Sana'a University Journal of Human Sciences
مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية
Vol. 2 | No. 1 | Page 211 – 256 | 2024 |
https://journals.su.edu.ye/index.php/jhs
ISSN : 2958-8677

اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية وعلاقته بدرجة اكتسابهم للمعلومات عن الحرب على اليمن: دراسة ميدانية

Yemeni Youth's Reliance on News Websites and its Relation to Degree Obtaining News on War in Yemen

مهدي محمد حيدر صالح
باحث - قسم العلاقات العامة والإعلان
كلية الإعلام - جامعة صنعاء - اليمن

عبدالباسط محمد عبد الوهاب الحطامي
باحث - كلية الإعلام - جامعة صنعاء - اليمن

Mahdi Mohammad Haider Saleh
Researcher - Department of Public Relations and Advertising
Faculty of Information - Sana'a University - Yemen

Abdel Basit Mohammad Abdel Wahab Al-Hatami
Researcher - Faculty of Information
Sana'a University - Yemen

الملخص:

تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية وعلاقته بدرجة اكتسابهم للمعلومات عن أحداث الحرب على اليمن، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة على عينة قوامها :(400) مفردة من الشباب اليمني من سن: 18 عاماً، وحتى: 45 عاماً، كما اعتمدت الدراسة على استمارة الاستقصاء في جمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: إن نسبة متابعة العينة لأخبار الحرب على اليمن من المواقع الإلكترونية الإخبارية جاءت بدرجة متوسطة، حيث بلغت نسبة من يتابع دائماً وأحياناً: (71.2%) من أفراد العينة، كما تصدر موقع الفيسبوك المرتبة الأولى بين المواقع الإلكترونية الإخبارية لمتابعة أفراد العينة أخبار الحرب على اليمن بمتوسط حسابي بلغ :(35%). وكشفت الدراسة أن أفراد العينة أبدوا اتجاهاً إيجابياً نحو دوافع متابعتهم لتطورات الحرب على اليمن من المواقع الإلكترونية الإخبارية، وجاء دافع (سهولة وسرعة الحصول عليها) في المرتبة الأولى بين تلك الدوافع، كما أبدوا اتجاهاً متوسطاً تجاه درجة مصداقية تلك المواقع بمتوسط حسابي بلغ: (1.22) لمجموع تلك المواقع، كما أوضحت نتائج الدراسة أن أفراد العينة أبدوا اتجاهاً متوسطاً تجاه التأثيرات المترتبة على اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية، حيث بلغ المتوسط العام: (1.89).كما أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط متوسطة موجبة بين معدل اعتماد أفراد العينة على المواقع الإلكترونية الإخبارية ودرجة اكتسابهم للمعلومات حول الحرب على اليمن، وكذلك بين درجة مصداقية ما تقدمه من معلومات ومعدل الاعتماد على تلك المواقع.

الكلمات المفتاحية: الدوافع، الشباب اليمني، المواقع الإلكترونية الإخبارية، اكتساب المعلومات، أحداث الحرب على اليمن.

Abstract:

The study aimed to identify the degree of Yemeni youth's reliance on news websites and its relation to degree obtaining news on war in Yemen. To achieve this, the study used a questionnaire to collect data from a sample of (400) Yemeni individuals whose ages ranged from 18 to 45. The study results revealed that (71.2%) of the sample responses (always and sometimes) followed the news via websites, which indicated a medium degree. Facebook was listed the top source of news by (35%) of the study sample. The sample also showed a positive attitude towards their motivations behind keeping themselves updated on the war news in Yemen via websites. The motivation (easy and accessible source of information) was given the highest score. Furthermore, the study sample showed a medium attitude towards the validity degree of these websites at a mean of (1.22); and they also indicated an average attitude towards the effects of depending on news websites at a mean of (1.89). Finally, the study results indicated a medium positive relation between the degree of depending on news websites and the degree of obtaining the news on Yemen and the validity of such news.

Keywords: motivation, Yemeni youth, news websites, obtaining information, war on Yemen

المقدمة:

لقد أصبحت المواقع الإلكترونية الإخبارية اليوم مصدراً من مصادر المعلومات، ورافداً مهماً للمعرفة لكل ما يدار حولنا وما يقع من أحداث واضطرابات وأزمات، وتعد كذلك موجّهاً فعالاً لسلوك الأفراد والجماهير، وأصبح وجودها في كل مكان أمراً مألوفا وملحا لا غنى عنه لإنسان القرن الواحد والعشرون.

واضحت تلك المواقع الإلكترونية الإخبارية أساس الحياة المعاصرة بفضل خدمة الإنترنت التي تجذرت في كل شؤون حياتنا، مما جعل للمستخدمين لها في العالم في تزايد مستمر، إذ تشير الإحصائيات إلى ارتفاع عدد مستخدمي الإنترنت، حيث يقدر ذلك بما يزيد على المليارين والنصف مستخدم[1] وخاصة في ظل ثورة الأنفوميديا (Info media) «الوسائط المعلوماتية» والتي تتجسد في الدمج بين وسائل الإعلام والاتصال، إذ صار بالإمكان تصفح المواقع الإلكترونية الإخبارية، بواسطة الموبايل المزود بالنت بسرعة وجودة تضاهي التصفح على الكمبيوتر، وبذلك استطاعت المواقع الإلكترونية الإخبارية أن تخلق واقعاً مغايراً على الصعيد الإعلامي والثقافي والفكري والسياسي، فهي لا تعد تطويراً فقط لوسائل الإعلام التقليدية وإنما هي وسيلة إعلامية احتوت كل ما سبقها من وسائل الإعلام، وخاصة بعد انتشار الخدمات والمدونات الإلكترونية وظهور الصحف والمجلات الإلكترونية التي تصدر عبر الإنترنت، بل إن الدمج بين كل هذه الخدمات والتداخل بينها أوجد أشكالا إعلامية متنوعة بما لا يمكن عده أو التنبؤ بإمكانياته، وأصبحت تلك المواقع الإلكترونية الإخبارية جزءاً لا يتجزأ من المجتمع، خاصة في أوقات الأزمات والأحداث، وأصبحت معلومات وتحليلات المواقع الإلكترونية ذات أهمية كبيرة لوسائل الإعلام، وقيمة متزايدة في المجتمعات، ولقد أثبتت بعض الدراسات ازدياد عدد الساعات التي يقضيها الجمهور مع المواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام الجماهيري خلال السنوات الماضية، وهذا مؤشر قوي ومهم على زيادة تعرض الجمهور للمواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام، وقد شهدت المواقع الإلكترونية في الفترة الأخيرة تطورًا ملموساً يستحق البحث والدراسة لزيادة حجم زوارها نظراً لقدرتها على متابعة الأحداث والوقائع الفورية والمعلومات المهمة في كافة أرجاء العالم، وخاصة في المناطق ذات الأحداث الساخنة مثل اليمن، وقد أصبحت مجريات الأحداث تنقل لحظة بلحظة من مواقع الأحداث إلى الجمهور، ومن المؤكد أن بروز المواقع الإلكترونية اليمنية قد ساهم في نقل الإعلام اليمني من حيز الخطاب المحلي الضيق إلى آفاق أوسع، تتيح المجال لتوصيل المضمون الإعلامي إلى كل العالم، متغلباً على مختلف العوائق البشرية والسياسية والاقتصادية والجغرافية أو أي موانع محلية أو إقليمية أو عالمية، كما أنها لعبت دوراً بارزاً في خدمة المأساة والأزمة اليمنية وفضح مخططات وأطماع العدوان الذي بذل كل جهوده وحيله وإمكاناته لخدمة أهدافه وغاياته من خلال وسائل الإعلام المختلفة، وبناءً على ما سبق قُدِّمتْ هذه الدراسة للتعرف على مدى اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية وعلاقته بدرجة اكتسابهم للمعلومات والأخبار عن أحداث الحرب على اليمن.

المحور الأول: الإطار المنهجي للدراسة:

ويتضمن ما يلي:

1) الدراسات السابقة:

تم الاعتماد على عدة دراسات وتم تقسيمها إلى محورين وفقاً لمتغيرات الدراسة:

المحور الأول: الدراسات التي سعت لقياس درجة الاعتماد على المواقع الإلكترونية الإخبارية:

1- دراسة "سعيد الغريب النجار" (2006م)[2]: التي هدفت إلى معرفة كيفية استخدام الشباب للصحف الإلكترونية، ومعرفة مزايا الصحف الإلكترونية

وعيوبها مقارنة بالصحف الورقية من وجهة نظر الشباب، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: وجود عدد من المزايا للصحافة الإلكترونية من وجهة نظر الشباب أبرزها: سهولة الحصول عليها على مدار الساعة، خدمة الأرشيف الإلكتروني، تحديث المحتوى أولاً بأول، الحصول على الصحيفة في أي مكان بالعالم، إتاحة فرصة للبحث والتصفح والاختيار، والتفاعل بين الصحيفة والقراء، كما كانت أهم عيوب الصحف الإلكترونية: إرهاق العين أثناء القراءة، والتشتت والارتباك أثناء التصفح والتجوال خلال أرقام الصحيفة وصفحاتها.

2- دراسة Shelley,Boulianne (2007) [3]: التي هدفت إلى معرفة إمكانية تنشيط الحياة المعرفية للشباب بواسطة الإنترنت، وبالذات المعلومات السياسية، وخلصت الدراسة إلى أن شبكة الإنترنت تستطيع أن تزيد من حجم المعلومات السياسية لدى الشباب.

3- دراسة Urista and Oters (2009) [4]: التي هدفت إلى التعرف على استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي بالتطبيق على موقعي "ماي سبيس" و"الفيسبوك" في إطار مدخل الاستخدامات والاشباعات، وتوصلت إلى عدة نتائج منها: أن أهم الدوافع الخاصة باستخدام الشباب للموقعين (الفيس بوك وماي سبيس) كانت بدافع الاتصال بالأهل والأصدقاء، والتعرف على العالم المحيط بهم ليكونوا أكثر شعبية وجاذبية في عيون الآخرين، بالإضافة إلى سهولة ويسر بناء وتكوين العلاقات مع الآخرين وكذلك من أجل إجراء اتصال فعال معهم.

4- دراسة هبة ربيع (2010) [5]: التي هدفت إلى رصد وتحليل أنماط تعرض الجمهور المصري من الشباب للمواقع الإخبارية العربية واستخداماته لها، وكذلك الإشباع الذي يتحقق من خلال تعرضهم لها، بالإضافة إلى رصد تأثير العوامل الديمغرافية على أنماط التعرض ودوافع الاستخدامات ثم التفضيلات لمستخدمي المواقع الإخبارية العربية من الشباب والإشباع المتحقق من استخدامها، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أن الذكور أكثر استخدامًا للمواقع الإخبارية في الفئة التي يبلغ متوسط دخلها الشهري أكثر من (ألف جنيه)، وكذلك تتفوق نسبة الذكور الذين يستخدمون المواقع الإخبارية في أوقات الأزمات الطارئة فقط عن نسبة الإناث.

