .

5. مستويات اهتمام الجمهور عينة الدراسة بتصفح المضمون الخبري الذي يتعلق بقضايا الوطن العربي بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (5)

مستويات اهتمام الجمهور عينة الدراسة بتصفح المضمون الخبري الذي يتعلق

الدولة	ن	متصفح مواقع الفضائيات الإخبارية						متصفح مواقع الصحف						مستوي الإهتمام بقضايا الوطن العربي		
		الإجمالي		الجمهور السعودي		الجمهور المصري		الإجمالي		الجمهور السعودي		الجمهور المصري				
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
العنف في مصر	١٥٧,٥	٢٤,٥	٩٨	٣٢	٦٤	١٧	٣٤	٢٣,٥	٩٤	٢٩,٥	٥٩	١٧,٥	٣٥	٩١	٤٥,٥	٩١
		٤١	١٦٤	٤١	٨٢	٤١	٨٢	٤٦,٣	١٨٥	٤٧	٩٤	٤٥,٥	٩١	٤٥,٥	٩١	
		٣٤,٥	١٣٨	٢٧	٥٤	٤٢	٨٤	٣٠,٣	١٢١	٢٣,٥	٤٧	٣٧	٧٤	٣٧	٧٤	
الأزمة السورية	٤,٥٤٠	٤٣,٧	١٧٥	٤٨	٩٦	٣٩,٥	٧٩	٤٠,٥	١٦٢	٧٣	٨٦	٣٨	٧٦	٣٨,٨	١٥٥	
		٣٦	١٤٤	٣١	٦٢	٤١	٨٢	٣٨,٨	١٥٥	٣٥,٥	٧١	٤٢	٨٤	٣٨,٨	١٥٥	
		٢٠,٣	٨١	٢١	٤٢	١٩,٥	٣٩	٢٠,٨	٨٣	٢١,٥	٤٣	٢٠	٤٠	٢٠,٨	٨٣	
الأوضاع التونسية	١١٣,٣٥٩	١٨	٧٢	٢٠	٤٠	١٦	٣٢	١٩,٥	٧٨	٢١,٥	٤٣	١٧,٥	٣٥	٥٨,٥	٢٣٤	
		٥٨,٥	٢٣٤	٥٦	١١٢	٦١	١٢٢	٥٤,٥	٢١٨	٥٢	١٠٤	٥٧	١١٤	٥٤,٥	٢١٨	
		٢٣,٥	٩٤	٢٤	٤٨	٢٣	٤٦	٢٦	١٠٤	٢٦,٥	٥٣	٢٥,٥	٥١	٢٦	١٠٤	
الأوضاع اليمنية	٥,٠٠٣	٤٤	١٧٦	٤٨,٥	٩٧	٣٩,٥	٧٩	٤٣	١٧٢	٤٩	٩٨	٣٧	٧٤	٣٨,٨	١٥٥	
		٤٠	١٦٠	٣٩	٧٨	٤١	٨٢	٣٨,٨	١٥٥	٣٦,٥	٧٣	٤١	٨٢	٣٨,٨	١٥٥	
		١٦	٦٤	١٢,٥	٢٥	١٩,٥	٣٩	١٨,٣	٧٣	١٤,٥	٢٩	٢٢	٤٤	١٨,٣	٧٣	
القضية الفلسطينية	١,١١٣	٢٧,٣	١٠٩	٢٥	٥٠	٢٩,٥	٥٩	٤١,٨	١٦٧	٤١,٥	٨٣	٤٢	٨٤	٣٣,٥	١٣٤	
		٥٤,٨	٢١٩	٥٧	١١٤	٥٢,٥	١٠٥	٣٣,٥	١٣٤	٣٦,٥	٧٣	٣٠,٥	٦١	٣٣,٥	١٣٤	
		١٨	٧٢	١٨	٣٦	١٨	٣٦	٢٤,٨	٩٩	٢٢	٤٤	٢٧,٥	٥٥	٢٤,٨	٩٩	
الأزمة الليبية	١,١٧٠	٣٠,٣	١٢١	٢٩,٥	٥٩	٣١	٦٢	٢٨,٣	١١٣	٢٧	٥٤	٢٩,٥	٥٩	٤٨,٨	١٩٥	
		٤٧	١٨٨	٤٨	٩٦	٤٦	٩٢	٤٨,٨	١٩٥	٥٠,٥	١٠١	٤٧	٩٤	٤٨,٨	١٩٥	
		٢٢,٨	٩١	٢٢,٥	٤٥	٢٣	٤٦	٢٣	٩٢	٢٢,٥	٤٥	٢٣,٥	٤٧	٢٢,٨	٩١	
تنظيم داعش	٢٨,٤٤٩	٢٩	١١٦	٤٠,٥	٨١	١٧,٥	٣٥	٢٦	١٠٤	٣٧,٥	٧٥	١٤,٥	٢٩	٣٧	١٤٨	
		٣٤	١٣٦	٣٢	٦٤	٣٦	٧٢	٣٧	١٤٨	٣٥	٧٠	٣٩	٧٨	٣٧	١٤٨	
		٣٧	١٤٨	٢٧,٥	٥٥	٤٦,٥	٩٣	٣٧	١٤٨	٢٧,٥	٥٥	٤٦,٥	٩٣	٣٧	١٤٨	
-	-	٤٠٠	٢٠٠	٢٠٠	-	٤٠٠	٢٠٠	٢٠٠	٤٠٠	٢٠٠	٢٠٠	٤٠٠	٢٠٠	٢٠٠	٤٠٠	

بقضايا الوطن العربي بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للجنسية

يتضح من الجدول السابق:

بالنسبة لمتصفح مواقع الصحف المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي: تشير النتائج إلى ارتفاع معدلات اهتمام الجمهور المصري والسعودي بتصفح المضمون الخبري الذي يتعلق بقضايا الوطن العربي وتباين هذا الإهتمام ما بين مستوى اهتمام مرتفع ومتوسط ومنخفض ويمكن توضيح ذلك كما يلي:

- حظيت قضية العنف في مصر باهتمام مرتفع لدي الجمهور المصري عن نظيره السعودي؛ فبحساب قيمة كا2 بلغت (12.201) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة دالة إحصائياً. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية الجمهور عينة الدراسة (المصري، والسعودي) ومستويات تصفحهم للمضمون الإخباري الذي يتعلق بتلك القضية كما تناولتها الصحف المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- وحظيت قضية الأوضاع اليمينية باهتمام مرتفع لدي الجمهور المصري عن نظيره السعودي؛ فبحساب قيمة كا2 بلغت (6.945) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة دالة إحصائياً. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية الجمهور عينة الدراسة (المصري، والسعودي) ومستويات تصفحهم للمضمون الإخباري الذي يتعلق بتلك القضية كما تناولتها الصحف المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- كما حظيت قضية تنظيم داعش باهتمام مرتفع لدي الجمهور السعودي عن نظيره المصري؛ فبحساب قيمة كا2 بلغت (30.535) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة دالة إحصائياً. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية الجمهور عينة الدراسة (المصري، والسعودي) ومستويات تصفحهم للمضمون الإخباري الذي يتعلق بتلك القضية كما تناولتها الصحف المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

بالنسبة لمتصفح مواقع القنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع

التواصل الاجتماعي: تشير النتائج إلي ارتفاع معدلات اهتمام الجمهور المصري والسعودي بتصفح المضمون الخبري الذي يتعلق بقضايا الوطن العربي وتباين هذا الإهتمام ما بين مستوي اهتمام مرتفع ومتوسط ومنخفض ويمكن توضيح ذلك كما يلي:

- حظيت قضية العنف في مصر باهتمام مرتفع لدي الجمهور المصري عن نظيره السعودي؛ فبحساب قيمة كا2 بلغت (15.705) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة دالة إحصائياً. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية الجمهور عينة الدراسة (المصري، والسعودي) ومستويات تصفحهم

للمضمون الإخباري الذي يتعلق بتلك القضية كما تناولتها مواقع القنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- كما حظيت قضية تنظيم داعش باهتمام مرتفع لدي الجمهور السعودي عن نظيره المصري؛ فحساب قيمة كاي بلغت (28.469) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة دالة إحصائياً. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية الجمهور عينة الدراسة (المصري، والسعودي) ومستويات تصفحهم للمضمون الإخباري الذي يتعلق بتلك القضية كما تناولتها مواقع القنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

أهم الأحداث التي تتعلق بأحداث العنف في مصر التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (6)

أهم الأحداث التي تتعلق بأحداث العنف في مصر التي تصفحها الجمهور عينة

الدالة	Z	الإجمالي		السعودي		المصري		الجمهور	الأحداث
		%	ك	%	ك	%	ك		
٠.٠١	٤.٠١٢	٦٤	٢٥٦	٥٢.٥	١٠٥	٧٥.٥	١٥١	الهجمات الإرهابية في سيناء	
٠.٠١	٣.٩٩٩	٦٣.٥	٢٥٤	٥٣.٥	١٠٧	٧٣.٥	١٤٧	التفجيرات اليومية في معظم المحافظات المصرية	
٠.٠٥	٢.٠١١	٥٩.٣	٢٣٧	٥٦.٥	١١٣	٦٢	١٢٤	مشروع قناة السويس	
٠.٠٥	٢.٤٣١	٥٦.٣	٢٢٥	٥٠	١٠٠	٦٢.٥	١٢٥	الدعوة لمصالحات سياسية	
٠.٠١	٣.٨٧١	٥٤.٥	٢١٨	٤٥.٥	٩١	٦٣.٥	١٢٧	تظاهرات جماعة الإخوان المسلمون	
٠.٠٥	٢.٠٠١	٥٢.٥	٢١٠	٤٩.٥	٩٩	٥٥.٥	١١١	التظاهرات الجامعية	
٠.٠١	٣.٦٥٤	٥٢	٢٠٨	٤٥.٥	٩١	٥٨.٥	١١٧	أحداث الانتخابات البرلمانية المقبلة ٢٠١٥.	
٠.٠٠١	٤.٩٩٩	٥١	٢٠٤	٤١.٥	٨٣	٦٠.٥	١٢١	دور الأزهر الشريف في أحداث العنف السياسي	
٠.٠١	٣.٩٧٨	٥٠	٢٠٠	٤٣.٥	٨٧	٥٦.٥	١١٣	التدخلات الخارجية في الأحداث السياسية المصرية	
غير دالة	١.٩١١	٤٨.٥	١٩٤	٤٦.٥	٩٣	٥٠.٥	١٠١	صراع تيارات الإسلام السياسي	
٠.٠٠١	٥.٢١٤	٤٥.٥	١٨٢	٣٦.٥	٧٣	٥٤.٥	١٠٩	دور المؤسسة العسكرية في تحقيق الاستقرار المجتمعي	
٠.٠٠١	٥.٢٦٩	٤٤.٣	١٧٧	٣٢	٦٤	٥٦.٥	١١٣	القضاء المصري ومحكمة القرن.	
٠.٠٠١	٦.٧١٢	٤٢.٧	١٧١	٢٧.٥	٥٥	٥٨	١١٦	الخوف من عودة رموز النظام السابق للعملية السياسية	
٠.٠٠١	٦.٨٧١	٤٢	١٦٨	٣٠.٥	٦١	٥٣.٥	١٠٧	حالة المشاركة السياسية لدى المواطن المصري	
		٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠		الإجمالي	

الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للجنسية

يتضح من الجدول السابق: تصدرت (الهجمات الإرهابية في سيناء) مقدمة أهم الأحداث التي تتعلق بأحداث العنف في مصر التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 64%، ثم (التفجيرات اليومية في معظم المحافظات المصرية) في المرتبة الثانية بنسبة 63.5%، ثم (مشروع قناة السويس) في المرتبة الثالثة بنسبة 59.3%، ثم (الدعوة لمصالحات سياسية) في المرتبة الرابعة بنسبة 56.3%، ثم (تظاهرات جماعة الإخوان المسلمون) في المرتبة الخامسة بنسبة 54.5%، وأخيراً (حالة المشاركة السياسية لدى المواطن المصري) بنسبة 42%.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائياً في النسب المئوية لإستجابات الجمهور عينة الدراسة حول أهم الأحداث التي تتعلق بأحداث العنف في مصر التي تصفحها بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للجنسية، حيث بلغت قيمة z المحسوبة قيماً أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%، فيما عدا (صراع تيارات الإسلام السياسي) حيث يحرص الجمهور المصري علي متابعتها بنسبة أكبر من الجمهور السعودي (50.5%، 46.5%)، والفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة 1.911، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

6. أهم الأحداث التي تتعلق بالأزمة السورية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (7)

أهم الأحداث التي تتعلق بالأزمة السورية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة

الدالة	Z	الإجمالي		السعودي		المصري		الجمهور	الأحداث
		%	ك	%	ك	%	ك		
غير دالة	١.٧٧٨	٥٨.٥	٢٣٤	٥٥.٥	١١١	٦١.٥	١٢٣	فشل المجتمع الدولي في التعامل مع الأزمة	
غير دالة	١.٤٥٧	٥٨	٢٣٢	٥٦.٥	١١٣	٥٩.٥	١١٩	محاولة تشكيل حكومة توافقية	
٠.٠١	٢.٩٨٧	٥٦	٢٢٤	٥١.٥	١٠٣	٦٠.٥	١٢١	الحكومة التوافقية في سوريا	
غير دالة	١.٤٧١	٥٤	٢١٦	٥١	١٠٢	٥٧	١١٤	اللاجئين السوريين في الأردن	
٠.٠١	٢.٨٧٦	٥٣.٥	٢١٤	٤٨.٥	٩٧	٥٨.٥	١١٧	العلاقات التركية السورية.	
غير دالة	١.٦٧٤	٤٨.٣	١٩٣	٤٦.٥	٩٣	٥٠	١٠٠	المعارضة السورية وقررتها على تمثيل الحراك الثوري.	
٠.٠١	٢.٨٥٩	٤٦	١٨٤	٤١	٨٢	٥١	١٠٢	عملية الاعتقالات والتصفيات لكوادر الجيش الحر	
٠.٠١	٢.٧٨٩	٤٥.٥	١٨٢	٤٠.٥	٨١	٥٠.٥	١٠١	سقوط القتلى اليومي	
٠.٠١	٢.٧٤١	٤٠.٥	١٦٢	٣٥.٥	٧١	٤٥.٥	٩١	ضعف دور التدخل الأجنبي في حل الأزمة	
غير دالة	٢.١٧٨	٣٧.٣	١٤٩	٣٣.٥	٦٧	٤١	٨٢	وقوف الجيش النظامي إلى جانب النظام السوري	
٠.٠٥	٢.١١٠	٣١.٥	١٢٦	٢٧.٥	٥٥	٣٥.٥	٧١	حالة الفوضى في البلاد من نهب وسرقة وفساد	
غير دالة	١.٩٠٤	٣١	١٢٤	٣٣.٥	٦٧	٢٨.٥	٥٧	أخبار جماعة إخوان سوريا.	
غير دالة	١.٩٠١	٢٦.٥	١٠٦	٢٢.٥	٤٥	٣٠.٥	٦١	ضعف صوت الإعلام السوري	
٠.٠٥	٢.٠٠٣	٢٦	١٠٤	٢٠.٥	٤١	٣١.٥	٦٣	عمليات تنظيم داعش الإرهابية وقتل المدنيين	
٠.٠٥	٢.٠٠١	٢٤.٧	٩٩	٢٠.٥	٤١	٢٩	٥٨	التظاهرات والمسيرات المنندة بالنظام.	
		٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠		الإجمالي	

بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للجنسية

يتضح من الجدول السابق: تصدرت (فشل المجتمع الدولي في التعامل مع الأزمة) مقدمة أهم الأحداث التي تتعلق بالأزمة السورية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 58.5%، ثم (محاولة تشكيل حكومة توافقية) في المرتبة الثانية بنسبة 58%، ثم (الحكومة التوافقية في سوريا) في المرتبة الثالثة بنسبة 56%، ثم (اللاجئين السوريين في الأردن) في المرتبة الرابعة بنسبة 54%، ثم (العلاقات التركية السورية) في المرتبة الخامسة بنسبة 53.5%، وأخيراً (التظاهرات والمسيرات المنندة بالنظام) بنسبة 24.7%.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائياً في النسب المئوية لإستجابات الجمهور عينة الدراسة حول أهم الأحداث التي تتعلق بالأزمة السورية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي تبعاً للجنسية، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة قيماً أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%، فيما عدا (الحكومة التوافقية في سوريا، العلاقات التركية السورية، وسقوط القتلي اليومي، وعميلة الإعتقالات والتصفيات لكوادر الجيش الحر، وضعف دور التدخل الأجنبي في حل الأزمة، وحالة الفوضى في البلاد من نهب وسرقة وفساد، وعمليات تنظيم داعش الإرهابية وقتل المدنيين، والتظاهرات والمسيرات المنددة بالنظام)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة قيماً أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

7. أهم الأحداث التي تتعلق بالأوضاع التونسية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي:

جدول (8)

أهم الأحداث التي تتعلق بالأوضاع التونسية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة

الدالة	Z	الإجمالي		السعودي		المصري		الجمهور	الأحداث
		%	ك	%	ك	%	ك		
غير دالة	١.٤٦٥	٥٣	٢١٢	٥٠.٥	١٠١	٥٥.٥	١١١		العلاقات التونسية العربية
٠.٠٥	١.٩٩٩	٤٩.٥	١٩٨	٤٥.٥	٩١	٥٣.٥	١٠٧		تغير موقف الأحزاب السياسية التونسية
غير دالة	١.٩٢٥	٤٥.٥	١٨٢	٤١.٥	٨٣	٤٩.٥	٩٩		الإفلات الأمني التونسي
٠.٠٥	٢.٠٠١	٤٥	١٨٠	٤٠.٥	٨١	٤٩.٥	٩٩		اقتراح تشكيل لجنة لتغيير الدستور
غير دالة	١.١١٢	٣٨.٧	١٥٥	٣٧	٧٤	٤٠.٥	٨١		الانتخابات الرئاسية التونسية ٢٠١٤
٠.٠٥	٢.٠١١	٣٣.٧	١٣٥	٣٠.٥	٦١	٣٧	٧٤		أخبار تنظيم "انصار الشريعة" المحظور
غير دالة	١.٠٢٤	٢٨.٥	١١٤	٢٥.٥	٥١	٣١.٥	٦٣		حالة الفوضى في البلاد من نهب وسرقة وفساد
غير دالة	٠.٩٨٧	٢٨.٣	١١٣	٢٧.٥	٥٥	٢٩	٥٨		تشكيل الحكومة التونسية الجديدة
٠.٠٥	٢.١٣٢	٢٥.٥	١٠٢	٣٠.٥	٦١	٢٠.٥	٤١		التظاهرات والمسيرات المطالبة بمزيد من الإصلاح في كافة المؤسسات.
غير دالة	١.٠٧١	١٧.٧	٧١	١٩	٣٨	١٦.٥	٣٣		التخوف من عودة النظام السابق إلى العملية السياسية
		٤٠.٠		٢٠.٠		٢٠.٠			الإجمالي

بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي وفقا للجنسية

يتضح من الجدول السابق: تصدرت (العلاقات التونسية العربية) مقدمة أهم الأحداث التي تتعلق بالأوضاع التونسية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 53%، ثم (تغير موقف الأحزاب السياسية التونسية) في المرتبة الثانية بنسبة 49.5%، ثم (الإنفلات الأمني التونسي) في المرتبة الثالثة بنسبة 45.5%، ثم (اقتراح تشكيل لجنة لتغيير الدستور) في المرتبة الرابعة بنسبة 45%، ثم (الانتخابات الرئاسية التونسية 2014) في المرتبة الخامسة بنسبة 38.7%، وأخيراً (التخوف من عودة النظام السابق إلى العملية السياسية) بنسبة 17.7%.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائياً في النسب المئوية لإستجابات الجمهور عينة الدراسة حول أهم الأحداث التي تتعلق بالأوضاع التونسية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للجنسية، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة قيماً أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%، فيما عدا (العلاقات التونسية العربية، والإنفلات الأمني التونسي، والانتخابات الرئاسية التونسية 2014، وحالة الفوضى في البلاد من نهب وسرقة وفساد، وتشكيل الحكومة التونسية الجديدة، والتخوف من عودة النظام السابق إلى العملية السياسية)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة قيماً أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

8. أهم الأحداث التي تتعلق بالأوضاع اليمنية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (9)

أهم الأحداث التي تتعلق بالأوضاع اليمنية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة

الدالة	Z	الإجمالي		السعودي		المصري		الجمهور	الأحداث
		%	ك	%	ك	%	ك		
٠.٠٥	٢,١٧٨	٤٥	١٨٠	٤١.٥	٨٣	٤٨.٥	٩٧		الإنفلات الأمني اليمني
غير دالة	١,٧٤١	٤١.٥	١٦٦	٤٤	٨٨	٣٩	٧٨		العلاقات اليمنية العربية
غير دالة	٠,٩٤١	٣٨,٧	١٥٥	٣٧	٧٤	٤٠,٥	٨١		العلاقة بين الرئاسة اليمنية والحوثيين
غير دالة	٠,٩٧١	٣٧,٣	١٤٩	٣٨	٧٦	٣٦,٥	٧٣		مجلس النواب وحكومة الكفاءات الوطنية
غير دالة	٠,٨٥٢	٣٤,٥	١٣٨	٣٣,٥	٦٧	٣٥,٥	٧١		لجنة صياغة الدستور
غير دالة	١,٣٢٨	٢٤,٧	٩٩	٢٧,٥	٥٥	٢٢	٤٤		الأحزاب السياسية وموقفها من الرئاسة
غير دالة	١,٧٤٩	٢٢,٥	٩٠	١٩,٥	٣٩	٢٥,٥	٥١		الحكومة وتطبيق المسار القانوني والدستوري
غير دالة	١,٨٩١	٢٢	٨٨	١٩,٥	٣٩	٢٤,٥	٤٩		الإنهاء من قانون محاربة الفساد.
غير دالة	١,٦٨٧	١٧,٣	٦٩	١٥,٥	٣١	١٩	٣٨		التظاهرات والمسيرات المطالبة بمزيد من الإصلاح في كافة المؤسسات.
		٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠			الإجمالي

بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للجنسية

يتضح من الجدول السابق: تصدرت (الإنفلات الأمني اليمني) مقدمة أهم الأحداث التي تتعلق بالأوضاع اليمنية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 45%، ثم (العلاقات اليمنية العربية) في المرتبة الثانية بنسبة 41.5%، ثم (العلاقة بين الرئاسة اليمنية والحوثيين) في المرتبة الثالثة بنسبة 38.7%، ثم (مجلس النواب وحكومة الكفاءات الوطنية) في المرتبة الرابعة بنسبة 37.3%، ثم (لجنة صياغة الدستور) في المرتبة الخامسة بنسبة 34.5%، وأخيراً (التظاهرات والمسيرات المطالبة بمزيد من الإصلاح في كافة المؤسسات) بنسبة 17.3%.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية عدم وجود فروق دالة إحصائية في النسب المئوية لإستجابات الجمهور عينة الدراسة حول أهم الأحداث التي تتعلق بالأوضاع اليمنية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للجنسية، حيث بلغت قيمة z المحسوبة

قيماً أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%، فيما عدا (الإنفلات الأمني اليمني)، حيث أن الفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (2.178) وهي قيمة أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

9. أهم الأحداث التي تتعلق بالقضية الفلسطينية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (10)

أهم الأحداث التي تتعلق بالقضية الفلسطينية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة

الأحداث	الجمهور		المصري		السعودي		الإجمالي		Z	الدالة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
الدعم العربي للقضية الفلسطينية	91	45.5	79	39.5	170	42.5	1.214	غير دالة		
اعتراف البرلمان الأوروبي بدولة فلسطين	83	41.5	78	39	161	40.3	0.978	غير دالة		
حركة حماس وعلاقتها بإيران، ورفع أورها لها من قائمة المنظمات الإرهابية.	74	37	67	33.5	141	35.3	1.014	غير دالة		
هجمات الاحتلال الإسرائيلي على قطاع غزة	67	33.5	61	30.5	128	32	0.879	غير دالة		
العلاقات المصرية الفلسطينية	61	30.5	55	27.5	116	29	0.891	غير دالة		
أحداث الاعتقالات والعنف اليومي من قبل قوات الاحتلال	55	27.5	41	20.5	96	24	1.741	غير دالة		
نور الحكومة الفلسطينية في دفع المعاناة عن المواطن الفلسطيني	43	21.5	35	17.5	78	19.5	1.745	غير دالة		
الإنهاء من قانون محاربة الفساد.	38	19	31	15.5	69	17.3	1.741	غير دالة		
الإجمالي	200		200		400					

بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمحل الإقامة

يتضح من الجدول السابق: تصدرت (الدعم العربي للقضية الفلسطينية) مقدمة أهم الأحداث التي تتعلق بالقضية الفلسطينية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 42.5%، ثم (اعتراف البرلمان الأوروبي بدولة فلسطين) في المرتبة الثانية بنسبة 40.3%، ثم (حركة حماس وعلاقتها بإيران، ورفع أورها لها من قائمة المنظمات الإرهابية) في المرتبة الثالثة بنسبة 35.3%، ثم (هجمات الاحتلال الإسرائيلي على قطاع غزة) في المرتبة الرابعة بنسبة 32%، ثم (العلاقات المصرية الفلسطينية) في المرتبة الخامسة بنسبة 29%، وأخيراً (الإنهاء من قانون محاربة الفساد) بنسبة 17.3%.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية عدم وجود فروق دالة إحصائية في النسب المئوية لإستجابات الجمهور عينة الدراسة حول أهم الأحداث التي تتعلق بالقضية الفلسطينية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي تبعاً للجنسية، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة قيماً أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

10. أهم الأحداث التي تتعلق بالأزمة الليبية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي:

جدول (11)

أهم الأحداث التي تتعلق بالأزمة الليبية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة

الدالة	Z	الإجمالي		السعودي		المصري		الجمهور	الأحداث
		%	ك	%	ك	%	ك		
غير دالة	١,٧٤٧	٣٧,٥	١٥٠	٣٤,٥	٦٩	٤٠,٥	٨١		الدعم العربي للقضية الليبية
غير دالة	١,٠١٤	٣٦,٥	١٤٦	٣٤,٥	٦٩	٣٨,٥	٧٧		حل مجلس النواب الليبي
غير دالة	٠,٨٧٤	٣٠	١٢٠	٢٨,٥	٥٧	٣١,٥	٦٣		قوات جيش القبائل وقوات فجر ليبيا
غير دالة	٠,٩٦٩	٢٩,٥	١١٨	٣٠,٥	٦١	٢٨,٥	٥٧		الإنفلات الأمني والمطالبة بالتدخل العسكري للقضاء على الجماعات المسلحة
غير دالة	١,٧٤٧	٢٣,٧	٩٥	٢٦	٥٢	٢١,٥	٤٣		العلاقات المصرية الليبية
غير دالة	٠,٩٤٠	١٣	٥٢	١٢	٢٤	١٤	٢٨		مسارات حكومة الإنقاذ الوطني
غير دالة	١,٢٣١	١٢,٣	٤٩	١٠	٢٠	١٤,٥	٢٩		تحركات قوات حفتر
			٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠		الإجمالي

بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي وفقاً للجنسية

يتضح من الجدول السابق: تصدرت (الدعم العربي للقضية الليبية) مقدمة أهم الأحداث التي تتعلق بالأزمة الليبية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي بنسبة 37.5%، ثم (حل مجلس النواب الليبي) في المرتبة الثانية بنسبة 36.5%، ثم (قوات جيش القبائل وقوات فجر ليبيا) في المرتبة الثالثة بنسبة 30%، ثم (الإنفلات الأمني والمطالبة بالتدخل العسكري للقضاء على الجماعات المسلحة) في المرتبة الرابعة بنسبة 29.5%، ثم (العلاقات المصرية الليبية) في المرتبة الخامسة بنسبة 23.7%، وأخيراً (تحركات قوات حفتر) بنسبة 12.3%.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية عدم وجود فروق دالة إحصائية في النسب المئوية لإستجابات الجمهور عينة الدراسة حول أهم الأحداث التي تتعلق بالأزمة الليبية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي تبعاً للجنسية، حيث بلغت قيمة z المحسوبة قيماً أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

11. أهم الأحداث التي تتعلق بتنظيم داعش التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي:

جدول (12)

أهم الأحداث التي تتعلق بتنظيم داعش التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة

الدلالة	Z	الإجمالي		السعودي		المصري		الجمهور الأحداث
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	٠.٦٤٥	٥٠.٥	٢٠٢	٤٩.٥	٩٩	٥١.٥	١٠٣	الدول والجماعات التي يحاربها التنظيم
غير دالة	١.٩٥١	٤٩.٥	١٩٨	٤٥.٥	٩١	٥٣.٥	١٠٧	أعمال تنظيم داعش في العراق وسوريا وغيرها
غير دالة	١.٠١٢	٤٦.٣	١٨٥	٤٤	٨٨	٤٨.٥	٩٧	زعيم التنظيم أبو بكر البغدادي
غير دالة	٠.٩٥١	٤٤	١٧٦	٤٢.٥	٨٥	٤٥.٥	٩١	العمليات العسكرية ضد التنظيم من أمريكا والبرلمان البريطاني
غير دالة	٠.٦٢١	٤٢.٧	١٧١	٤١.٥	٨٣	٤٤	٨٨	تاريخ تنظيم داعش
غير دالة	٠.٨٧١	٣٦	١٤٤	٣٣.٥	٦٧	٣٨.٥	٧٧	أهداف التنظيم وخطته المستقبلية
			٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠	الإجمالي

بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي وفقا لمحل الإقامة

يتضح من الجدول السابق: تصدرت (الدول والجماعات التي يحاربها التنظيم) مقدمة أهم الأحداث التي تتعلق بتنظيم داعش التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي بنسبة 37.5%، ثم (أعمال تنظيم داعش في العراق وسوريا وغيرها) في المرتبة الثانية بنسبة 36.5%، ثم (زعيم التنظيم أبو بكر البغدادي) في المرتبة الثالثة بنسبة 30%، ثم (العمليات العسكرية ضد التنظيم من أمريكا والبرلمان البريطاني) في

المرتبة الرابعة بنسبة 29.5%، ثم (تاريخ تنظيم داعش) في المرتبة الخامسة بنسبة 23.7%، وأخيراً (أهداف التنظيم وخطته المستقبلية) بنسبة 12.3%.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية عدم وجود فروق دالة إحصائية في النسب المئوية لإستجابات الجمهور عينة الدراسة حول أهم الأحداث التي تتعلق بتنظيم داعش التي تصفها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي تبعاً للجنسية، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة قيماً أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

12. مستويات المزاج العام للجمهور عينة الدراسة حول قضايا الوطن العربي التي قام بمطالعة أخبارها بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (13) مستويات المزاج العام للجمهور عينة الدراسة حول قضايا الوطن العربي التي قام بمطالعة أخبارها بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة

الدالة	قيمة T	الإجمالي		السعودي		المصري		الجمهور	
		ك	%	ك	%	ك	%	مسويات المزاج العام	
غير دالة	٥.٣٦١	١٩٦	٤٩	٩٤	٤٧	١٠٢	٥١	مزاج عام سلبي	العنف في مصر
		١٢٢	٣٠.٥	٧١	٣٥.٥	٥١	٢٥.٥	مزاج عام معتدل	
		٨٢	٢٠.٥	٣٥	١٧.٥	٤٧	٢٣.٥	مزاج عام إيجابي	
غير دالة	٢.١٧٧	١٦٢	٤٠.٥	٨٨	٤٤	٧٤	٣٧	مزاج عام سلبي	الأزمة السورية
		١٥٠	٣٧.٥	٧٢	٣٦	٧٨	٣٩	مزاج عام معتدل	
		٨٨	٢٢	٤٠	٢٠	٤٨	٢٤	مزاج عام إيجابي	
.٠٠١	١٢.٩٦٦	٩٠	٢٢.٥	٥٩	٢٩.٥	٣١	١٥.٥	مزاج عام سلبي	الأوضاع التونسية
		٢١٧	٥٤.٣	١١٣	٥٦.٥	١١٣	٥٦.٥	مزاج عام معتدل	
		٩٣	٢٣.٢	٥٦	١٨.٥	٣٧	٢٨	مزاج عام إيجابي	
.٠٠٠١	١٥.٥٩٧	١٥٣	٣٨.٣	٩٠	٤٥	٦٣	٣١.٥	مزاج عام سلبي	الأوضاع اليمنية
		١٥١	٣٧.٨	٧٨	٣٩	٧٣	٣٦.٥	مزاج عام معتدل	
		٩٦	٢٤	٣٢	١٦	٦٤	٣٢	مزاج عام إيجابي	
غير دالة	٠.٩١٣	١٣٣	٣٣.٣	٦٢	٣١	٧١	٣٥.٥	مزاج عام سلبي	القضية الفلسطينية
		٢٠٥	٥١.٣	٩٩	٥٣	٩٩	٤٩.٥	مزاج عام معتدل	
		٦٢	١٥.٥	٣٠	١٦	٣٠	١٥	مزاج عام إيجابي	
.٠٠١	٩.١٤٥	١٦٦	٤٠.٨	٨٨	٣٤	٧٨	٣٩	مزاج عام سلبي	الأزمة الليبية
		٧١	١٧.٨	٢٧	٢٢	٢٧	١٣.٥	مزاج عام إيجابي	
		١٤٠	٣٥	٧٨	٣٩	٦٢	٣١	مزاج عام سلبي	
غير دالة	٤.٨٦٢	٢١٢	٥٣	٩٥	٤٧.٥	١١٧	٥٨.٥	مزاج عام معتدل	تنظيم داعش
		٤٨	١٢	٢٧	١٣.٥	٢١	١٠.٥	مزاج عام إيجابي	
		٤٠٠	٢٠٠	٢٠٠	٤٠٠	٢٠٠	٢٠٠	الإجمالي	

عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للجنسية

يتضح من الجدول السابق: إلى ارتفاع معدلات المزاج العام السلبي لدى الجمهور المصري والسعودي نحو قضايا الوطن العربي التي قام بمطالعة أخبارها بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتباينت الحالة المزاجية ما بين (مزاج عام سلبي، ومعتدل، وإيجابي) وتجدر الإشارة أن هناك بعض القضايا التي حظيت بمزاج عام يختلف عند الجمهور المصري عنه عند الجمهور السعودي ويمكن توضيح ذلك كما يلي:

- حظيت قضية الأوضاع التونسية بمزاج عام معتدل لدى الجمهور المصري عن نظيره السعودي؛ فبحساب قيمة كا2 بلغت (12.966) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة دالة إحصائياً. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية الجمهور عينة الدراسة (المصري، والسعودي) والحالة المزاجية التي تتعلق بتلك القضية كما تناولتها الصحف والفضائيات الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- حظيت قضية الأوضاع اليمنية بمزاج عام معتدل لدى الجمهور المصري عن نظيره السعودي؛ فبحساب قيمة كا2 بلغت (15.597) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة دالة إحصائياً. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية الجمهور عينة الدراسة (المصري، والسعودي) والحالة المزاجية التي تتعلق بتلك القضية كما تناولتها الصحف والفضائيات الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- حظيت قضية الأزمة الليبية بمزاج عام معتدل لدى الجمهور السعودي عن نظيره المصري؛ فبحساب قيمة كا2 بلغت (9.145) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة دالة إحصائياً. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية الجمهور عينة الدراسة (المصري، والسعودي) والحالة المزاجية التي تتعلق بتلك القضية كما تناولتها الصحف والفضائيات الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

13. مستويات المزاج الشخصي للجمهور عينة الدراسة حول قضايا الوطن العربي التي قام بمطالعة أخبارها بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (14)

مستويات المزاج الشخصي للجمهور عينة الدراسة حول قضايا الوطن العربي التي قام بمطالعة أخبارها بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع

الدلالة	قيمة كا ²	الإجمالي		السعودي		المصري		الجمهور	
		%	ك	%	ك	%	ك	مستويات المزاج الشخصي	
. . ٥	٧.٣١١	٥٣.٨	٢١٥	٥١	١٠٢	٥٦.٥	١١٣	مزاج شخصي سلبي	العنف في مصر
		٢٧.٣	١٠٩	٣٣	٦٦	٢١.٥	٤٣	مزاج شخصي معتدل	
		١٩	٧٦	١٦	٣٢	٢٢	٤٤	مزاج شخصي إيجابي	
غير دالة	٠.١٠٠	٤٦	١٨٤	٤٥.٥	٩١	٤٦.٥	٩٣	مزاج شخصي سلبي	الأزمة السورية
		٣٤.٢	١٣٧	٣٥	٧٠	٣٣.٥	٦٧	مزاج شخصي معتدل	
		١٩.٨	٧٩	١٩.٥	٣٩	٢٠	٤٠	مزاج شخصي إيجابي	
. . ٠٠١	٢٣.٩٥١	٢٦.٣	١٠٥	٣٦.٥	٧٣	١٦	٣٢	مزاج شخصي سلبي	الأوضاع التونسية
		٥١.٨	٢٠٧	٤٧.٥	٩٥	٥٦	١١٢	مزاج شخصي معتدل	
		٢٢	٨٨	١٦	٣٢	٢٨	٥٦	مزاج شخصي إيجابي	
. . ٠٠١	١٧.٦٠٧	٤٤.٨	١٧٩	٥٠	١٠٠	٣٩.٥	٧٩	مزاج شخصي سلبي	الأوضاع اليمنية
		٣٦	١٤٤	٣٩	٧٨	٣٣	٦٦	مزاج شخصي معتدل	
		١٩.٣	٧٧	١١	٢٢	٢٧.٥	٥٥	مزاج شخصي إيجابي	
غير دالة	٢.٠١٥	٤٣	١٧٢	٤٥.٥	٩١	٤٠.٥	٨١	مزاج شخصي سلبي	القضية الفلسطينية
		٤٢	١٦٨	٣٨.٥	٧٧	٤٥.٥	٩١	مزاج شخصي معتدل	
		١٥	٦٠	١٦	٣٢	١٤	٢٨	مزاج شخصي إيجابي	
غير دالة	٥.٠٣٦	٥٠.٣	٢٠١	٤٧	٩٤	٥٣.٥	١٠٧	مزاج شخصي سلبي	الأزمة الليبية
		٣٤.٣	١٣٧	٣٣.٥	٦٧	٣٥	٧٠	مزاج شخصي معتدل	
		١٥.٥	٦٢	١٩.٥	٣٩	١١.٥	٢٣	مزاج شخصي إيجابي	
غير دالة	٢٥.٠٩٠	٥٩.٨	٢٣٩	٧١.٥	١٤٣	٤٨	٩٦	مزاج شخصي سلبي	تنظيم داعش
		٣٦.٥	١٤٦	٢٤.٥	٤٩	٤٨.٥	٤٨	مزاج شخصي معتدل	
		٣.٨	١٥	٤	٨	٣.٥	٧	مزاج شخصي إيجابي	
		٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠		الإجمالي	

التواصل الاجتماعي وفقا للجنسية

يتضح من الجدول السابق: إلي ارتفاع معدلات المزاج الشخصي السلبي لدي الجمهور المصري والسعودي نحو قضايا الوطن العربي التي قام بمطالعة أخبارها بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتباينت الحالة المزاجية الشخصية ما بين (مزاج شخصي سلبي، ومعتدل، وإيجابي) وتجدر الإشارة أن هناك بعض القضايا التي حظيت بمزاج شخصي يختلف عند الجمهور المصري عنه عند الجمهور السعودي ويمكن توضيح ذلك كما يلي:

- حظيت قضية العنف في مصر بمزاج شخصي سلبي لدي الجمهور المصري عن نظيره السعودي؛ فبحساب قيمة كا² بلغت (7.311) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة دالة إحصائياً. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية الجمهور عينة الدراسة (المصري، والسعودي) والحالة المزاجية الشخصية التي تتعلق بتلك القضية كما تناولتها الصحف والفضائيات الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- حظيت قضية الأوضاع التونسية بمزاج شخصي معتدل لدى الجمهور المصري عن نظيره السعودي؛ فبحساب قيمة كاي بلغت (23.951) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة دالة إحصائياً. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية الجمهور عينة الدراسة (المصري، والسعودي) والحالة المزاجية الشخصية التي تتعلق بتلك القضية كما تناولتها الصحف والفضائيات الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- حظيت قضية الأوضاع اليمنية بمزاج شخصي سلبي لدى الجمهور السعودي عن نظيره المصري؛ فبحساب قيمة كاي بلغت (17.607) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة دالة إحصائياً. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية الجمهور عينة الدراسة (المصري، والسعودي) والحالة المزاجية الشخصية التي تتعلق بتلك القضية كما تناولتها الصحف والفضائيات الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

14. مستويات الرضا العام عن قضايا الوطن العربي لدى الجمهور عينة الدراسة التي قام بمطالعة أخبارها بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (15)

مستويات الرضا العام عن قضايا الوطن العربي لدى الجمهور عينة الدراسة التي قام بمطالعة أخبارها بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للجنسية

الإجمالي		السعودي		المصري		الجمهور مستويات الرضا العام
%	ك	%	ك	%	ك	
36.5	146	39	78	34	68	راضي بدرجة منخفضة
40.5	162	34	68	47	94	راضي بدرجة متوسطة
23	92	27	54	19	38	راضي بدرجة كبيرة
100	400	100	200	100	200	الإجمالي

قيمة كاي² = 7.640 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.022 مستوى

الدلالة = 0.05

يتضح من الجدول السابق: انخفاض معدلات الرضا العام لدى الجمهور المصري والسعودي عن قضايا الوطن العربي التي قام بمطالعة أخبارها بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ف جاء 36.5% منهم (منخفضي الرضا العام)، وجاء 40.5% منهم (متوسطي الرضا العام)، بينما جاء 23% منهم (مرتفعي الرضا العام). وبحساب قيمة كاي² بلغت (7.640) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة دالة إحصائياً. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية الجمهور عينة الدراسة (المصري، والسعودي) ومستويات الرضا العام عن قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

15. مستويات القلق المستقبلي تجاه قضايا الوطن العربي لدى الجمهور عينة الدراسة التي قام بمطالعة أخبارها بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (16)

مستويات القلق المستقبلي تجاه قضايا الوطن العربي لدى الجمهور عينة الدراسة التي قام بمطالعة أخبارها بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع

التواصل الاجتماعي وفقاً للجنسية

الإجمالي		السعودي		المصري		الجمهور مستويات القلق المستقبلي
%	ك	%	ك	%	ك	
19.8	79	27	54	12.5	25	مستوي قلق منخفض
51.5	206	53.5	107	49.5	99	مستوي قلق متوسط
28.8	115	19.5	39	38	76	مستوي قلق مرتفع
100	400	100	200	100	200	الإجمالي

قيمة كاي² = 22.861 درجة الحرية = 4 مستوى المعنوية = 0.000 الدلالة = 0.001

يتضح من الجدول السابق: ارتفاع معدلات القلق المستقبلي لدى الجمهور المصري والسعودي عن قضايا الوطن العربي التي قام بمطالعة أخبارها بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ف جاء 28.8% منهم (مرتفعي القلق المستقبلي)، وجاء 51.5% منهم (متوسطي القلق المستقبلي)، بينما جاء 19.8% منهم (منخفضي القلق المستقبلي). وبحساب قيمة كاي² بلغت (22.861) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة دالة إحصائياً. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية الجمهور عينة الدراسة (المصري، والسعودي)

ومستويات القلق المستقبلي تجاه قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

(ب) نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات تصفح الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (17)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات تصفح الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين	المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي
0.001	13.618	7.881	2	15.762	بين المجموعات	العنف في مصر
		0.579	397	229.748	داخل	
			399	245.510	المجموع	
0.01	4.818	2.800	2	5.600	بين المجموعات	الأزمة السورية
		0.581	397	230.710	داخل	
			399	236.310	المجموع	
0.05	3.174	1.440	2	2.880	بين المجموعات	الأوضاع التونسية
		0.454	397	180.098	داخل	
			399	182.978	المجموع	
غير دالة	0.364	0.220	2	0.441	بين المجموعات	الأوضاع اليمنية
		0.606	397	240.437	داخل	
			399	240.878	المجموع	
غير دالة	0.283	0.130	2	0.259	بين المجموعات	القضية الفلسطينية
		0.459	397	182.138	داخل	
			399	182.398	المجموع	
غير دالة	1.141	0.608	2	1.216	بين المجموعات	الأزمة الليبية
		0.533	397	211.624	داخل	
			399	212.840	المجموع	
غير دالة	0.872	0.365	2	0.729	بين المجموعات	تنظيم داعش
		0.418	397	166.111	داخل	
			399	166.840	المجموع	

تشير نتائج تطبيق اختبار "تحليل التباين": إلى وجود فروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات تصفح الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة "ف" قيماً دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.05). عدا قضايا (الأوضاع اليمنية، والقضية الفلسطينية، والأزمة الليبية، وتنظيم داعش) جاءت قيم "ف" غير دالة إحصائية.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور عينة الدراسة، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي .

جدول (18)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات تصفح

المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي	المجموعات	مستوي تصفح منخفض	مستوي تصفح متوسط	مستوي تصفح مرتفع
العنف في مصر	مستوي تصفح منخفض	-	-	-
	مستوي تصفح متوسط	* ٠.٣١	-	-
	مستوي تصفح مرتفع	٠.١٨	* ٠.٤٩	-
الأزمة السورية	مستوي تصفح منخفض	-	-	-
	مستوي تصفح متوسط	* ٠.٢٤	-	-
	مستوي تصفح مرتفع	٠.٠٣	* ٠.٢١	-
الأوضاع التونسية	مستوي تصفح منخفض	-	-	-
	مستوي تصفح متوسط	٠.٠٤	-	-
	مستوي تصفح مرتفع	٠.١٨	* ٠.٢٣	-

الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من الجدول السابق: اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل المستويات الثلاثة لتصفح الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، تم إجراء اختبار L.S.D لمعرفة مدى دلالة هذه الفروق ولصالح أي من المجموعات المختلفة.

بالنسبة لقضية العنف في مصر:

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي التصفح) للصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي التصفح) علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.31 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي التصفح) للصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (مرتفعي التصفح) علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.49 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

بالنسبة لقضية الأزمة السورية:

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي التصفح) للصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي التصفح) علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.24 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي التصفح) للصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (مرتفعي التصفح) علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.21 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

بالنسبة لقضية الأوضاع التونسية:

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي التصفح) للصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (مرتفعي التصفح) علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن

العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.23 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

الفرض الثاني: توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات تصفح الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (19)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي

الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين	المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي
0.001	11.048	6.398	2	12.796	بين المجموعات	العنف في مصر
		0.579	397	229.901	داخل المجموعات	
			399	242.698	المجموع	
غير دالة	1.926	1.131	2	2.263	بين المجموعات	الأزمة السورية
		0.587	397	233.175	داخل المجموعات	
			399	235.438	المجموع	
0.01	6.014	2.827	2	5.654	بين المجموعات	الأوضاع التونسية
		0.470	397	186.623	داخل المجموعات	
			399	192.278	المجموع	
غير دالة	0.494	285	2	0.571	بين المجموعات	الأوضاع اليمنية
		0.578	397	229.419	داخل المجموعات	
			399	229.990	المجموع	
غير دالة	2.588	1.291	2	2.582	بين المجموعات	القضية الفلسطينية
		0.499	397	198.058	داخل المجموعات	
			399	200.640	المجموع	
غير دالة	0.509	0.274	2	0.549	بين المجموعات	الأزمة الليبية
		0.539	397	214.149	داخل المجموعات	
			399	214.698	المجموع	
غير دالة	0.474	0.153	2	0.307	بين المجموعات	تنظيم داعش
		0.323	397	128.253	داخل المجموعات	
			399	128.560	المجموع	

تبعاً لمستويات تصفح الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

تشير نتائج تطبيق اختبار "تحليل التباين": إلي عدم وجود فروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات تصفح الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر

مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة "ف" قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05). عدا قضايا (العنف في مصر، الأوضاع التونسية) جاءت قيم "ف" دالة إحصائية.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور عينة الدراسة، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي .

جدول (20)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات تصفح الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي	المجموعات	مستوي تصفح منخفض	مستوي تصفح متوسط	مستوي تصفح مرتفع
العنف في مصر	مستوي تصفح منخفض	-	-	-
	مستوي تصفح متوسط	*0.30	-	-
	مستوي تصفح مرتفع	0.12	*0.42	-
الأوضاع التونسية	مستوي تصفح منخفض	-	-	-
	مستوي تصفح متوسط	0.01	-	-
	مستوي تصفح مرتفع	*0.30	*0.31	-

يتضح من الجدول السابق: اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل المستويات الثلاثة لتصفح الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي، تم إجراء اختبار L.S.D لمعرفة مدى دلالة هذه الفروق ولصالح أي من المجموعات المختلفة.

بالنسبة لقضية العنف في مصر :

- هناك اختلافاً بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي التصفح) للصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي التصفح) علي مقياس المزاج الشخصي نحو

قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.30 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي التصفح) للصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (مرتفعي التصفح) علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.42 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

بالنسبة لقضية الأوضاع التونسية:

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (مرتفعي التصفح) للصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي التصفح) علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.30 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي التصفح) للصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (مرتفعي التصفح) علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.31 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات الإهتمام بمتابعة تلك القضايا في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات الإهتمام بمتابعة تلك القضايا في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (21)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات الإهتمام بمتابعة تلك القضايا في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين	المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي
٠.٠١	٦.٦٠٣	٣.٩٥٢	٢	٧.٩٠٣	بين المجموعات	العنف في مصر
		٠.٥٩٩	٣٩٧	٢٣٧.٦٠٧	داخل المجموعات	
			٣٩٩	٢٤٥.٥١٠	المجموع	
٠.٠٠١	٣٠.٠٧٨	١٥.٥٤٨	٢	٣١.٠٩٦	بين المجموعات	الأزمة السورية
		٠.٥١٧	٣٩٧	٢٠٥.٢١٤	داخل المجموعات	
			٣٩٩	٢٣٦.٣١٠	المجموع	
٠.٠٠١	١١.٤١٤	٤.٩٧٥	٢	٩.٩٥٠	بين المجموعات	الأوضاع التونسية
		٠.٤٣٦	٣٩٧	١٧٣.٠٢٨	داخل المجموعات	
			٣٩٩	١٨٢.٩٧٨	المجموع	
٠.٠٠١	١٦.٨٥٢	٩.٤٢٥	٢	١٨.٨٤٩	بين المجموعات	الأوضاع اليمنية
		٠.٥٥٩	٣٩٧	٢٢٢.٠٢٨	داخل المجموعات	
			٣٩٩	٢٤٠.٨٧٨	المجموع	
٠.٠٠١	١٨.١١٧	٧.٦٢٨	٢	١٥.٢٥٥	بين المجموعات	القضية الفلسطينية
		٠.٤٢١	٣٩٧	١٦٧.١٤٢	داخل المجموعات	
			٣٩٩	١٨٢.٣٩٨	المجموع	
٠.٠٠١	٧.٢٩٥	٣.٧٧٢	٢	٧.٥٤٤	بين المجموعات	الأزمة الليبية
		٠.٥١٧	٣٩٧	٢٠٥.٢٩٦	داخل المجموعات	
			٣٩٩	٢١٢.٨٤٠	المجموع	
٠.٠٠١	١٦.١٤٥	٦.٢٧٥	٢	١٢.٥٤٩	بين المجموعات	تنظيم داعش
		٠.٣٨٩	٣٩٧	١٥٤.٢٩١	داخل المجموعات	
			٣٩٩	١٦٦.٨٤٠	المجموع	

تشير نتائج تطبيق اختبار "تحليل التباين": إلي وجود فروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات الإهتمام بمتابعة تلك القضايا في الصحف والقنوات الفضائية

الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة "ف" قيماً دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.01، و 0.001).

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور عينة الدراسة، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (22)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات

المجموعات	مستوي اهتمام منخفض	مستوي اهتمام متوسط	مستوي اهتمام مرتفع
العنف في مصر	مستوي اهتمام منخفض	-	-
	مستوي اهتمام متوسط	*0.20	-
	مستوي اهتمام مرتفع	*0.53	*0.32
الأزمة السورية	مستوي اهتمام منخفض	-	-
	مستوي اهتمام متوسط	*0.39	-
	مستوي اهتمام مرتفع	*1.05	*0.65
الأوضاع التونسية	مستوي اهتمام منخفض	-	-
	مستوي اهتمام متوسط	*0.39	-
	مستوي اهتمام مرتفع	*0.45	0.06
الأوضاع اليمنية	مستوي اهتمام منخفض	-	-
	مستوي اهتمام متوسط	0.14	-
	مستوي اهتمام مرتفع	*0.78	*0.64
القضية الفلسطينية	مستوي اهتمام منخفض	-	-
	مستوي اهتمام متوسط	*0.36	-
	مستوي اهتمام مرتفع	*0.71	*0.35
الأزمة الليبية	مستوي اهتمام منخفض	-	-
	مستوي اهتمام متوسط	*0.22	-
	مستوي اهتمام مرتفع	*0.51	*0.28
تنظيم داعش	مستوي اهتمام منخفض	-	-
	مستوي اهتمام متوسط	*0.38	-
	مستوي اهتمام مرتفع	*0.61	0.22

الاهتمام بمتابعة تلك القضايا في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من الجدول السابق: اختلاف المتوسطات الحسابية لدرجات الجمهور علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات الاهتمام بمتابعة تلك القضايا في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع

التواصل الاجتماعي، تم إجراء اختبار L.S.D لمعرفة مدى دلالة هذه الفروق ولصالح أي من المجموعات المختلفة.

بالنسبة لقضية العنف في مصر:

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي الإهتمام) بمتابعة قضية العنف في مصر في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي الإهتمام) علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.20 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .
- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي الإهتمام) بمتابعة قضية العنف في مصر في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (مرتفعي الإهتمام) علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.32 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .
- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (مرتفعي الإهتمام) بمتابعة قضية العنف في مصر في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي الإهتمام) علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.53 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

بالنسبة لقضية الأزمة السورية:

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي الإهتمام) بمتابعة الأزمة السورية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي الإهتمام) علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.39 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .
- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي الإهتمام) بمتابعة الأزمة السورية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر

مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (مرتفعي الإهتمام) علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.65 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (مرتفعي الإهتمام) بمتابعة الأزمة السورية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي الإهتمام) علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 1.05 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

بالنسبة لقضية الأوضاع التونسية:

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي الإهتمام) بمتابعة الأوضاع التونسية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي الإهتمام) علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.39 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (منخفضي الإهتمام) بمتابعة الأوضاع التونسية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (مرتفعي الإهتمام) علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.45 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

بالنسبة لقضية الأوضاع اليمنية:

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (منخفضي الإهتمام) بمتابعة الأوضاع اليمنية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (مرتفعي الإهتمام) علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.78 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

- هناك اختلافاً بين الجمهور محل الدراسة (مرتفعي الإهتمام) بمتابعة الأوضاع اليمنية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (متوسطي الإهتمام) علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.64 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

بالنسبة للقضية الفلسطينية:

- هناك اختلافاً بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي الإهتمام) بمتابعة للقضية الفلسطينية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي الإهتمام) علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.36 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

- هناك اختلافاً بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي الإهتمام) بمتابعة للقضية الفلسطينية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (مرتفعي الإهتمام) علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.35 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

- هناك اختلافاً بين الجمهور محل الدراسة (مرتفعي الإهتمام) بمتابعة للقضية الفلسطينية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي الإهتمام) علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.71 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

بالنسبة للأزمة الليبية:

- هناك اختلافاً بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي الإهتمام) بمتابعة الأزمة الليبية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي الإهتمام) علي مقياس

المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.22 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي الإهتمام) بمتابعة الأزمة الليبية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (مرتفعي الإهتمام) علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.28 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (مرتفعي الإهتمام) بمتابعة الأزمة الليبية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي الإهتمام) علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.51 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

بالنسبة لتنظيم داعش:

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي الإهتمام) بمتابعة تنظيم داعش في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي الإهتمام) علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.38 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (منخفضي الإهتمام) بمتابعة تنظيم داعش في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (مرتفعي الإهتمام) علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.61 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

الفرض الرابع: توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات الإهتمام بمتابعة تلك القضايا في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات الإهتمام بمتابعة تلك القضايا في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (23)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات الإهتمام بمتابعة تلك القضايا في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الدالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين	المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي
٠.٠٠١	٨.٥٣٣	٥.٠٠١	٢	١٠.٠٠٣	بين المجموعات	العنف في مصر
		٠.٥٨٦	٣٩٧	٢٣٢.٦٩٥	داخل المجموعات	
			٣٩٩	٢٤٢.٦٩٨	المجموع	
٠.٠٠١	١٩.٤٩٨	١٠.٥٢٩	٢	٢١.٠٥٨	بين المجموعات	الأزمة السورية
		٠.٥٤١	٣٩٧	٢١٤.٣٧٩	داخل المجموعات	
			٣٩٩	٢٣٥.٤٣٨	المجموع	
٠.٠٠١	٩.١٣٧	٤.٢٣١	٢	٨.٤٦٢	بين المجموعات	الأوضاع التونسية
		٠.٤٦٣	٣٩٧	١٨٣.٨١٦	داخل المجموعات	
			٣٩٩	١٩٢.٢٧٨	المجموع	
٠.٠٠١	١٧.٨٤٧	٩.٤٨٦	٢	١٨.٩٧٣	بين المجموعات	الأوضاع اليمنية
		٠.٥٣٢	٣٩٧	٢١١.٠١٧	داخل المجموعات	
			٣٩٩	٢٢٩.٩٩٠	المجموع	
٠.٠٠١	١٨.٧٠٠	٨.٦٣٧	٢	١٧.٢٧٤	بين المجموعات	القضية الفلسطينية
		٠.٤٦٢	٣٩٧	١٨٣.٣٦٦	داخل المجموعات	
			٣٩٩	٢٠٠.٦٤٠	المجموع	
٠.٠٥	٣.٥٢٧	١.٨٧٤	٢	٣.٧٤٨	بين المجموعات	الأزمة الليبية
		٠.٥٣١	٣٩٧	٢١٠.٩٥٠	داخل المجموعات	
			٣٩٩	٢١٤.٦٩٨	المجموع	
٠.٠١	٤.٦٢٠	١.٤٦٢	٢	٢.٩٢٤	بين المجموعات	تنظيم داعش
		٠.٣١٦	٣٩٧	١٢٥.٦٣٦	داخل المجموعات	
			٣٩٩	١٢٨.٥٦٠	المجموع	

تشير نتائج تطبيق اختبار "تحليل التباين": إلى وجود فروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات الاهتمام بمتابعة تلك القضايا في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة "ف" قيماً دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.05، و 0.01، و 0.001)

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور عينة الدراسة، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي .

جدول (24)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات الاهتمام بمتابعة تلك القضايا في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المجموعات	مستوي اهتمام منخفض	مستوي اهتمام متوسط	مستوي اهتمام مرتفع	المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي
مستوي اهتمام منخفض	-	-	-	العنف في مصر
مستوي اهتمام متوسط	*0.19	-	-	
مستوي اهتمام مرتفع	*0.59	*0.39	-	
مستوي اهتمام منخفض	-	-	-	الأزمة السورية
مستوي اهتمام متوسط	*0.39	-	-	
مستوي اهتمام مرتفع	*0.85	*0.46	-	
مستوي اهتمام منخفض	-	-	-	الأوضاع التونسية
مستوي اهتمام متوسط	*0.37	-	-	
مستوي اهتمام مرتفع	*0.34	0.03	-	
مستوي اهتمام منخفض	-	-	-	الأوضاع اليمنية
مستوي اهتمام متوسط	*0.25	-	-	
مستوي اهتمام مرتفع	*0.82	*0.56	-	
مستوي اهتمام منخفض	-	-	-	القضية الفلسطينية
مستوي اهتمام متوسط	*0.38	-	-	
مستوي اهتمام مرتفع	*0.76	*0.38	-	
مستوي اهتمام منخفض	-	-	-	الأزمة الليبية
مستوي اهتمام متوسط	0.16	-	-	
مستوي اهتمام مرتفع	*0.36	0.20	-	
مستوي اهتمام منخفض	-	-	-	تنظيم داعش
مستوي اهتمام متوسط	*0.18	-	-	
مستوي اهتمام مرتفع	*0.29	0.10	-	

يتضح من الجدول السابق: اختلاف المتوسطات الحسابية لدرجات الجمهور علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات الاهتمام بمتابعة تلك القضايا في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تم إجراء اختبار L.S.D لمعرفة مدى دلالة هذه الفروق ولصالح أي من المجموعات المختلفة.

بالنسبة لقضية العنف في مصر:

- هناك اختلافاً بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي الإهتمام) بمتابعة قضية العنف في مصر في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي الإهتمام) علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.19 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .
- هناك اختلافاً بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي الإهتمام) بمتابعة قضية العنف في مصر في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (مرتفعي الإهتمام) علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.39 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .
- هناك اختلافاً بين الجمهور محل الدراسة (مرتفعي الإهتمام) بمتابعة قضية العنف في مصر في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي الإهتمام) علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.59 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

بالنسبة لقضية الأزمة السورية:

- هناك اختلافاً بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي الإهتمام) بمتابعة الأزمة السورية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي الإهتمام) علي مقياس

المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.39 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي الإهتمام) بمتابعة الأزمة السورية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (مرتفعي الإهتمام) علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.36 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (مرتفعي الإهتمام) بمتابعة الأزمة السورية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي الإهتمام) علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.85 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

بالنسبة لقضية الأوضاع التونسية:

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي الإهتمام) بمتابعة الأوضاع التونسية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي الإهتمام) علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.37 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (منخفضي الإهتمام) بمتابعة الأوضاع التونسية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (مرتفعي الإهتمام) علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.34 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

بالنسبة لقضية الأوضاع اليمنية:

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي الإهتمام) بمتابعة الأوضاع اليمنية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر

مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي الإهتمام) علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.25 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي الإهتمام) بمتابعة الأوضاع اليمينية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (مرتفعي الإهتمام) علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.56 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (مرتفعي الإهتمام) بمتابعة الأوضاع اليمينية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي الإهتمام) علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.82 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

بالنسبة للقضية الفلسطينية:

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي الإهتمام) بمتابعة للقضية الفلسطينية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي الإهتمام) علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.38 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي الإهتمام) بمتابعة للقضية الفلسطينية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (مرتفعي الإهتمام) علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.38 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (مرتفعي الإهتمام) بمتابعة للقضية الفلسطينية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة

عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي الإهتمام) علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.76 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

بالنسبة للأزمة الليبية:

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (مرتفعي الإهتمام) بمتابعة الأزمة الليبية في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي الإهتمام) علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.36 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

بالنسبة لتنظيم داعش:

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (متوسطي الإهتمام) بمتابعة تنظيم داعش في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (منخفضي الإهتمام) علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.18 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

- هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة (منخفضي الإهتمام) بمتابعة تنظيم داعش في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجمهور (مرتفعي الإهتمام) علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.29 وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

الفرض الخامس: توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، والجنسية).

1- الفروق تبعاً للنوع:

تم استخدام اختبار (T.Test) لقياس الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للنوع.

جدول (25)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للنوع

المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي	النوع	العدد	م	ع	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
العنف في مصر	الذكور	٢٠٠	١.٥٩٠٠	٠.٧١	٣.٢٢٤	٠.٠٠١
	الإناث	٢٠٠	١.٨٤٠٠	٠.٨٢		
الأزمة السورية	الذكور	٢٠٠	١.٧٠٥٠	٠.٧٢	٢.٨٨٥	٠.٠٠١
	الإناث	٢٠٠	١.٩٢٥٠	٠.٧٩		
الأوضاع التونسية	الذكور	٢٠٠	٢.١٤٠٠	٠.٧٠	٣.٩٨٦	٠.٠٠١
	الإناث	٢٠٠	١.٨٧٥٠	٠.٦٢		
الأوضاع اليمنية	الذكور	٢٠٠	١.٨٨٥٠	٠.٧٧	٠.٧٠٧	غير دالة
	الإناث	٢٠٠	١.٨٣٠٠	٠.٧٨		
القضية الفلسطينية	الذكور	٢٠٠	١.٨٨٠٠	٠.٧١	١.٧٠٥	غير دالة
	الإناث	٢٠٠	١.٧٦٥٠	٠.٦٢		
الأزمة الليبية	الذكور	٢٠٠	١.٨١٥٠	٠.٧١	١.٢٣٣	غير دالة
	الإناث	٢٠٠	١.٧٢٥٠	٠.٧٤		
تنظيم داعش	الذكور	٢٠٠	١.٨٦٥٠	٠.٦٦	٢.٩٦٧	٠.٠٠١
	الإناث	٢٠٠	١.٦٧٥٠	٠.٦١		

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلي وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً وفقاً للنوع، عدا بعد (الأوضاع اليمنية، والقضية الفلسطينية، والأزمة الليبية)، حيث بلغت قيمة "ت" قيمةً غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.05).

2- الفروق تبعاً للجنسية:

تم استخدام اختبار (T.Test) لقياس الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للجنسية.

جدول (26)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للجنسية

المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي	الجنسية	العدد	م	ع	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
العنف في مصر	مصري	200	1.7250	0.82	0.255	غير دالة
	سعودي	200	1.7050	0.74		
الأزمة السورية	مصري	200	1.8700	0.77	1.431	غير دالة
	سعودي	200	1.7600	0.76		
الأوضاع التونسية	مصري	200	2.1250	0.64	3.519	0.001
	سعودي	200	1.8900	0.68		
الأوضاع اليمنية	مصري	200	2.0050	0.79	3.862	0.001
	سعودي	200	1.7100	0.72		
القضية الفلسطينية	مصري	200	1.7950	0.68	0.813	غير دالة
	سعودي	200	1.8500	0.67		
الأزمة الليبية	مصري	200	1.6600	0.70	3.043	0.01
	سعودي	200	1.8800	0.74		
تنظيم داعش	مصري	200	1.7950	0.61	0.773	غير دالة
	سعودي	200	1.7450	0.67		

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلي وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً وفقاً للجنسية، عدا بعد (العنف في مصر، الأزمة السورية، القضية الفلسطينية، وتنظيم داعش)، حيث بلغت قيمة "ت" قيماً غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.05).

الفرض السادس: توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، والجنسية).

1- الفروق تبعاً للنوع:

تم استخدام اختبار (T.Test) لقياس الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للنوع.