5- دراسة "نشوى اللواتي" في (2011م) [6]: التي هدفت إلى قياس المتغيرات المؤثرة في عملية تشكيل الاتجاه التي تهدف الى بحث تأثير التعرض للمواقع الالكترونية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو الثورة الشعبية المصرية والليبية. وقياس طبيعة العلاقة بين التعرض للمواقع الاخبارية الالكترونية وبين المتغيرات الوسيطة وتأثير ذلك على الاتجاهات نحو الثورة الشعبية المصرية والليبية، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للمواقع الإخبارية الإلكترونية وبين كل من مستوى النشاط والكفاءة والخبرة في الاستخدام والمشاركة السياسية والخلفية المعرفية، وكذلك بين التعرض للمواقع الإخبارية الإلكترونية وبين تشكيل الاتجاه نحو القضايا السياسية، كما أثبتت أن هناك فروقاً

ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في ضوء المستوى التعليمي لصالح كثافة التعرض الأعلى تعليماً.

6- دراسة طه وأنور (2011) [7]: التي هدفت إلى معرفة العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام الجديدة- ممثلة في الإنترنت- ومستوى المعرفة السياسية لدى الشباب العماني من خلال التعرف على مظاهر اهتمام طلاب جامعة السلطان قابوس بالموضوعات السياسية، ودوافع تعرضهم لها عبر الإنترنت، والمواقع المفضلة لديهم لمتابعة الموضوعات السياسية، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها تصدر "احتواء الإنترنت على الصور وخدمات الفيديو" مقدمة دوافع تعرض الطلاب لمتابعة الموضوعات السياسية على الإنترنت، واحتل موقع " الجزيرة نت" صدارة المواقع الإلكترونية المفضلة لمتابعة طلاب جامعة السلطان قابوس للموضوعات السياسية، كما أثبتت الدراسة أن من أسباب تفضيل المواقع الإلكترونية ارتفاع درجة المصداقية.

7- دراسة خوله عبد العزيز الغامدي (2020) [8]: التي هدفت إلى التعرف على دوافع تعرض الجمهور السعودي للصحف الإلكترونية والاشباعات المتحققة، وتوصلت الدراسة إلى أن درجة اطلاع عينة الدراسة على الصحف الإلكترونية جاءت بدرجة متوسطة، كما أن: (77.4%) من العينة تتعرض للصحف بأقل من ساعة يومياً، كما أن من أهم أسباب تفضيل أفراد العينة لمتابعة الصحف الإلكترونية " تقديمها كافة الموضوعات ثم الثقة في المعلومات التي تقدمها".

8- دراسة نوال الحزورة، ومهدي محمد حيدر (2020)[9]: التي سعت إلى معرفة العلاقة بين استخدام الشباب اليمني لشبكة الإنترنت بمختلف تطبيقاتها ومستوى وعيهم بالشائعات المنتشرة حول الأحداث التي تجري في اليمن، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: حصول الإنترنت بتطبيقاته المختلفة على المرتبة الأولى بين وسائل الاتصال التي يعتمد عليها الشباب اليمني في معرفة الأحداث في اليمن بوزن نسبي بلغ:(72.4%) بشكل عام، كما حصل تطبيق "الواتساب" بشكل خاص على المرتبة الأولى بين مجموعة التطبيقات التي يتابع أفراد العينة من خلالها مجريات الأحداث في اليمن.

9- دراسة عبد الكريم الدبيسي، وأحمد محمدين، وحسام العتوم (2022) [10]: التي هدفت إلى التعرُّف على دور الصحافة الإلكترونية الأردنية في تشكيل اتجاهات الجمهور الأردني نحو قضايا المجتمع، وتوصلت إلى ارتفاع اهتمام الجمهور بقراءة الصحف الإلكترونية بنسبة: 78.2%، وأن للصحف الإلكترونية دوراً مهماً في تشكيل الاتجاهات الإيجابية للجمهور نحو قضايا المجتمع.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت قياس درجة اكتساب المعلومات:

10- دراسة Yang-Jin (2004م) [11]: التي هدفت إلى معرفة مدى اعتماد أفراد العينة على الإنترنت في تعرفهم على الحياة المدنية الأمريكية، وكذلك الأخبار الخاصة بالأحداث المحلية، وكانت أبرز النتائج أن الأخبار القومية الواردة بالإنترنت جاءت في المرتبة الأولى، كما

جاءت الأخبار العلمية وأخبار الأعمال الحرة والسفر في مراتب متدنية، وكذلك ذلك توصلت الدراسة إلى أن الانترنت أحدث تغيراً في سلوك الأفراد الخاص بالتعرض لوسائل الإعلام، مما أثر تأثيراً خفيفاً على الاستخدام التقليدي لوسائل الإعلام في الحصول على الأخبار.

11- دراسة حسين علي السرو، وعبد الصادق حسن، (2014) [12]: التي هدفت إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب البحريني على مواقع الصحف الإلكترونية وأهم تأثيرات الاعتماد على تلك المواقع، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج عدة أهمها: أن: 92.75% من أفراد العينة تعتمد على المواقع الإلكترونية للصحف البحرينية كمصدر للمعلومات المجتمعية، كما أن أهم تأثيرات الاعتماد أنها "تساعد على إدراك وفهم الواقع الاجتماعي المحيط".

12- دراسة خالد صلاح عبد الرحمن الحسين (2014م) [13]: التي هدفت إلى التعرف على مدى اعتماد طلبة الجامعات الأردنية الحكومية على المواقع الإلكترونية الإخبارية في التماس المعلومات نحو القضايا السياسية، أهمها: أن أفراد عينة الدراسة يعتمدون على المواقع الإلكترونية الإخبارية بدرجة عالية كمصدر للمعلومات عن القضايا السياسية، كما أن "مشاركة الجامعات في المناسبات الوطنية والفعاليات السياسية" جاءت في مقدمة المضامين السياسية التي تقدمتها تلك المواقع.

13- دراسة منال عبده محمد منصور (2014) [14]: التي هدفت إلى التعرف على مدى اعتماد طلاب الجامعة على المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات عن الأزمات المصرية وعلاقته بتوقعاتهم لمستقبل مصر السياسي، وتوصلت الدراسة إلى: أن المواقع الإخبارية الإلكترونية حصلت على الترتيب الأول بين ترتيب المصادر التي يعتمد عليها المبحوثين في الحصول على معلومات عن الأزمات المصرية، كما أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد طلاب الجامعة على المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات عن الأزمات المصرية (الانفلات الأمني ـ مياه النيل . سيناء) والتأثيرات المترتبة على ذلك.

14- دراسة صابر حسن محمد (2014) [15]: التي هدفت إلى التعرف على العلاقة بين اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإخبارية الإلكترونية ومستوى المعرفة بالقضايا السياسية اليمنية والعربية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: تحققت النسب الأعلى في حضور القضايا السياسية اليمنية والعربية لدى نوعى "المواقع التابعة لصحف ورقية أهلية ونوع المواقع المستقلة"، كما توصلت إلى وجود اختلاف بين المواقع الإخبارية الإلكترونية في ترتيب القضايا السياسية، حيث احتلت "قضية الأوضاع السياسية في دول الربيع العربي" المرتبة الأولى لدى جميع المواقع بنسبة: 34.7%، بينما اختلف "ترتيب القضايا السياسية الأخرى" في باقي المواقع.

15- دراسة هاني أحمد محمد مرجان (2015) [16]: التي هدفت إلى التعرف على مدى اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات حول قضية اللاجئين الفلسطينيين، ومعرفة

الآثار الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة على تلك المواقع الإلكترونية، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها: أن نسبة: 37.3%من المبحوثين يحرصون على متابعة المواقع الإلكترونية بدرجة عالية، بينما جاءت المواقع الإلكترونية في مقدمة المصادر التي يعتمد عليها المبحوثين لاكتساب المعلومات حول قضية اللاجئين بنسبة: % 48.1، كما أشارت الدراسة إلى أن " متابعة تفاصيل تلك الأزمات" جاءت في مقدمة دوافع الاعتماد على المواقع الإلكترونية بشأن الأزمات التي يتعرض لها اللاجئون بنسبة: % 25.98

16- دراسة أكرم عيساوي (2016م) [17]: التي هدفت إلى التعرف على مدى اعتماد شباب جامعة تبسة على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات والحقائق والأخبار مع معرفة مدى مصداقيتها ومطابقتها للواقع الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن 95% من أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة الأخبار، كما جاء موقع الفيسبوك في مقدمة تلك المواقع بنسبة: 95%.

17- دراسة عبير محمود جبار (2017) [18]: التي هدفت إلى معرفة توجه الطلبة وميولهم نحو الاعتماد على الإعلام الجديد كبديل عن وسائل الاعلام التقليدية (صحف، اذاعة وتلفزيون) في الحصول على المعلومات والأخبار، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها: أن نسبة كبيرة من طلبة جامعة جيهان يعتمد بشكل كبير وأساسي على الإعلام الجديد وتطبيقاته المختلفة كالفيس بوك وتويتر كمصدر مهم لمعلوماتهم وأخبارهم في مختلف الشؤون، كما أن ميزة السرعة التي يتمتع بها الإعلام الجديد هي الدافع الكبير لدى العينة في الاعتماد على الإعلام الجديد كمصدر رئيسي لمعلوماتهم وأخبارهم.

التعليق على الدراسات السابقة ومدى الاستفادة منها:

يتضح من خلال الاطلاع على تلك الدراسات السابقة الآتي:

- ركزت بعض الدراسات على الصحف الإلكترونية، ولم تتطرق للمواقع الإلكترونية الإخبارية كالدراسات : (الدبيسي وآخرون 2022، وحسين على السرو وعبد الصادق 2014، وخولة 2020، وسعيد2006).
- اهتمت كثير من الدراسات باعتماد طلبة الجامعات أو الشباب بالمواقع الإلكترونية وعلاقة ذلك بمستوى المعرفة لديهم بالقضايا السياسية المحلية والعربية أو بالمعلومات السياسية أو قضية اللاجئين الفلسطينيين مثل دراسات: (نشوى اللواتي 2011، وصابر 2014، ومنصور 2014، وخالد 2014، وهاني 2015).
- استخدمت معظم الدراسات السابقة استمارة الاستقصاء فقط عدى اهتمام القليل من الدراسات بتحليل المواقع الإخبارية من حيث مضمونها مع الإشارة إلى أنماط تعرض الشباب للمواقع الإخبارية العربية، مثل دراسة (هبة ربيع

2010)، في حين تستخدم هذه الدراسة أداة واحدة وهي الاستقصاء.

- انحصر اهتمام بعض الدراسات السابقة على دراسة شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في إمداد الشباب بالمعلومات السياسية والأخبار والقضايا والأحداث الجارية كدراسات: (Oters Urista2009، وأكرم عيساوي 2016).
- اهتمت بعض الدراسات السابقة باعتماد الشباب على الانترنت في الحصول على المعلومات بالأحداث المحلية أو زيادة الوعي السياسي لديهم أو زيادة وعيهم بالشائعات الإلكترونية حول الأحداث الجارية، أو كمصدر للمعلومات عن القضايا السياسية كالدراسات :(Yang-Jin 2004، و2007Shelley,Boulianne، ونوال الحزورة ومهدي 2020).
- كما اهتمت بعض الدراسات السابقة باعتماد طلبة الجامعات والشباب على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار أو علاقته بمستوى المعرفة السياسية كدراسات :(طه وأنور 2011، وعبير 2017).
- في حين لم تتطرق أية دراسة سابقة – حسب علم الباحثين– اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية أثناء الحرب على اليمن وعلاقته بمستوى المعرفة بأحداثها.
- أغلب الدراسات السابقة تقع ضمن البحوث الوصفية، واستخدمت منهج المسح، وهذا يتفق مع هذه الدراسة.
- استخدمت عدد من الدراسات السابقة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، كإطار مناسب لها، وهذا يتناسب مع النظرية المستخدمة في هذه الدراسة.