جدول (27)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للنوع

المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي	النوع	العدد	م	ع	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
العنف في مصر	الذكور	200	1.4650	0.67	4.948	0.001
	الإناث	200	1.8400	0.82		
الأزمة السورية	الذكور	200	1.6850	0.72	1.368	غير دالة
	الإناث	200	1.7900	0.80		
الأوضاع التونسية	الذكور	200	2.0450	0.74	2.538	0.05
	الإناث	200	1.8700	0.62		
الأوضاع اليمنية	الذكور	200	1.7850	0.74	1.054	غير دالة
	الإناث	200	1.7050	0.76		
القضية الفلسطينية	الذكور	200	1.8500	0.72	3.725	0.001
	الإناث	200	1.5900	0.67		
الأزمة الليبية	الذكور	200	1.7600	0.71	2.959	0.1
	الإناث	200	1.5450	0.74		
تنظيم داعش	الذكور	200	1.5050	0.59	2.303	0.05
	الإناث	200	1.3750	0.53		

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلي وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن

العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للنوع، عدا بعد (الأزمة السورية، والأوضاع اليمنية)، حيث بلغت قيمة "ت" قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05).

2- الفروق تبعاً للجنسية:

تم استخدام اختبار (T.Test) لقياس الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للجنسية.

جدول (28)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للجنسية

المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي	الجنسية	العدد	م	ع	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
العنف في مصر	مصري	200	1.6550	0.81	0.064	غير دالة
	سعودي	200	1.6500	0.74		
الأزمة السورية	مصري	200	1.7350	0.77	0.065	غير دالة
	سعودي	200	1.7400	0.76		
الأوضاع التونسية	مصري	200	2.1200	0.65	4.810	0.001
	سعودي	200	1.7950	0.69		
الأوضاع اليمنية	مصري	200	1.8800	0.81	3.609	0.001
	سعودي	200	1.6100	0.67		
القضية الفلسطينية	مصري	200	1.7350	0.69	0.423	غير دالة
	سعودي	200	1.7050	0.72		
الأزمة الليبية	مصري	200	1.5800	0.68	1.984	0.05
	سعودي	200	1.7250	0.76		
تنظيم داعش	مصري	200	1.5550	0.56	4.133	0.001
	سعودي	200	1.3250	0.54		

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلي وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع

التواصل الاجتماعي تبعاً للجنسية، عدا (العنف في مصر، والأزمة السورية، والقضية الفلسطينية)، حيث بلغت قيمة "ت" قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05).

الفرض السابع: " توجد علاقة دالة إحصائياً بين مستويات الرضا العام لدي الجمهور عينة الدراسة تجاه قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات المزاج العام تجاه تلك القضايا ".

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل كا² لقياس العلاقة بين مستويات الرضا العام لدي الجمهور عينة الدراسة تجاه قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات المزاج العام تجاه تلك القضايا، وذلك كما يلي:

جدول رقم (29)

العلاقة بين مستويات الرضا العام لدي الجمهور عينة الدراسة تجاه قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات المزاج العام تجاه تلك القضايا

المزاج العام		مزاج عام سلبي		مزاج عام معتدل		مزاج عام إيجابي		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
52	49.1	88	31.9	6	33.3	146	36.5		
35	33	119	43.1	8	44.4	162	40.5		
19	17.9	69	25	4	22.2	92	23		
106	100	276	100	18	100	400	100		

قيمة كا² = 9.912 درجة الحرية = 4 مستوى المعنوية = 0.042 مستوى الدلالة = 0.05

تشير نتائج تطبيق اختبار " كا²": إلي وجود علاقة دالة إحصائياً بين مستويات الرضا العام لدي الجمهور عينة الدراسة تجاه قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات المزاج العام تجاه تلك القضايا، حيث بلغت قيمة "كا²" (9.912)، عند درجة حرية=4، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)

الفرض الثامن: " توجد علاقة دالة إحصائياً بين مستويات الرضا العام لدي الجمهور عينة الدراسة تجاه قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات المزاج الشخصي تجاه تلك القضايا " .

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل كا² لقياس العلاقة بين مستويات الرضا العام لدي الجمهور عينة الدراسة تجاه قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات المزاج الشخصي تجاه تلك القضايا، وذلك كما يلي:

جدول رقم (30)

العلاقة بين مستويات الرضا العام لدي الجمهور عينة الدراسة تجاه قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات المزاج الشخصي تجاه تلك القضايا

الإجمالي		مزاج شخصي إيجابي		مزاج شخصي معتدل		مزاج شخصي سلبي		المزاج العام الرضا العام
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
36.5	146	0	0	28.1	62	48.6	84	راضي بدرجة منخفضة
40.5	162	83.3	5	52	115	24.3	42	راضي بدرجة متوسطة
23	92	16.7	1	19.9	44	27.2	47	راضي بدرجة كبيرة
100	400	100	6	100	221	100	173	الإجمالي

قيمة كا² = 36.947 درجة الحرية = 4 مستوى المعنوية = 0.000 مستوى الدلالة = 0.05

تشير نتائج تطبيق اختبار " كا²": إلي وجود علاقة دالة إحصائياً بين مستويات الرضا العام لدي الجمهور عينة الدراسة تجاه قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات المزاج الشخصي تجاه تلك القضايا ، حيث بلغت قيمة " كا² " (36.947)، عند درجة حرية=4، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05).

خاتمة الدراسة:

سعت الدراسة للتعرف على طبيعة العلاقة بين حجم ودرجة التعرض لمواقع الصحف والقنوات الفضائية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساته على المزاج العام للجمهور المصري والسعودي نحو قضايا الوطن العربي متمثلة في (مصر، سوريا، اليمن، فلسطين، تونس، ليبيا، تنظيم داعش)، من خلال صحيفة استقصاء لمسح 400 مفردة من الجمهور المصري والجمهور السعودي وكشفت الدراسة عن عدد من النتائج أهمها ما يلي:

- رصدت الدراسة ارتفاع معدلات تصفح الجمهور المصري والسعودي للمضمون الإخباري بمواقع الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتصدر (فيس بوك Facebook) مقدمة أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الجمهور عينة الدراسة علي تصفح المضمون الخبري بها ، ثم (تويتر Twitter) في المرتبة الثانية، ثم (انستجرام Instagram) في المرتبة الثالثة، وتصدرت (اليوم السابع) مقدمة أهم المواقع الإلكترونية للصحف المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الجمهور عينة الدراسة على تصفح المضمون الخبري بها، ثم (سبق الإلكترونية)، ثم (الأهرام المصرية)، وعلي صعيد مواقع القنوات الفضائية تصدرت (العربية) المقدمة، ثم (البي بي سي العربية) في المرتبة الثانية، ثم (الجزيرة).
- أكدت نتائج الدراسة حرص الجمهور المصري على متابعة المضامين الإخبارية لحسابات الصحف والقنوات الفضائية المتاحة عبر الفيس بوك Facebook ، وجاءت أكثر تلك الحسابات متابعة اليوم السابع ، في حين يحرص الجمهور السعودي علي متابعة حسابات الصحف والقنوات الفضائية المتاحة عبر تويتر Twitter وجاءت أكثر تلك الحسابات متابعة سبق الإلكترونية .
- كشفت الدراسة عن ارتفاع مستويات اهتمام الجمهور المصري والسعودي بتصفح المضمون الخبري الذي يتعلق بقضايا الوطن العربي وتباين هذا الإهتمام لديهم، حيث حظيت قضيتي العنف في مصر والأوضاع اليمنية

باهتمام مرتفع لدي الجمهور المصري عن نظيره السعودي، بينما علي العكس قضية تنظيم داعش التي حظيت باهتمام الجمهور السعودي، وتجانس الإهتمام لدي الجمهور المصري والسعودي عن باقي القضايا(السورية والفلسطينية والتونسية والليبية).

- تصدرت (الهجمات الإرهابية في سيناء) مقدمة أهم الأحداث التي تتعلق بأحداث العنف في مصر التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي، ثم (التفجيرات اليومية في معظم المحافظات المصرية)، ثم (مشروع قناة السويس).

- تصدر (فشل المجتمع الدولي في التعامل مع الأزمة السورية) مقدمة أهم الأحداث التي تتعلق بالأزمة السورية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي، ثم (محاولة تشكيل حكومه توافقية)، ثم (الحكومة التوافقية في سوريا).

- تصدرت (العلاقات التونسية العربية) مقدمة أهم الأحداث التي تتعلق بالأوضاع التونسية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي، ثم (تغير موقف الأحزاب السياسية التونسية)، ثم (الإنفلات الأمني التونسي).

- تصدر (الإنفلات الأمني اليمني) مقدمة أهم الأحداث التي تتعلق بالأوضاع اليمنية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي، ثم (العلاقات اليمنية العربية)، ثم (العلاقة بين الرئاسة اليمنية والحوثيين).

- تصدر (الدعم العربي للقضية الفلسطينية) مقدمة أهم الأحداث التي تتعلق بالقضية الفلسطينية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي، ثم (اعتراف البرلمان الأوروبي بدولة فلسطين)، ثم (حركة حماس وعلاقاتها بإيران، ورفع أوربا لها من قائمة المنظمات الإرهابية).

- تصدر (الدعم العربي للقضية الليبية) مقدمة أهم الأحداث التي تتعلق بالأزمة الليبية التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ثم (حل مجلس النواب الليبي)، ثم (قوات جيش القبائل وقوات فجر ليبيا).
- تصدرت (الدول والجماعات التي يحاربها التنظيم) مقدمة أهم الأحداث التي تتعلق بتنظيم داعش التي تصفحها الجمهور عينة الدراسة بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ثم (أعمال تنظيم داعش في العراق وسوريا وغيرها)، ثم (زعيم التنظيم أبو بكر البغدادي).
- أوضحت الدراسة ارتفاع معدلات المزاج العام السلبي لدى الجمهور المصري والسعودي نحو قضايا الوطن العربي التي قام بمطالعة أخبارها بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتباينت الحالة المزاجية ما بين (مزاج عام سلبي، ومعتدل، وإيجابي)، حيث حظيت (قضية الأوضاع التونسية، وقضية الأوضاع اليمنية) بمزاج عام معتدل لدى الجمهور المصري عن نظيره السعودي، بينما حظيت قضية الأزمة الليبية بمزاج عام معتدل لدى الجمهور السعودي عن نظيره المصري.
- أوضحت الدراسة ارتفاع معدلات المزاج الشخصي السلبي لدى الجمهور المصري والسعودي نحو قضايا الوطن العربي التي قام بمطالعة أخبارها بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتباينت الحالة المزاجية الشخصية ما بين (مزاج شخصي سلبي، ومعتدل، وإيجابي)، حيث حظيت قضية العنف في مصر بمزاج شخصي سلبي لدى الجمهور المصري عن نظيره السعودي، حظيت قضية الأوضاع التونسية بمزاج شخصي معتدل لدى الجمهور المصري عن نظيره السعودي، بينما حظيت قضية الأوضاع اليمنية بمزاج شخصي سلبي لدى الجمهور السعودي عن نظيره المصري.
- كشفت الدراسة عن انخفاض معدلات الرضا العام وكذلك معدلات القلق المستقبلي لدى الجمهور المصري والسعودي عن قضايا الوطن العربي التي

قام بمطالعة أخبارها بالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- انتهت الدراسة إلي وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج العام نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات تصفح الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- خلصت الدراسة إلي عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياس المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات تصفح الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- رصدت الدراسة وجود فروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة علي مقياسي المزاج العام المزاج الشخصي نحو قضايا الوطن العربي تبعاً لمستويات الاهتمام بمتابعة تلك القضايا في الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- خلصت الدراسة إلي وجود علاقة دالة إحصائياً بين مستويات الرضا العام لدي الجمهور عينة الدراسة تجاه قضايا الوطن العربي التي تناولتها الصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات المزاج العام ومستويات المزاج الشخصي تجاه تلك القضايا.

مراجع الدراسة:

- ¹ أيمن منصور ندا . تأثير التعرض للأخبار الإيجابية والسلبية على الحالة المزاجية العامة للجمهور المصري: دراسة شبه تجريبية ، *المجلة المصرية لبحوث الصحافة*، ع. 3-4، إبريل - سبتمبر ، 2010 ، ص 46.
- ² شريف درويش اللبان . التغيير السريع: الصحافة وإدارة المزاج العام للمصريين نحو تيارات الإسلام السياسي، *المركز العربي للدراسات والبحوث* / 18 أغسطس/ 2014 - متاح على الرابط <http://www.acrseg.org/10126> تم الزيارة بتاريخ 1/12 / 2015 ، BM 1.10
- ³ Dolf Zillmann . Mood Management Through Communication Choices , *The American Behavioral Scientist* , Jan-Feb 1988 , p 328.
- ⁴ عبد الله الحقييل .تأثير الحالة المزاجية على فاعلية الإعلان التلفزيوني ، *مجلة العلاقات العامة والإعلان* ، ع.1، ربيع-صيف 2011 ، ص 17.
- ⁵ Thomas S. Srull . Memory, Mood, and Consumer Judgment , *Consumer Research*, Vol. 14, 1987 Available online at:<http://acrwebsite.org/volumes/9825/volumes/v14/NA-14> . Date of search :12/8/2014, 9:00 BM
- ⁶ Leon Festinger . A Theory of Social Comparison Processes , *Human Relations*, 1954 , pp. 117-118 , Available at: <http://kslab.kaist.ac.kr/kse612/festinger1954.pdf> Date of search :12/6/2014, 8:30 AM
- ⁷ Brian I. Darr . Cognitive Dissonance and Terror Management: Effects of Induced Compliance and Mortality Salience on Attitudes, Mood and Self-esteem , *doctoral dissertation*, USA: Adelphi University , 2001. pp.2-3.
- ⁸ Bertram F. Malle . Fritz Heider's legacy: Celebrated Insights, Many of them Misunderstood , *Social Psychology* , Vol.39,2008, pp.164-165.
- ⁹ محمد عبد الحميد . نظريات الاعلام واتجاهات التأثير ، ط 2 (القاهرة : عالم الكتب ، 2000) ، ص 203
- ¹⁰ حسن عماد مكاوي . الاتصال ونظرياته المعاصرة ، ط9 (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، 2010) ، ص 139.
- ¹¹ عبد العزيز السيد . العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية حول الأحداث الجارية (توك شو) ومستوى الإحباط الاجتماعي ، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* ، م.9 ، ع.4، يوليو - ديسمبر 2009 ، ص ص 393-439.
- ¹² Silvia Knobloch . Mood Adjustment via Mass Communication , *Journal of Communication*, Vol.53, No.2, June, 2003 , pp233-234. Available online at: <http://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/72504/j.1460.2466.2003.tb02588.x.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Date of search :26/8/2014, 10:30 AM
- ¹³ Andrew M. Lane , et al . Mood Matters: A Response to Mellalieu , *Journal of Applied Sport Psychology* , Vol. 17, No. 4, 2005 . p.319 Available online at <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10413200500313610#.VRsl7vmUcg0> Available online at 9/8/2014, 10:10 BM
- ¹⁴ محمد محمود بني يونس . سيكولوجية الدافعية والانفعالات ، ط2 ، (عمان : دار المسيره ، 2012) ، ص 229
- ¹⁵ Ayşe Zafer Başkaya . Using Mood Management Theory to Define The Success of TV Format "O Ses Türkiye , *British Journal of Arts and Social Sciences* , Vol.13 No.1, 2013 , p.102
- ¹⁶ أيمن منصور ندا . مرجع سابق ، ص ص 46 - 47.
- ¹⁷ Silvia Knobloch . *Op , Cit*, p.234.

- ¹⁸ Young rak Park . the Effects of Media Interactivity ON Mood Regulation: AN Experimental Study , **unpublished doctoral dissertation, USA** : Florida State University , 2008) .pp.5-6.
- ¹⁹ John Velez Whitaker , Silvia Knobloch–Westerwick . **Mood Management and Selective Use of Media in the Context of New Media**. In Leonard Reinecke & Sabine Trepte (Eds.), **Entertainment in New Media** Cologne: Herbert– Halem–Verlag ,2012, p.34 Available online at: <http://www.academia.edu/4233849>, Date of search :27/8/2014, 7:15 AM
- ²⁰ عبد الله الحقييل .مرجع سابق ، ص 11.
- ²¹ سيد احمد عثمان . الإثراء النفسي : دراسة في الطفولة ونمو الإنسان ، ط1 (القاهرة : الأنجلو المصرية ، 1986) ، ص 18.
- ²² Crystine A. Serrone . Mood Management and Video-Game Engagement: the Importance of User-Experience and Gender in Assessing the Psychological Effects of Video -Game Play . unpublished Master's thesis, USA : San José State University , 2012 pp. 21-24 , p. 22.
- ²³ عبد الله الحقييل .مرجع سابق ، ص 16.
- ²⁴ John Velez Whitaker , Silvia Knobloch–Westerwick . **Op , Cit**, pp. 32–33
- ²⁵ Crystine A. Serrone . . Op. Cit , p. 23
- ²⁶ Dolf Zillmann . **Mood Management in the Context of Selective Exposure Theory** , In Michael E. Roloff (Ed), **Communication yearbook 23** , 2nd (UK : Routledge , 2012) , pp. 103-105
- ²⁷ Noelen-Hoeksema et . all . Explaining the Gender Difference in Depressive Symptoms. **Journal of Personality & Social Psychology**, Vol .77 , No.5 , 1999. P. 1061.
- ²⁸ Rebecca Anne Hansen . Coping with Loss: the Use of Media and Entertainment as A Mood -Management Device . **unpublished Master's thesis**, USA: California State University, Fullerton , 2003, p.24.
- ²⁹ عبد الله الحقييل .مرجع سابق، ص 47-48.
- ³⁰ عبد الطيف العوفي .حملات التوعية الإعلامية : الأسس النظرية والإجراءات التطبيقية ، ط1 (الرياض : جامعة الملك سعود النشر العلمي والمطابع ، 2012) ، ص ص 57-58 .
- ³¹ Dolf Zillmann . Mood Management Through Communication Choices , **The American Behavioral Scientist** , Jan-Feb 1988 , p 328.
- ³² Young rak Park . Op , Cit .pp.7-8.
- ³³ Rebecca Anne Hansen . Op , Cit, p.15
- ³⁴ John Velez Whitaker , Silvia Knobloch–Westerwick . **Op , Cit**, pp. 31.
- ³⁵ عبد الله الحقييل .مرجع سابق، ص، ص 13 ، 18.
- ³⁶ Crystine A. Serrone . Op , Cit, p. 18
- ³⁷ Benjamin K. Johnson , Silvia Knobloch-Westerwick. Glancing Up or Down: Mood Management and Selective Social Comparisons on Social Networking Sites , **Computers in Human Behavior** , Vol. 41, December 2014, pp. 36–37. Available online at <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S074756321400449X> Date of search : 10/10/2014, 5.30AM
- ³⁸ Silvia Knobloch-Westerwick . Gender Differences in Selective Media use for Mood Management and Mood Adjustment , **Journal of Broadcasting and Electronic Media** , Vol. 53 , 2007 , p.75.

³⁹ Greg Alan Boiarsky .The Role of Dysphoria and Depressive Experiences in the Selection of and Reaction to Television Programs , **doctoral dissertation** , USA : Madison : the University of WISCONSIN , 1993.

⁴⁰ Silvia Knobloch-Westerwick & Scott Alter . Mood Adjustment to Social Situations Through Mass Media Use: How Men Ruminates and Women Dissipate Angry Moods . **Human Communication Research** , Vol. 32, 2006 . pp. 58–73 Available online at, <http://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/75109/j.1468.2958.2006.003.x.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Date of search :25/6/2014, 7:30 BM

⁴¹ Yuliya Strizhakova , Marina Krmar . Mood Management and Video Rental Choices , **Media Psychology**, pp.91–112, 2007 , Available online at <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080.15213260701301152?journalCode=hme20#.VRsu6PmUcg0> , Date of search : 2/7/2014, 10.00AM

⁴² Young rak Park . **Op , Cit**.

⁴³ Mark Mulligan . Exploring Mood Management Via Exposure to A Massively Multi-Player Online Game , **doctoral dissertation** , USA : College of Communication , Florida State University , 2008

⁴⁴ Francesca R. Dillman Carpentier , et al . Sad Kids, Sad Media? Applying Mood Management Theory to Depressed Adolescents' Use of Media , **Media Psychol**, Vol.11 , No.1 , Jan 2008 , pp.143–166. Available online at: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2746648/> Date of search : 7/7/2014, 6.00AM

⁴⁵ نشوى عقل . العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية حول الأحداث الجارية (توك شو) ومستوى الإحباط الاجتماعي ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، م.9 ، ع.4 ، يوليو – ديسمبر 2009 ، ص ص 393-439.

⁴⁶ ايمن منصور ندا . مرجع سابق ، ص ص 41-95.

⁴⁷ عبد الله الحقييل . مرجع سابق ، ص ص 6-51 .

⁴⁸ Crystine A. Serrone . **Op. Cit** .

⁴⁹ Ayşe Zafer Başkaya . **Op , Cit** , pp.96- 106.

⁵⁰ عبد العزيز السيد . مرجع سابق ، ص ص 6-51 .

⁵¹ Jeff Laurent et al . A Measure of Positive and Negative Affect for Children: Scale Development and Preliminary Validation. **Psychological Assessment**, Vol. 11, No.3 , Sep 1999, pp. 326-338 Available online at <http://psycnet.apa.org/doi/10.1037/1040-3590.11.3.326> Date of search : 2/7/2014, 10.30AM

⁵² Andrew M. Lane, et al . Development and Validation of a Mood Measure for Adolescents , **Journal of Sports Sciences** , Vol. 17, No. 11, 1999 , pp. 861-872 . Available online at: <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/026404199365425>.

⁵³ Yuliya Strizhakova , Marina Krmar . Mood Management and Video Rental Choices , **Media Psychology**, pp.91–112, 2007 , Available online at <http://www.tandfonline.com>.

⁵⁴ تم عرض بيانات الاستمارة على السادة : (الترتيب هجائياً)

- د. /شريف درويش اللبان: أستاذ الصحافة ووكيل كلية الإعلام لشئون البيئة والمجتمع، جامعة القاهرة.

- د. / طه عبد العاطي نجم: رئيس قسم الإعلام بكلية الآداب جامعة الإسكندرية.

- د. / عادل عبدالغفار: عميد كلية الإعلام جامعة بني سويف.

-
- ا.د / عبدالله بن محمد الحقييل: أستاذ الإعلام بكلية الإعلام والاتصال جامعة الإمام محمد بن سعود.
 - ا.د / عبدالله بن محمد الرفاعي: أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام والاتصال جامعة الإمام محمد بن سعود.
 - ا.د / على عقلة نجادات: أستاذ الصحافة بكلية الإعلام والاتصال جامعة الإمام محمد بن سعود.
 - ا.د / محمود حسن إسماعيل: أستاذ ورئيس قسم الإعلام جامعة عين شمس.