وقد استفاد الباحثان من الدراسات السابقة في تأكيد حداثة الدراسة الحالية وتغير موضوعها، كما أفادت في تحديد مشكلة البحث وأهدافه، وفي تصميم أسئلة الاستبيان، وساعدت الباحثان أيضاً في تحديد الجانب النظري المتمثل في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وكذلك مناقشة نتائج الدراسة ومقارنتها بنتائج تلك الدراسات بشكل عام بما يضمن تفسير النتائج بشكل أكثر عمقاً.

2) مشكلة الدراسة:

بعد انتشار خدمة الإنترنت في العالم عموما وفي الوطن العربي خصوصا حرصت اليمن كغيرها من الدول أن تطعم مؤسساتها الإعلامية المقروءة والمسموعة والمرئية بخدمة الإنترنت وأصبحت تلك المؤسسات – وخاصة منذ منتصف التسعينيات من القرن الماضي– لها مواقع إلكترونية على صفحات النت وأصبح أيضا لها مواقع إخبارية إلكترونية متعددة سواء خاصة أم رسمية أم حزبية حرصاً منها على متابعة الجديد في المجال الرقمي والإلكتروني لتقديم للجمهور اليمني عموما وللشباب على وجه الخصوص كل جديد وخاصة في المجال الإخباري سواء في وقت الحرب أم السلم، مما حدا بالباحثين التعرف على مدى اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية كبديل عن وسائل الإعلام التقليدية (صحف ومجلات، وإذاعة وتلفزيون) وعلاقته بدرجة اكتسابهم للمعلومات والأخبار والمعرفة عن أحداث الحرب على اليمن، إضافة إلى معرفة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناجمة عن هذا الاعتماد.

3) أهمية الدراسة:

تعود أهمية الدراسة إلى ما ستسفر عنها من نتائج يمكن الاستفادة منها في الجانب العملي والعلمي:

أ- **الأهمية العملية:** تعود إلى أهمية المواقع الإلكترونية الإخبارية ومعرفة اعتماد الشباب اليمني عليها أثناء الحرب على اليمن، وعلاقتها بدرجة اكتسابهم المعلومات عن أحداثها، كما تسهم هذه الدراسة في تقديم تصور لصناع القرار في هذه المواقع الإلكترونية الإخبارية من خلال التركيز على الدور المعرفي والإخباري الذي تؤديه، وكذلك فيما تسفر عنه من نتائج قد تساعد هذه المواقع على تحقيق أهدافها.

ب-**الأهمية العلمية:** قلة الدراسات التي تناولت اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية في اكتساب المعلومات عن أحداث الحرب على اليمن، إذ تعد هذه الدراسة هي الأولى من نوعها خاصة في مجال تعرفها على اعتماد الشباب اليمني للمواقع الإلكترونية الإخبارية وعلاقة ذلك بدرجة اكتسابهم المعلومات عن أحداث الحرب على اليمن، وما تضيفه علمياً للباحثين اليمنيين على وجه الخصوص والباحثين الآخرين الذي يفتقروا لمثل هذه الدراسات المتخصصة، معتمدين في ذلك على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

4) أهداف الدراسة:

تحددت في الهدف الرئيس الآتي:

_ الكشف عن مدى اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية وعلاقته بدرجة اكتسابهم للمعلومات عن أحداث الحرب على اليمن، و يتفرع عن هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية الآتية:

1- التعرف على معدل متابعة الشباب اليمني للمواقع الإلكترونية الإخبارية أثناء الحرب على اليمن.
2- التعرف على دوافع اعتماد الشباب اليمني للمواقع الإلكترونية الإخبارية.
3- الكشف عن المواقع الإلكترونية التي اعتمد عليها الشباب اليمني.
4- التعرف على الأشكال والموضوعات الخاصة بأحداث الحرب على اليمن التي يتابعها الشباب اليمني في المواقع الإلكترونية الإخبارية.
5- التعرف على عادات وأنماط متابعة الشباب اليمني للمواقع الإلكترونية الإخبارية وعلاقته بدرجة اكتسابهم المعلومات عن أحداث الحرب على اليمن.
6- التعرف على أهم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية لاكتساب المعلومات عن أحداث الحرب على اليمن.

5) تساؤلات الدراسة وفروضها:

أولا: تساؤلات الدراسة: سعت الدراسة للإجابة عن تساؤل رئيس وهو:

ما علاقة اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية بدرجة اكتسابهم للمعلومات عن أحداث الحرب على اليمن؟ وللإجابة عن هذا التساؤل توجد مجموعة أسئلة فرعية تسعى الدراسة الإجابة عنها وهي:

1. ما معدل اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية لاكتساب المعلومات عن أحداث الحرب على اليمن؟

2. ما دوافع اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية لاكتساب المعلومات عن أحداث الحرب على اليمن؟
3. ما المواقع الإلكترونية التي اعتمد عليها الشباب اليمني لاكتساب المعلومات عن أحداث الحرب على اليمن؟
4. ما الأشكال والموضوعات الخاصة بأحداث الحرب على اليمن التي يتابعها الشباب اليمني في المواقع الإلكترونية الإخبارية؟
5. ما أنماط متابعة الشباب اليمني للمواقع الإلكترونية الإخبارية وعلاقته باكتساب المعلومات عن أحداث الحرب على اليمن؟
6. ما أهم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تتحقق للشباب اليمني جراء متابعتهم لأحداث الحرب على اليمن على المواقع الإلكترونية الإخبارية؟

ثانيا: فروض الدراسة: تحددت في الفروض التالية:

1. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية ودرجة اكتسابهم للمعلومات حول الحرب في اليمن.
2. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.
3. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية ومستوى تقييم المبحوثين لمصداقية المعلومات التي تقدمها عن حرب التحالف على اليمن.
4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية في متابعة أخبار الحرب على اليمن وفقاً للنوع والمستوى العمري والتعليمي والاقتصادي للمبحوثين.
5. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات الناتجة عن اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية في متابعة أخبار الحرب على اليمن وفقاً للنوع وللمستوى العمري وللمستوى التعليمي وللمستوى الاقتصادي.
6. توجد فروق ذات دلالة إحصائية من حيث درجة اكتساب المبحوثين للمعلومات من المواقع الإلكترونية الإخبارية وفقاً (للنوع / المستوى العمري / للمستوى التعليمي/ للمستوى الاقتصادي).

المحور الثاني: الإطار النظري للدراسة:

أولاً: النظرية الإعلامية التي اعتمدت عليها هذه الدراسة كإطار نظري موجه للدراسة:

هناك نظريات تفسر علاقة الشباب بوسائل الإعلام ومنها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Mass Media Dependency Theory وقد تم الاعتماد على هذه النظرية في هذه الدراسة كونها من النظريات الحديثة في مجال تفسير العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي، حيث يرى الباحثان أن هذه النظرية ساعدت في تحديد مشكلة الدراسة وفي تفسير النتائج.

وموضوع الدراسة يقوم على معرفة اعتماد الشباب اليمني للمواقع الإلكترونية الإخبارية أثناء الحرب على اليمن وعلاقته بمستوى المعرفة بأحداث الحرب، وبناءً على ذلك نجد مدى ترابط نظرية (الاعتماد على وسائل الإعلام ومنها (المواقع الإلكترونية

الإخبارية) مع موضوع الدراسة، التي تهدف إلى معرفة مدى اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية أثناء الحرب على اليمن من خلال ما ينزل على تلك المواقع من أخبار عن تلك الحرب.

فنظرية الاعتماد تسعى لتفسير العلاقة بين الوسائل والجمهور، من خلال الإجابة على التساؤل التالي: لماذا يكون لوسائل الاتصال تأثيرات مباشرة وقوية، وأحياناً أخرى يكون لها تأثيرات ضعيفة وغير مباشرة؟ [19] وتعد هذه النظرية وفقاً لشرح "بول روكينس وملفن دوفلير" نظرية بيئية بسبب نظرتها إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، وبحثها في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية الصغيرة والكبيرة كل منها بالآخر، ومحاولتها تفسير سلوك تلك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات [20].

وبناءً على هذا التصور يمكننا القول بأن نظام الاتصال أصبح ينظر إليه كجانب مهم من النسيج الاجتماعي الحديث، وأن لوسائل الإعلام علاقة ارتباط بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى، ولهذا السبب فهي تؤثر فيها وتتأثر بها، ويرجع حسن عماد مكاوي علاقة الاعتماد على وسائل الإعلام إلى ركيزتين أساسيتين هما:[21]

1. الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات أهدافهم الشخصية والاجتماعية فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات والعكس الصحيح.
2. المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الاتصال نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم.

وبناءً على ما يراه مؤسسا النظرية ديلفور وروكيتش ينتج من اعتماد الفرد على وسائل الإعلام مجموعة من التأثيرات أهمها ما يلي [22]:

1- التأثيرات المعرفية: وتتضمن:

- إزالة الغموض: إذ يصادف الفرد مشكلة الغموض وخاصة عندما تكون هذه المعلومات مغلوطة أو ناقصة لدى الجمهور مما يدفعه إلى متابعة وسائل الإعلام المختلفة والاعتماد عليها لإزالة الغموض وخاصة في أوقات الأزمات أو الكوارث والثورات والحروب والتغييرات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية.
- تكوين الاتجاهات: حيث يستخدم الأفراد معلومات وسائل الإعلام في تشكيل الاتجاهات نحو القضايا والموضوعات المثارة في المجتمع من خلال دفعها بالكثير من الآراء والأفكار والشخصيات التي تثير اهتمام المتلقي وخاصة في أوقات الحروب والأزمات.
- اتساع المعتقدات: تساهم وسائل الإعلام في زيادة معتقدات الأفراد، إما من خلال زيادة الفئات التي تناصر هذه المعتقدات وتقوم بتنظيمها في فئات تنتمي إلى الأسرة أو الدين أو السياسة بما يعكس الاهتمامات للأنشطة الاجتماعية، أو من خلال زيادة المعتقدات في كل فئة من هذه الفئات.
- ترتيب الأولويات: تلعب وسائل الإعلام دورها في ترتيب اولويات الجمهور الذي يعتمد على تلك الوسائل في معرفة القضايا البارزة.
- التأثير في القيم: هي مجموعة المبادئ التي يشترك فيها أفراد جماعة ما ويرغبون في ترويجها والحفاظ عليها مثل: الأمانة والحرية والمساواة،

وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية هذه القيم.

- التأثيرات الوجدانية: هي تلك التأثيرات الخاصة بالمشاعر والأحاسيس الكامنة في وجدان الفرد، وتلعب وسائل الإعلام دوراً كبيراً في تأثيرها على عاطفة ومشاعر الفرد من خلال التأثيرات التالية:
- الفتور العاطفي: ويعود ذلك إلى أن كثرة التعرض للمضامين ذات المحتوى العنيف تؤدي إلى الشعور باللامبالاة والفتور وعدم الرغبة في الاهتمام بالآخرين، وبناء على ذلك فإن اتخاذ قرار ضد من يمارسون العنف يتسم في الغالب بالسلبية.
- الخوف والقلق، ويحدث هذا الشعور عندما تعرض وسائل الإعلام أحداث العنف والرعب والكوارث ومشاعر القلق، فيتولد إحساس داخلي لدى الشخص بانتقال هذه الأحداث للمنطقة التي يعيش فيها.
- الدعم المعنوي: حيث يؤدي عرض وسائل الإعلام أخبار المنجزات والنجاحات لرفع الروح المعنوية لدى الجمهور.

2- التأثيرات السلوكية: تنحصر أهم التأثيرات السلوكية لوسائل الإعلام وفقاً لمؤسسا هذه النظرية ديلفور وروكيتش في سلوكين أساسيين هما: الفعل أو فقدان الرغبة في هذا الفعل:

- التنشيط: وهو يعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، وهو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية، وقد يكون التنشيط عملاً مفيداً اجتماعياً كما في الإقلاع عن التدخين، أو ضاراً اجتماعيًا كما في محاكاة السلوكيات السيئة كالعنف والجريمة.
- والخمول: وهو تجنب القيام بالفعل أو عدم النشاط والكسل كالعزوف عن المشاركة السياسية، وقد يحدث هذا التأثير نتيجة تغطية إعلامية مبالغ فيها بما ينعكس على السلوك الشخصي للمتلقي، مثل الابتعاد عن الأنشطة المجتمعية.

ثانياً: نشأة المواقع الإلكترونية اليمنية:

عرفت اليمن الصحافة الإلكترونية في سبتمبر عام: 1996 م، وبعد ذلك تسابقت عدد من الصحف الحكومية والأهلية والحزبية في أن يكون لصحيفتها أو مؤسستها الصحفية موقع إلكتروني، وكذلك سارعت بعض المحطات الإذاعية أن يكون لها موقعاً إلكترونياً كإذاعة البرنامج العام في عام: 2001م، وإذاعة البرنامج الثاني ، التي تم توسعة مساحة موقعها الإلكتروني في مايو عام: 2004م، وبعض المحطات الأخرى كإذاعة الحديدة، وكذلك القنوات التليفزيونية الحكومية والفضائيات الخاصة، وبعض الوزارات الحكومية كوزارة الإعلام سنة: 1997م، وغيرها من الوزارات، والنقابات والهيئات ومنظمات حقوقية وغيرها، وبعض المنشآت والشركات التجارية وغير ذلك.

"وبعد تدشين خدمة الإعلام بالإنترنت رسمياً في شهر يوليو: 1997م، من خلال موقع لوزارة الإعلام، هدفت إلى التعريف باليمن والترويج لأخبارها على المستوى العالمي والعمل على إبراز معالمها الحضارية والثقافية والسياحية والاقتصادية، كما يمكن قراءة ومتابعة أكثر من: (100) صحيفة يمنية بالحاسوب الشخصي أو الهاتف الذكي من خلال عناوينها على شبكة الإنترنت ومن هذه الصحف ما هو رسمي كـ (26 سبتمبر – وتعد أول صحيفة رسمية يمنية اشتركت في خدمة الإنترنت في شهر نوفمبر

1996م- والميثاق، والأيام، والجمهورية، والشورى، والوحدة، ورأي، والثورة، و14 أكتوبر، ووكالة الأنباء اليمنية "سبأ" [23].

ومنها ما هو خاص ومستقل مثل: صحيفة الشورى- والصحوة -والثوري-والوحدوي، ويمن تايمز وغيرها) فهناك العشرات من الصحف والمجلات اليمنية لها مواقع عبر شبكة الإنترنت، وقد تم الإشارة إلى المشهور منها بدون الخوض في التفاصيل، كما يوجد أيضا مواقع إلكترونية إخبارية تابعة للحكومة وبعضها خاصة تتبع مؤسسات أهلية وأحزاب سياسية، وأيضاً مواقع إلكترونية متخصصة، وكذلك مواقع شخصية تتبع أفراد، وغيرها من المواقع التي تنشر الأخبار وتقدم المعلومات، وتنقل الواقع والوقائع، ومن ذلك نشر كل ما يتعلق بالحرب على اليمن.

المحور الثالث: الخطوات والإجراءات المنهجية للدراسة

1- نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج هذه الدراسة ضمن الأبحاث الوصفية وتم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج المسحي (مسح الجمهور)والمتمثل في الشباب اليمني، إذ يعتبر من أنسب المناهج العلمية الملائمة لمثل هذه الدراسات؛ لكونه يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن مصدرها من خلال مجموعة الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها، [24] وبناءً عليه فإن هذه الدراسة تسعى للتعرف على عادات وأنماط الشباب اليمني في اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية للحصول على المعلومات عن الحرب على اليمن.

2- مجتمع الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة الشباب اليمني في أمانة العاصمة صنعاء، وتم اسقاط الدراسة على الشباب في أمانة العاصمة لنزوح أغلب أبناء المحافظات اليمنية إليها نتيجة الحرب في معظم المحافظات اليمنية، ولما تتمتع به من مناخ معتدل طوال العام، ولوجود فرص عمل فيها للعاطلين عن العمل من شرائح المجتمع وخاصة الشباب، ويرجع اختيار العينة من الشباب إلى الأسباب الآتية:

1. إن الشباب يتطلع إلى كل ما هو جديد، كما أن شريحة الشباب تعد من كبرى شرائح المجتمع اليمني، وذلك بناءً على بيانات كتاب الإحصاء السنوي الصادر عن الجهاز المركزي للإحصاء [25]، ولأن الشباب أكثر تأثيراً وتأثُّراً وخاصة في المجال السياسي والحربي.
2. إن الشباب هم من أكثر الفئات استخداماً للمواقع الإلكترونية الإخبارية، وهم من يرفدون تلك المواقع بحكم تخصص وخبرة بعضهم وأغلبهم مدونين فيها ولهم مشاركات متنوعة وكثيرة، كما يساهمون بالتعليقات والحوار والمناقشة.
3. إن الشباب هم الأكثر قدرة من حيث اللغة، ومن حيث المهارات والأكثر استخداماً للتقنيات الحديثة، والانترنت والمواقع الإلكترونية الإخبارية، كونهم من الشرائح العمرية الأكثر نشاطًا وإسهامًا في المضامين التي يتبادلونها مع زملائهم وأصدقائهم ومعارفهم في مختلف شئون الحياة، وبالذات النواحي السياسية والحربية.

عينة الدراسة: تم اختيار عينة من الشباب اليمني قوامها 400 مفردة بأسلوب العينة العمدية، وذلك وفقاً لمعيار الاعتماد على المواقع الإخبارية الإلكترونية، بحيث يدخل في العينة كل فرد من الشباب اليمني ممن يعتمد على المواقع الإخبارية الإلكترونية ويستثنى منها كل فرد من الشباب ممن لا يعتمد على تلك المواقع، وتم تطبيق الدراسة الميدانية خلال الفترة من 2023/3/1 إلى 2023/3/31.

والجدول التالي يبين خصائص عينة الدراسة كما يلي:

جدول: (1) يوضح توزيع المبحوثين وفقاً للمتغيرات الديموغرافية المختلفة

المتغيرات الديموغرافية	التكرار والنسبة	ك	%
النوع	ذكر	209	52.2
	أنثى	191	47.8
العمر	من 18سنة . إلى أقل من 25 سنة	231	57.8
	من 25 . إلى أقل من 35 سنة	110	27.5
	من 35 . إلى أقل من 45 سنة	59	14.7
المستوى التعليمي	تعليم أساسي	4	1
	ثانوية عامة أو ما يعادلها	95	23.8
	جامعي	279	69.8
	مؤهل عال	22	5.5
المستوى الاجتماعي الاقتصادي	منخفض	287	71.8
	متوسط	73	18.2
	مرتفع	40	10
إجمالي العينة		400	100

3- أداة جمع البيانات المستخدمة في الدراسة

استخدمت الدراسة استمارة استقصاء، وقد تم إعدادها على النحو الآتي:

أ- تصميم أداة الدراسة (استمارة استقصاء ميدانية) من أجل استخدامها في جمع البيانات والمعلومات من الشباب اليمني لمعرفة مدى اعتماده على المواقع الإلكترونية الإخبارية في اكتساب المعلومات عن أحداث حرب التحالف على اليمن، وقد مرت الاستمارة بمراحل عدة أهمها النظر في التراث النظري للدراسة، ومعاينة الدراسات السابقة المشابهة لهذه الدراسة للاستفادة منها، ثم صياغة أسئلة الاستمارة صياغة علمية مكونة من عدة محاور لتجيب عن أسئلة البحث وتحقق أهدافه العلمية.

ب- إعداد الاستمارة في شكلها الأولي بعد ضبط الأسئلة المطلوبة والضرورية ثم عرضها للتحكيم، حيث تم الحذف لبعضها والتعديل للبعض الآخر حسب آرائهم.

ج- توزيع أداة الدراسة على أفراد العينة لجمع البيانات اللازمة للدراسة يدوياً (في أمانة العاصمة) وإلكترونياً (للوصول إلى عينة الدراسة خارج أمانة العاصمة صنعاء)، وقد أعدَّ الباحثان صحيفة إلكترونية عبر الموقع التالي: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSF3

4- تطبيق اختباري الصدق والثبات للاستبيان وذلك كما يلي:

أ- صدق الأداة: (Face Validity) لقياس صدق الاستبيان تم استخدام أسلوب الصدق الظاهري

من خلال عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال الإعلام والإحصاء(♦)، للتأكد من صحة الاستبيان وفقراته في تحقيق هدف الدراسة، وقد أكدوا بأن الاستبيان يقيس بالفعل ما يفترض قياسه، مع الإشارة إلى بعض التعديلات من حيث حذف أو إضافة بعض العبارات أو اقتراح بتغيير بعض البدائل، وتم التعديل وفقاً لتوجيهاتهم بعد التأكد من قدرة الاستمارة على تحقيق أهداف الدراسة وقياس متغيراتها، وبعد ذلك تم إجراء دراسة استطلاعية Pilot Study على عينة من المبحوثين قوامها: 30 مبحوثًا بمعدل 10% من العينة؛ للتأكد من وضوح الأسئلة وفهمهم لها، كما تم صياغة الاستبيان في صورته النهائية وفقاً لملاحظات المحكمين والمبحوثين.

ب- ثبات الأداة: (Reliability) للتحقق من ثبات أداة الدراسة، وقياس درجة الاتساق الداخلي بين فقراتها، تم استخدام معامل ألفا كرونباخ لقياس الثبات على مستوى الاستمارة، وعلى المستوى الكلي، وتم التوصل للقيم التالية:

جدول رقم (2) يوضح معامل Cronbach's Alpha الثبات

م	المتغيرات	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
1	درجة الاعتماد على المواقع الإلكترونية	25	0.94
2	مدى مصداقية المواقع الإلكترونية	25	0.94
3	دوافع المتابعة للأحداث عبر المواقع الإلكترونية	11	0.76
4	التأثيرات المعرفية	7	0.83
5	التأثيرات الوجدانية للاعتماد على المواقع الإلكترونية	7	0.89
6	التأثيرات السلوكية للاعتماد على المواقع الإلكترونية	7	0.87
7	التأثير الكلي للاعتماد على المواقع الإلكترونية	21	0.94
الأبعاد مجتمعة		82	0.96

تعتبر قيمة معامل إلفا كرونباخ 0.70 ومافوق جيدة، ويمكن قبول القيمة ما بين 0.60 و0.70 في البحوث الاسكشافية، ويلاحظ من بيانات الجدول بأن قيمة الفا كرونباخ للأبعاد مجتمعة (0.96) وهي قيمة عالية وتعكس اتساق ممتاز بين البيانات، وعلى مستوى المتغيرات نلاحظ بأن قيمة الفا كرونباخ للمتغيرات (دوافع المتابعة للأحداث، التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، التأثيرات السلوكية، التأثير الكلي للاعتماد على المواقع الإلكترونية) جاءت قيمها متفاوتة بدرجات عالية تراوحت ما بين جيدة وجيدة جداً وممتاز.

5- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "Statistical Package for (SPSS the Social Science)، وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

- معامل ارتباط بيرسون لقياس مستوى ودرجة التعرض ودوافعه ونوعية الآثار المترتبة للتعرض للمواقع الإلكترونية الإخبارية وعلاقته بدرجة اكتسابهم المعلومات عن أحداث الحرب على اليمن.
- تحليل تحليل التباين ذو البعد الواحد (One Way Analysis) والذي يعرف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة.
- اختبارات T للمجموعات المرتبطة (Independent Samples T-Test) لقياس الفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين في نفس العينة.
- الوسط الحسابي الموزون (أو المرجح) Weighted Arithmetic Mean والذي يحسب بضرب التكرارات بوزن معين بناءً على عدد المراتب في السؤال، ثم تجميع نتائج الضرب لكل بند للحصول على مجموع الأوزان المرجحة، وذلك لأن (الوسط الموزون) يقرن كل قيمة بوزنها أو بالأهمية المقدرة لها، بينما يفترض (الوسط البسيط) أن كل مفردة لها نفس الأهمية.

6- مصطلحات الدراسة: أهم تلك المصطلحات لهذه الدراسة هي:

أ- المواقع الإلكترونية:

تعرف إجرائيا: هي المواقع الإلكترونية اليمنية للصحف والمجلات الحكومية والخاصة، والقنوات الفضائية الحكومية والخاصة، والمحطات الإذاعية الحكومية والخاصة، وموقع وكالة سبأ للأنباء، التي تتيح للمتصفح لها الحصول على المعلومات واستدعائها إلكترونيا من خلال استخدام تقنيات تكنولوجية أو من خلال الرابط الإلكتروني الخاص بها وعناصر تصميمية مختلفة.

ب-الشباب: Youth

التعريف الاجرائي: يقصد بهم في هذه الدراسة الشباب اليمني وهم من سن الثامنة عشر إلى سن الخامسة والأربعين.

ج- الأخبار:

تعرف إجرائياً: هي تلك الأخبار والمعلومات المتعلقة بأحداث حرب دول التحالف على اليمن والتي تنشر عبر المواقع الإلكترونية الإخبارية سواء كانت مواقع لوسائل مرئية كالفضائيات الحكومية والخاصة أم لوسائل سمعية كالمحطات الإذاعية الحكومية والخاصة، أم لوسائل مقروءة كالصحف والمجلات الورقية الحكومية والخاصة أم لوسائل مقروءة الكترونية غير ورقية لصحف ومجلات حكومية وخاصة والمدونات والصفحات الخاصة على شبكات التواصل الاجتماعية.

7- نتائج الدراسة المسحية:

أولا: عرض ومناقشة إجابة المبحوثين على تساؤلات الدراسة:

جدول رقم: (3) يوضح توزيع المبحوثين وفقاً لمعدل متابعة أخبار الحرب على اليمن في المواقع الإلكترونية الإخبارية

م	التكرار والنسبة / مدى المتابعة	التكرار	النسبة
1	دائماً	99	24.7
2	أحياناً	186	46.5
3	نادراً	115	28.8
الإجمالي		400	100

تشير نتائج الجدول السابق الى معدل متابعة العينة لأخبار الحرب على اليمن في المواقع الإلكترونية الاخبارية تصدر اتجاه "احياناً" إذ بلغت نسبته 46.5%، تلاه اتجاه "نادراً" بنسبة 28.8%، وأخيراً اتجاه "دائما" وبنسبة 24.7%، وهذا يتفق مع الواقع المعيشي للعينة، فاليمن في فترة الحرب تعيش حالة من الركود، فمصادر دخل العينة ضعيف ويكاد يكون متوقفاً مع ارتفاع تكاليف الكهرباء والنت وغيرها.

جدول رقم (4) يوضح توزيع المبحوثين وفقاً لعدد الأيام التي تتابع فيها أخبار الحرب على اليمن في المواقع الإلكترونية الإخبارية

م	التكرار والنسبة / عدد أيام المتابعة	التكرار	النسبة
1	من يوم إلى يومين	200	50
2	ثلاثة أيام إلى خمسة أيام	110	27.5
3	ستة أيام إلى سبعة أيام	90	22.5
الإجمالي		400	100

يتضح من الجدول السابق الخاص بمتابعة العينة للمواقع الإلكترونية الإخبارية في أيام الأسبوع تصدر فئة "من يوم إلى يومين " اذ بلغ نسبة المتابعة 50%، تلا ذلك فئة من " ثلاثة أيام إلى خمسة أيام" والتي بلغت: 27.5%، وجاء في المرتبة الأخيرة فئة " ستة أيام الى سبعة أيام" وبنسبة: 22.5%.

جدول رقم: (5) يوضح توزيع المبحوثين وفقاً لعدد ساعات متابعة أخبار الحرب على اليمن في المواقع الإلكترونية الإخبارية

م	التكرار والنسبة / عدد ساعات المتابعة	التكرار	النسبة
1	أقل من ساعة	264	66
2	من ساعة إلى أقل من ساعتين	99	24.8
3	ساعتان فأكثر	37	9.2
الإجمالي		400	100

يتضح من الجدول السابق الخاص بمتابعة العينة للمواقع الإلكترونية الإخبارية طبقاً لعدد الساعات تصدر فئة" أقل من ساعة" بنسبة: 66%، وهذا يتفق مع ظروف العينة إذ تكاليف النت في اليمن باهظة لو قارناها بالدول المجاورة فقيمة الفواتير للكهرباء والنت في اليمن في ظل الاعتداء على اليمن تعد من أغلى الدول، ثم تلا ذلك فئة من "ساعة إلى أقل من ساعتين" وبنسبة: 24.8%، وجاء في المرتبة الأخيرة فئة "ساعتين فأكثر"، إذ بلغت النسبة 9.2%:

جدول رقم: (6) يوضح توزيع المبحوثين وفقاً للطريقة المفضلة في الحصول على أخبار الحرب على اليمن في المواقع الإلكترونية الإخبارية

م	التكرار والنسبة / الطريقة المفضلة للحصول على المعلومات	التكرار	النسبة
1	عن طريق المواقع الإلكترونية التي ترسل لي الخبر وقت حدوثه	192	36.7
2	عن طريق التقليب للصفحات والمواقع الإلكترونية واختيار ما يروق لي منها	189	36.1
3	عن طريق الدخول إلى المواقع الإخبارية للقنوات والمحطات والمجلات والوكالات الإعلامية والإخبارية	142	27.2
الإجمالي		523	100

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن "طريقة المواقع الإلكترونية التي ترسل لي الخبر وقت حدوثه" كانت أعلى نسبة من الطرق المفضلة للعينة في حصولها على أخبار الحرب على اليمن في المواقع الإلكترونية

إذ بلغت نسبتها: 36.7%، تلتها طريقة "التقليب للصفحات والمواقع الإلكترونية واختيار ما يروق لي منها" إذ بلغت نسبتها: 36.1%، والفارق بين الطريقة الأولى والثانية ليس كبيراً لأن العينة تعتمد على تلك المواقع الإخبارية أكثر من غيرها سواءً عن طريق الاشتراك في تلك المواقع التي ترسل للمشترك معها بالخبر وقت حدوثه، أم تقليب المشترك للمواقع لكي يتابع ذلك الخبر او متابعة تفاصيله في أكثر من موقع، وجاء في المرتبة الأخيرة طريقة "الدخول إلى المواقع الإخبارية للقنوات والمحطات والمجلات والوكالات الإعلامية والإخبارية" بنسبة: 27.2%.

جدول رقم: (7) يوضح توزيع المبحوثين وفقاً لأبرز المواقع الإخبارية الإلكترونية التي يتابعها للحصول على أخبار الحرب على اليمن

	المواقع الإلكترونية الإخبارية / الترتيب	الأول × 10	الثاني × 9	الثالث × 8	الرابع × 7	الخامس × 6	السادس × 5	السابع × 4	الثامن × 3	التاسع × 2	العاشر × 1	الوسط الحسابي المرجح [1]	الترتيب
1	مواقع الصحف والمحطات المحلية	47	25	33	27	28	23	23	28	16	47	30.7	4
2	مواقع الصحف والمحطات الخارجية	52	32	30	17	20	29	34	22	26	37	31.3	3
3	تويتر	55	29	21	17	19	22	22	21	14	36	27.9	7
4	الفيس بوك	69	30	32	22	19	12	33	27	54	60	35	1
5	الواتساب	55	21	35	25	16	29	21	36	37	45	31.7	2
6	التليجرام	50	30	23	22	18	18	27	34	27	30	29.1	5
7	بوابتي	39	12	27	6	12	6	10	13	4	10	17.4	16
8	مصادر 24	38	22	24	17	15	12	2	9	10	11	20.1	12
9	الوفاق نيوز	33	15	19	17	8	5	7	6	7	8	15.9	18
10	المشهد اليمني	51	34	24	32	21	18	16	18	9	13	29	6
11	أنصار الله	58	26	28	23	11	19	15	7	10	34	27.2	9
12	إقليم تهامة	30	19	21	11	10	6	5	4	5	10	15.6	19
13	نيوز يمن	35	32	27	21	20	16	10	10	11	14	23.8	11
14	يمن شباب	46	28	26	24	21	19	20	20	16	21	27.3	8
15	الصمود	38	10	27	12	13	12	10	9	3	16	18.1	14

[1] وفقاً لصيغة الوسط الحسابي الموزون أو المرجح، فقد تم إعطاء درجة أو وزن لكل ترتيب، بحيث يحظى الترتيب الأول بأعلى وزن، وهو هنا (10)، ثم (9) للمركز الثاني ... وهكذا حتى الترتيب العاشر والذي يأخذ درجة واحدة، وعلى ذلك فالوسط الموزون أو المرجح لموقع الفيسبوك (على سبيل المثال:

$$\%35 = \frac{(1 \times 60) + (2 \times 54) + (3 \times 27) + (4 \times 33) + (5 \times 12) + (6 \times 19) + (7 \times 22) + (8 \times 32) + (9 \times 30) + (10 \times 69)}{1 + 2 + 3 + 4 + 5 + 6 + 7 + 8 + 9 + 10}$$

16	**أبابيل نت**	35	17	19	13	8	1	4	5	2	6	15.3	20
17	**وكالة خبر**	28	21	19	19	13	7	11	13	6	9	17.7	15
18	**أفق نيوز**	41	14	19	11	7	7	4	7	7	5	16.3	17
19	**العاصمة أونلاين**	56	25	25	20	15	8	8	11	6	13	24.5	10
20	**يمانيون**	46	23	14	11	13	10	4	4	5	11	18.8	13

يشير الجدول السابق الخاص بالمواقع الإلكترونية الإخبارية التي تتابعها العينة للحصول على أخبار الحرب على اليمن أن موقع "الفيس بوك" يحتل المرتبة الأولى إذ بلغ الوسط الحسابي الموزون 35، تلاه خدمة " الواتساب " ووسطه الحسابي الموزون 31.7، وهذا يتفق مع الواقع فالجمهور اليمني الوسيلة الأولى لديه من الوسائل الاجتماعية الإلكترونية وخاصة الشباب من سن: 18 سنة الفيس بوك ويليها الواتساب، وما يميز الفيس بوك بالنسبة للعينة أنه يستطيع أن يعلق ويعطي لايكات ويتابع أكثر من جهة أو فرد في نفس الموضوع، وأيضاً يستفسر عن ملابسات الحدث أو الموضوع المثار للنقاش والتعليقات ويتلقى الردود على مداخلاته أو استفساراته أو تعليقاته سواءً من صاحب الموضوع نفسه أو المشاركين من المتصفحين الآخرين، ثم جاء في المرتبة الثالثة "مواقع الصحف والمحطات الخارجية" خاصة المشهور منها ليتأكد من صحة الخبر وكيف تم تناوله، اذ بلغ وسطها الحسابي الموزون 31.3، ثم جاء في المرتبة الرابعة، "مواقع الصحف والمحطات المحلية" وبلغ وزن وسطها الحسابي: 30.7، ثم جاء في المرتبة الخامسة "موقع التليجرام" وبلغ وزن وسطه الحسابي الموزون 29.1، ثم جاء في المرتبة السادسة الموقع الإلكتروني الإخباري " المشهد اليمني" وبلغ وزن وسطه الحسابي 29، ثم جاء في المرتبة السابعة موقع " تويتر" إذ بلغ وزن وسطه الحسابي: 27.9، ثم جاء في المرتبة الثامنة الموقع الإلكتروني "يمن شباب" وبلغ وزن وسطه الحسابي: 27.3، وهي من المواقع اليمنية الإخبارية الإلكترونية التي تحرص العينة على متابعتها حسب اتجاهها السياسي فبعض تلك المواقع الإلكترونية الإخبارية خاصة وبعضها مستقله وأغلبها حزبية وبعضها مملوكة للحكومة وبعضها تابعة لما يسمى بالمجلس الانتقالي الجنوبي وبعضها تابعة لأنصار الله " الحوثيون".

وجاء في المرتبة التاسعة موقع " أنصار الله" الإلكتروني الإخباري إذ بلغ وزن وسطه الحسابي: 27.2، وجاء في المرتبة العاشرة الموقع الإخباري الإلكتروني "العاصمة اون لاين " وبلغ وزن وسطه الحسابي: 24.5، وجاء في المرتبة الحادية عشر الموقع الاخباري "نيوز يمن" إذ بلغ وزن وسطه الحسابي: 23.8، وجاء في المرتبة الثانية عشر موقع "مصادر 24" إذ بلغ وزن وسطه الحسابي: 20.1، وجاءت المواقع التالية وبالترتيب من الموقع الثالث عشر وحتى الموقع العشرون حسب ما هو في الجدول السابق وحسب أوزان أوساطهم الحسابية والتي يحرص أفراد العينة على متابعتها للحصول منها على المعلومات خاصة بالحرب على اليمن: موقع يمانيون 18.8، وموقع الصمود 18.1، وموقع وكالة خبر 17.7، وموقع بوابتي 17.4، وموقع أفق نيوز 16.3، وموقع الوفاق نيوز 15.9، وموقع إقليم تهامة 15.6، وموقع ابابيل نت 15.3.

جدول رقم :(8) يوضح توزيع المبحوثين وفقاً لدرجة اكتسابهم للمعلومات عن الحرب على اليمن من المواقع الإلكترونية الإخبارية

	مدى الاكتساب / المواقع الإلكترونية الإخبارية	اكتسبت بدرجة مرتفعة		اكتسبت بدرجة متوسطة		اكتسبت بدرجة منخفضة		لم أكتسب أبدا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	الترتيب
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة				
1	مواقع الصحف والمحطات الإذاعية والتليفزيونية المحلية	112	28	124	31	91	22.8	73	18.2	1.69	1.069	67.2	4
2	مواقع الصحف والمحطات الخارجية	106	26.5	134	33.5	98	24.5	62	15.5	1.71	1.024	67.8	3
3	تويتر	102	25.5	92	23	96	24	110	27.5	1.47	1.145	61.6	6
4	الفيس بوك	174	43.5	114	28.5	70	17.5	42	10.5	2.05	1.015	76.3	1
5	الواتس أب	145	36.2	105	26.2	79	19.8	71	17.8	1.81	1.112	70.2	2
6	التليجرام	118	29.5	116	29	75	18.7	91	22.8	1.65	1.129	66.3	5
7	بوابتي	33	8.2	60	15	98	24.5	209	52.3	0.79	0.981	44.8	14
8	مصادر 24	40	10	57	14.2	94	23.5	209	25.3	0.82	1.017	38.7	19
9	الوفاق نيوز	28	7	52	13	104	26	216	54	0.73	0.938	43.3	15
10	المشهد اليمني	62	15.5	98	24.5	108	27	132	33	1.23	1.071	55.6	8
11	أنصار الله	77	19.3	82	20.5	79	19.7	162	40.5	1.19	1.162	54.7	9
12	إقليم تهامة	26	6.5	49	12.3	91	22.7	234	58.5	0.67	0.927	41.7	16
13	نيوز يمن	34	8.5	77	19.3	109	27.2	180	45	0.91	0.989	47.3	10
14	يمن شباب	79	19.8	89	22.2	102	25.5	130	32.5	1.29	1.120	57.3	7
15	الصمود	38	9.5	61	15.2	87	21.8	214	53.5	0.81	1.016	45.2	12
16	أبابيل نت	27	6.8	39	9.8	93	23.2	214	60.2	0.63	0.914	40.9	18
17	وكالة خبر	41	10.2	63	15.8	95	23.8	201	50.2	0.86	1.026	46.5	11
18	أفق نيوز	25	6.2	45	11.3	98	24.5	232	58	0.66	0.910	41.4	17
19	العاصمة أونلاين	37	9.2	63	15.8	107	26.8	193	48.2	0.86	0.996	46.5	11
20	يمانيون	33	8.2	59	14.8	105	26.2	203	50.8	0.81	0.974	45.1	13
	إجمالي من سئلوا	400		400		400		400					
	المتوسط العام لجميع العبارات									1.04	1.009	50.8	

توضح بيانات الجدول السابق أن أفراد عينة الدراسة أبدوا اتجاهاً (متوسطاً) تجاه اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في اكتسابهم للمعلومات عن الحرب على اليمن، حيث يشير المتوسط الحسابي لمجموع تلك المواقع إلى (1.04)، وبلغ الوزن النسبي العام: (50.8%)، وجاء ترتيب تلك المواقع على النحو التالي:

_ جاء موقع (الفيس بوك) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي: (2.05) ووزن مئوي: (76.3%)، وهذا يتفق مع نتائج الجدول السابق فالموقع الذي تعتمد عليه العينة في التصفح ولا كتسابها المعلومات منه عن الحرب على اليمن هو الفيس بوك ويليه موقع الواتساب.

_ وجاء في المرتبة الثانية موقع (الواتس أب) بمتوسط حسابي :(1.81) ووزن مئوي: (70.2 %).

_ جاءت في المرتبة الثالثة (مواقع الصحف والمحطات الخارجية) بمتوسط حسابي :(1.71) ووزن مئوي: (67.8%)، وجاءت في المرتبة الرابعة (مواقع الصحف والمحطات الإذاعية والتليفزيونية المحلية) بمتوسط حسابي: (1.69) ووزن مئوي :(67.2%) وجاء بعد ذلك في المرتبتين الخامسة والسادسة (التليجرام وتويتر) بمتوسط حسابي على التوالي: (1.65) و :(1.47)، بينما نرى أن موقع مصادر 24 قد جاء في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي :(0.82) ووزن مئوي :(38.7).

جدول رقم :(9) يوضح توزيع المبحوثين وفقاً لدوافع متابعتهم لتطورات الحرب على اليمن من المواقع الإلكترونية الإخبارية

م	التكرار والنسبة / دوافع المتابعة	نعم		لا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
		ك	%	ك	%			
1	لأنها تساعدني على الحصول على المعلومة بسهولة	371	92.7	29	7.3	2.66	0.613	88.6
2	لا تقيدني بزمن وأستطيع أن اتحكم بظروف الاستخدام	370	92.5	30	7.5	2.57	0.626	85.6
3	لأنها لا تقيدني بمكان بعكس وسائل الإعلام الأخرى	355	88.8	45	11.2	2.64	0.689	82.1
4	لأني أجد فيها كل جديد على مدار الساعة لقيامها بتحديث مواقعها	349	87.3	51	12.7	2.38	0.701	79.4
5	المواقع الإلكترونية غير مكلفة	324	81	76	19	2.29	0.766	76.3
6	لأن مساحة الحرية فيها كبيرة	319	79.7	81	20.3	2.23	0.763	74.2
7	لأني أجد فيها بغيتي من حيث الشكل والمضمون	318	79.5	82	20.5	2.13	0.725	71.1
8	لتنوعها وتميزها بالإثارة	322	80.5	78	19.5	2.17	0.731	72.4
9	لأنها تركز على الاختصار في تقديم الخبر أو المعلومة	347	86.8	53	13.2	2.37	0.707	79.1
10	لأني أستطيع متابعة الخبر في أكثر من موقع إلكتروني عبر وسيلة واحدة	326	81.5	74	18.5	2.35	0.773	78.2
11	لاعتمادها على مراسلين أكفاء	289	72.3	111	27.7	1.98	0.728	65.9

توضح بيانات الجدول السابق أن أفراد عينة الدراسة أبدوا اتجاهاً يميل إلى الإيجابية تجاه دوافع متابعاتهم لتطورات الحرب على اليمن من المواقع الإلكترونية الإخبارية، حيث يشير المتوسط الحسابي لمجموع تلك الدوافع إلى (2.34)، وبلغ الوزن النسبي العام

(77.5%)، وجاء ترتيب تلك الدوافع على النحو التالي:

جاء دافع (لأنها تساعدني على الحصول على المعلومة بسهولة) في المرتبة الأولى بمتوسط (2.66) ووزن مئوي (88.6%)، فالعينة في ظل الأزمة الاقتصادية والاضطراب من الحرب وتبعاته من توفير مستلزمات الحياة اليومية له ولمن يعول تجعلها تبحث عن الوسيلة التي تكون سهلة التصفح والسريعة في تقديم له عما يبحث عنه من معلومات عن الحرب على اليمن، وجاء في المرتبة الثانية دافع (لا تقيدني بزمن وأستطيع ان اتحكم بظروف الاستخدام) بمتوسط حسابي (2.57) ووزن مئوي (85.6%)، كما جاء في المرتبة الثالثة دافع (لأنها لا تقيدني بمكان بعكس وسائل الإعلام الأخرى) بمتوسط حسابي (2.64) ووزن مئوي (82.1%)، وتقارب الدافعان (لأني أجد فيها كل جديد على مدار الساعة لقيامها بتحديث مواقعها) و (لأنها تركز على الاختصار في تقديم الخبر أو المعلومة) حيث جاءا في المرتبتين الرابعة والخامسة بمتوسط حسابي (2.38) و (2.37) ووزن مئوي (79.4%) و (79.1%)، بينما جاء في آخر الدوافع دافعي (لأني أجد فيها بغيتي من حيث الشكل والمضمون) و(لاعتمادها على مراسلين أكفاء) بمتوسط حسابي (2.13) و(1.98).

جدول رقم: (10) يوضح توزيع المبحوثين وفقاً لطبيعة الأخبار والمعلومات التي تحرص على متابعتها في المواقع الإلكترونية الإخبارية عن الحرب على اليمن

م	التكرار والنسبة / طبيعة الأخبار والمعلومات	التكرار	النسبة
1	الموقف الدولي	254	11.9
2	موقف دول الخليج	144	6.7
3	موقف الأطراف المحلية	197	9.3
4	موقف المنظمات والهيئات الحقوقية	155	7.3
5	الجهود الإغاثية الإنسانية	156	7.3
6	انتصارات ما يطلقون على أنفسهم بالشرعية والجيش الوطني	99	4.6
7	انتصارات ما يطلقون على أنفسهم المجلس الانتقالي الجنوبي	50	2.3
8	انتصارات ما يطلقون على أنفسهم الجيش واللجان الشعبية	132	6.2
9	تصريحات المتحدث الرسمي للشرعية	75	3.3
10	تصريحات المتحدث الرسمي لجماعة الحوثي	140	6.5
11	تصريحات المتحدث الرسمي للمجلس الانتقالي الجنوبي	50	2.3
12	تصريحات الأطراف المؤيدة للحرب على اليمن	95	4.4
13	تصريحات الأطراف المعارضة للحرب على اليمن	144	6.7
14	الأخبار المحلية لمجريات الأحداث في كل الأراضي اليمنية.	193	9
15	الأخبار المحلية لمجريات الأحداث على مستوى مدينتك التي تعيش فيها.	134	6.3

16	الأخبار المحلية لمجريات الأحداث على مستوى المدينة التي ولدت فيها	120	5.6
الإجمالي		2138	100

تشير نتائج الجدول السابق الخاص بطبيعة الأخبار والمعلومات والمتعلقة بالحرب على اليمن والتي يحرص أفراد العينة على متابعتها والمقدمة في المواقع الإخبارية الإلكترونية أن المتابعة "للموقف الدولي" جاء في المرتبة الأولى وبنسبة : 11.9%، اذ أن المواطن اليمني يهمه بالدرجة الأولى المواقف الدولية إزاء قضية بلده، فيعرف من خلالها المؤيد والمحايد والمعارض لتلك الحرب العبثية على اليمن، وجاء في المرتبة الثانية "موقف الأطراف المحلية" سواء أحزاب أم هيئات أم شخصيات اعتبارية من الحرب على اليمن إذ بلغ نسبتها: 9.3%، ثم جاء في المرتبة الثالثة "الأخبار المحلية لمجريات الأحداث في كل الأراضي اليمنية إذ بلغ نسبتها: 9%، ثم جاء في المرتبة الرابعة "موقف المنظمات والهيئات الحقوقية والجهود الاغاثية الإنسانية" إذ بلغت نسبة كل منهما 7.3%، ثم جاء في المرتبة الخامسة بالتساوي 6.7% "موقف دول الخليج عن الحرب على اليمن" و " تصريحات الأطراف المعارضة للحرب على اليمن" إذ يحرص أفراد العينة على متابعة دول الجوار من الحرب على اليمن وخاصة الدول التي لم تكن ضمن التحالف، وكذلك يحرص أفراد العينة على معرفة آراء الدول التي تعارض الحرب على اليمن.

وتساوت أيضاً في المرتبة الثالثة عشر متابعة أفراد العينة للموقفين التاليين: "أخبار انتصارات ما يطلقون على أنفسهم المجلس الانتقالي الجنوبي" وتصريحات المتحدث الرسمي للمجلس الانتقالي الجنوبي" إذ بلغت نسبتهما: 2.3%، وربما يعود عدم حرص العينة على متابعة أخبار هذا الفصيل لمطالبته بالانفصال عن الوحدة اليمنية وتبعيتهم السياسية لإحدى دول التحالف.

جدول رقم: (11) يوضح توزيع المبحوثين وفقاً لشكل الموضوعات الإخبارية المتعلقة بالحرب على اليمن الأكثر جذباً في المواقع الإلكترونية الإخبارية

م	التكرار والنسبة / شكل المضامين الإخبارية	التكرار	النسبة
1	الأخبار التي تخلو من أي صورة عن الحدث	67	3.9
2	الأخبار المدعمة بالصور والمدعمة بالإنفو جرافيك " عن الحدث	230	13.4
3	الأخبار المدعمة بلقطات فيديو	281	16.3
4	الأخبار والمقالات المصحوبة بموسيقى خلفية	68	3.9
5	المقالات ذات العلاقة بالحدث	174	10.1
6	التحليلات ذات العلاقة بالحدث	171	9.9
7	التقارير ذات العلاقة بالحدث	174	10.1
8	القصص الإخبارية ذات العلاقة بالحدث	101	5.9
9	التحقيقات ذات العلاقة بالحدث	154	8.9
10	الكاريكاتير ذو العلاقة بالحدث	151	8.8
11	التعليقات ذات العلاقة بالحدث	151	8.8
الإجمالي		1722	100

يتضح من الجدول الخاص بالموضوعات المتعلقة بالحرب الأكثر جذباً في المواقع الإخبارية أن " الاخبار المدعمة بلقطات الفيديو" جاءت في المرتبة الأولى إذ بلغت نسبتها: 16.3% فالفرد المتابع يفضل أي موضوع يتابعه يكون مدعماً بفيديو عن ذلك الموضوع أو الحدث، ثم جاء في المرتبة الثانية "الأخبار المدعمة بالصور والمدعمة بالأنفوجرافيك عن الحدث" إذ بلغت نسبتها: 13.4% وهذا منطقي أيضاً فالمتابع لأي حدث يفضل أن يدعم بالفيديو أو الصور، وحالياً بالأنفوجرافيك لتغطية تصور كامل للموضوع أو الحدث الذي يتابعه، ثم جاء في المرتبة الثالثة الشكليين التاليين وهما" المقالات ذات العلاقة بالحدث" و"التقارير ذات العلاقة بالحدث" إذ بلغت نسبتهما :10.1% ، ثم تتابعت نسب أشكال المواضيع في المواقع الإلكترونية الإخبارية للأخبار عن الحرب على اليمن حسب متابعة أفراد العينة لها فشكل التحليلات بلغت نسبته: 9.9%، ثم التحقيقات بنسبة :8.9% ، وكذلك تساوت في النسب بعض الأشكال واحتل المرتبة الأخيرة الشكليين التاليين " الاخبار التي تخلو من أي صورة عن الحدث" و " الاخبار والمقالات المصحوبة بموسيقى خلفية " إذ بلغت نسبتهما: 3.9%، وهذا منطقي فالمتابع لا يحبذ أي خبر بدون ما يُصاحب بصور توضحه ولا يعير اهتماماً كبيراً للمواضيع المصحوبة بالموسيقى.

جدول رقم :(12) يوضح توزيع المبحوثين وفقاً لاعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية ودرجة اكتسابهم المعلومات عن الحرب على اليمن

	درجة الاعتماد / المواقع الإلكترونية الإخبارية	أعتمد بدرجة عالية		أعتمد بدرجة متوسطة		أعتمد بدرجة منخفضة		لا أعتمد		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	الترتيب
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة				
1	مواقع الصحف والمحطات الإذاعية والتليفزيونية المحلية	108	27	162	40.5	86	21.5	44	11	1.84	0.949	70.9	4
2	مواقع الصحف والمحطات الخارجية	107	26.8	162	40.5	90	22.5	41	10.2	1.84	0.937	71	3
3	تويتر	93	23.3	123	30.7	108	27	76	19	1.58	1.044	64.6	6
4	الفيس بوك	130	32.5	161	40.2	74	18.5	35	8.8	1.97	0.928	74.1	1
5	الواتس أب	132	33	132	33	78	19.5	58	14.5	1.85	1.041	71.1	2
6	التليجرام	109	27.3	136	34	87	21.7	68	17	1.72	1.045	67.9	5
7	بوابتي	23	5.8	93	23.2	129	32.2	155	38.8	0.96	0.922	49	12
8	مصادر 24	24	6	87	21.8	126	31.5	163	40.7	0.93	0.929	48.3	15
9	الوفاق نيوز	19	4.8	76	19	133	33.2	172	43	0.86	0.889	46.4	18
10	المشهد اليمني	40	10	119	29.8	118	29.5	123	30.7	1.19	0.986	54.8	9

11	أنصار الله	73	18.2	95	23.8	99	24.8	133	33.2	1.27	1.109	56.8	8
12	إقليم تهامة	29	7.3	74	18.5	120	30	177	44.2	0.89	0.952	47.3	16
13	نيوز يمن	24	6	88	22	126	31.5	162	40.5	0.94	0.929	48.4	14
14	يمن شباب	57	14.2	133	33.2	105	26.3	105	26.3	1.36	1.021	58.8	7
15	الصمود	35	8.8	95	23.8	115	28.7	155	38.7	1.03	0.988	50.7	10
16	أبابيل نت	17	4.3	70	17.5	128	32	185	46.2	0.80	0.877	45	20
17	وكالة خبر	23	5.8	78	19.5	126	31.5	173	43.2	0.88	0.919	47	17
18	أفق نيوز	20	5	69	17.2	131	32.8	180	45	0.82	0.890	45.6	19
19	العاصمة أونلاين	20	5	92	23	131	32.8	157	39.2	0.94	0.906	48.5	13
20	يمانيون	28	7	92	23	141	35.2	139	34.8	1.02	0.927	50.6	11
إجمالي من سئلوا		400		400		400		400					
المتوسط العام لجميع العبارات										1.14	0.946	55.8	

توضح بيانات الجدول السابق أن أفراد عينة الدراسة أبدوا اتجاهاً (متوسطاً) تجاه درجة اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية لاكتساب معلومات أخبار الحرب على اليمن، حيث يشير المتوسط الحسابي لمجموع تلك المواقع إلى (1.14)، وبلغ الوزن النسبي العام: (55.8%)، وجاء ترتيب تلك المواقع على النحو التالي:

جاء موقع (الفيس بوك) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي: (1.97) ووزن مئوي :(74.1%)، وجاءت في المرتبة الثانية موقع (الواتس أب) بمتوسط حسابي: (1.85) ووزن مئوي: (71.1 %)، وهذا يتفق.أيضا مع نتائج الجداول السابقة الخاصة بالمواقع الأكثر تصفحاً والمواقع الأكثر حصولاً منها على معلومات عن الحرب على اليمن والمواقع التي تحظى بدرجة مصداقية عالية لدى العينة، كما جاءت في المرتبة الثالثة (مواقع الصحف والمحطات الخارجية) بمتوسط حسابي :(1.84) ووزن مئوي :(71%)، وجاءت في المرتبة الرابعة (مواقع الصحف والمحطات الإذاعية والتليفزيونية المحلية) بمتوسط حسابي :(1.84) ووزن مئوي: (70.9%) وجاء بعد ذلك في المرتبتين الخامسة والسادسة (التليجرام وتويتر) بمتوسط حسابي على التوالي: (1.72) و (1.58)، بينما نرى أن موقع أبابيل نت قد جاء في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي: (0.080) ووزن مئوي :(45%).

جدول رقم: (13) يوضح توزيع المبحوثين وفقاً للتأثيرات المترتبة على اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية كمصدر معلومات عن الحرب على اليمن

درجة التأثير / العبارات			مؤثرة بدرجة عالية		مؤثرة بدرجة متوسطة		مؤثرة بدرجة منخفضة		غير مؤثرة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	الترتيب
			التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة				
التأثير	1	التعرف على كمية ونوعية	181	45.2	131	32.8	65	16.2	23	5.8	2.18	0.904	79.4	1

		الطلعات الهجومية من دول التحالف على اليمن ومدنها والآثار التدميرية الناجمة عنها											
	2	التعرف على طبيعة الحوارات التي تتم تحت إشراف الأمم المتحدة بين الحوثيين ودول التحالف والشرعية	134	33.5	164	41	74	18.5	28	7	2.01	0.895	75.3	3
	3	التعرف على طبيعة الحوارات التي تتم تحت إشراف الأمم المتحدة بين المجلس الانتقالي ودول التحالف والشرعية	66	16.5	130	32.5	135	33.8	69	17.2	1.48	0.963	62.1	7
	4	التعرف على نتائج المفاوضات بين الشرعية والحوثيين في قضية الأسرى	134	33.5	123	30.8	102	25.5	41	10.2	1.88	0.993	71.9	5

	والمختفين والمختطفين											
	5	التعرف على عدد القتلى والمصابين والمعاقين جراء الاعتداء على اليمن	147	36.8	123	30.7	90	22.5	40	10	1.94	0.996	73.6	4
	6	التعرف على دور هيئات الإغاثة والأمم المتحدة في مختلف محافظات اليمن	93	23.2	149	37.2	111	27.8	47	11.8	1.72	0.951	68	6
	7	التعرف على الظروف المعيشية التي يمر بها الشعب اليمني في ظل العدوان	184	46	113	28.3	69	17.2	34	8.5	2.12	0.980	78	2
	المتوسط العام لجميع عبارات التأثيرات المعرفية										**1.90**	**0.955**	**68.3**	
التأثيرات الوجدانية	1	زيادة معلوماتي حول الحرب على اليمن وما ترتب على ذلك من معاناة إنسانية على الشعب اليمني.	180	45	118	29.5	72	18	30	7.5	2.12	0.958	78	1
	2	مشاركة الشعب اليمني	176	44	118	29.5	66	16.5	40	10	2.08	1.001	76.9	3

	وجدانيا في معاناته ومشكلاته											
3	زيادة التعاطف والخوف والقلق على الأسرى والمخفيين قسريا والمختطفين	135	33.8	144	36	77	19.2	44	11	1.93	0.983	73.2	7
4	زيادة التعاطف مع أسر وأطفال الشهداء	149	37.3	126	31.5	80	20	45	11.2	1.95	1.011	73.7	6
5	زيادة التعاطف مع كافة موظفي الدولة المنقطعة رواتبهم نتيجة الحرب على اليمن	170	42.5	114	28.5	73	18.2	43	10.8	2.03	1.019	75.7	4
6	زيادة الكراهية والحقد على دول التحالف والمتسببين بالحرب على اليمن	171	42.8	109	27.2	71	17.8	49	12.2	2.01	1.048	75.2	5
7	عدم الرضا عن دول العالم ومنظماته وهيئاته	190	47.5	99	24.8	64	16	47	11.7	2.08	1.049	77	2

		الإنسانية وللأمم المتحدة لسكوتهم القاتل على ما يحصل لليمن من إبادة وتجويع وقتل وحصار وتشريد											
		المتوسط العام لجميع عبارات التأثيرات الوجدانية									2.03	1.010	75.6
التأثيرات السلوكية	1	تأييد كل المقترحات والجهود التي يقدمها المخلصين من أبناء هذا الوطن لعودة الأمن والسلام للشعب اليمني	180	45	104	26	71	17.8	45	11.2	2.05	1.038	76.2	1
	2	تأييد كل المقترحات والجهود التي تقدمها الأمم المتحدة والمنظمات الحقوقية والإنسانية لعودة الأمن والسلام للشعب اليمني	101	25.3	121	30.2	110	27.5	68	17	1.64	1.039	66	4
	3	تأييد كل الجهود التي تقدمها الدول العربية	111	27.8	100	25	121	30.2	68	17	1.64	1.063	65.9	5

		والأجنبية من أجل إحلال السلام في اليمن											
	4	المشاركة في المظاهرات والاحتجاجات ضد العدوان على اليمن وضد المتلاعبين بأمن واستقرار اليمن	113	28.3	105	26.2	101	25.3	81	20.2	1.63	1.099	65.6	6
	5	المشاركة في كتابة التغريدات والمدونات والتصويتات في شبكات التواصل الاجتماعي ضد العدوان على اليمن	106	26.5	115	28.8	95	23.7	84	21	1.61	1.092	65.2	7
	6	المشاركة في الأنشطة التطوعية والإغاثية لمساعدة المتضررين من العدوان والحصار على اليمن	98	24.5	128	32	113	28.3	61	15.2	1.66	1.011	66.5	3
	7	المشاركة التوعوية	141	35.2	110	27.5	90	22.5	59	14.8	1.83	1.069	70.8	2

		والإرشادية لرأب الصدع وتوعية الشعب بالتلاحم ضد من يعبث بأمن ووحدة واستقرار اليمن										
المتوسط العام لجميع عبارات التأثيرات السلوكية									1.72	1.059	68	
			400	400	400	400						
المتوسط العام لجميع العبارات									1.89	1.008	70.7	

توضح بيانات الجدول السابق أن أفراد عينة الدراسة أبدوا اتجاهاً متوسطاً تجاه العبارات التي تدل على "التأثيرات المعرفية" المترتبة على اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية كمصدر معلومات عن الحرب على اليمن، حيث يشير المتوسط الحسابي لمجموع تلك العبارات إلى: (1.90)، وبلغ الوزن النسبي العام: (68.3%)، وجاء ترتيب تلك العبارات على النحو التالي:

_ جاءت عبارة (التعرف على كمية ونوعية الطلعات الهجومية من دول التحالف على اليمن ومدنها والآثار التدميرية الناجمة عنها) في المرتبة الأولى للتأثيرات المعرفية بمتوسط: (2.18) ووزن مئوي: (79.4%)، فلكثرة تلك الطلعات العبثية والتدميرية على الممتلكات الخاصة والعامة ومؤسساتهما والجسور والطرقات والمدارس والأسواق وقاعات الأفراح مما عطل الحياة العامة للناس أدى ذلك إلى أن تكون من أولويات ما تتابعه العينة لارتباطه بحياتها الخاصة والعامة.

_ وجاءت في المرتبة الثانية عبارة (التعرف على الظروف المعيشية التي يمر بها الشعب اليمني في ظل العدوان) بمتوسط حسابي: (2.12) ووزن مئوي :(78%)

_ كما جاءت في المرتبة الثالثة عبارة (التعرف على طبيعة الحوارات التي تتم تحت إشراف الأمم المتحدة بين الحوثيين ودول التحالف والشرعية) بمتوسط حسابي :(2.01) ووزن مئوي :(75.3%)، بينما جاء في آخر التأثيرات المعرفية عبارة (التعرف على طبيعة الحوارات التي تتم تحت إشراف الأمم المتحدة بين المجلس الانتقالي ودول التحالف والشرعية) بمتوسط حسابي: (1.48) ووزن مئوي: (62.1%).

كما توضح بيانات الجدول السابق أن أفراد عينة الدراسة أبدوا اتجاهاً يميل إلى الإيجابية تجاه العبارات التي تدل على "التأثيرات الوجدانية" المترتبة على اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية كمصدر معلومات عن الحرب على اليمن، حيث يشير المتوسط الحسابي لمجموع تلك العبارات إلى :(2.03)، وبلغ

الوزن النسبي العام :(75.6%)، وجاء ترتيب تلك العبارات على النحو التالي:

_ جاءت عبارة (زيادة معلوماتي حول الحرب على اليمن وما ترتب على ذلك من معاناة إنسانية على الشعب اليمني) في المرتبة الأولى للتأثيرات الوجدانية بمتوسط :(2.12) ووزن مئوي: (78%)، وهذا منطقي لهول ما ترتب من تلك الحرب العبثية على مصالح الشعب اليمني وتوقف الحياة العامة برمتها وأصبح الشعب كله محروماً من مقومات الحياة وضرورياتها ويعيش معظمه تحت خط الفقر محروماً من الوقود والغذاء والدواء والأمن.

_ جاءت في المرتبة الثانية والثالثة بنسب متقاربة عبارتي (عدم الرضا عن دول العالم ومنظماته وهيئاته الإنسانية وللأمم المتحدة لسكوتهم القاتل على ما يحصل لليمن من إبادة وتجويع وقتل وحصار وتشريد) و (مشاركة الشعب اليمني وجدانيا في معاناته ومشكلاته) بمتوسط حسابي :(2.08) لكلا العبارتين ووزن مئوي :(77%) و (76.9%)، كما جاءت في المرتبة الرابعة عبارة (زيادة التعاطف مع كافة موظفي الدولة المنقطعة رواتبهم نتيجة الحرب على اليمن) بمتوسط حسابي :(2.03) ووزن مئوي :(75.7%)، بينما جاء في آخر التأثيرات الوجدانية عبارة (زيادة التعاطف والخوف والقلق على الأسرى والمخفيين قسريًا والمختطفين) بمتوسط حسابي: (1.93) ووزن مئوي: (73.2%).

وكذلك توضح بيانات الجدول السابق أن أفراد عينة الدراسة أبدوا اتجاهاً متوسطاً تجاه العبارات التي تدل على "التأثيرات السلوكية" المترتبة على اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية كمصدر معلومات عن الحرب على اليمن؛ حيث يشير المتوسط الحسابي لمجموع تلك العبارات إلى: (1.72)، وبلغ الوزن النسبي العام: (68%)، وجاء ترتيب تلك العبارات على النحو التالي:

جاءت عبارة (تأييد كل المقترحات والجهود التي يقدمها المخلصون من أبناء هذا الوطن لعودة الأمن والسلام للشعب اليمني) في المرتبة الأولى للتأثيرات السلوكية بمتوسط: (2.05) ووزن مئوي :(76.2%)، إذ أصبح المواطن كالغريق الذي يتعلق بخيط الأمل طلباً والخروج من عالم الخوف حفاظاً على أمنه وسلامته، فما عاد يملك إلا تأييد ما يُقدم من مقترحات أبناء وطنه الصادقين العودة الأمن والسلام للشعب اليمني، فما قدمه التحالف له إلا الدمار باسم إنقاذه، وجاءت في المرتبة الثانية عبارة (المشاركة التوعوية والإرشادية لرأب الصدع وتوعية الشعب بالتلاحم ضد من يعبث بأمن ووحدة واستقرار اليمن) بمتوسط حسابي: (1.83) ووزن مئوي :(70.8%)، كما جاءت في المرتبة الثالثة عبارة (المشاركة في الأنشطة التطوعية والإغاثية لمساعدة المتضررين من العدوان والحصار على اليمن) بمتوسط حسابي :(1.66) ووزن مئوي: (66.5%)، بينما جاء في آخر التأثيرات السلوكية عبارة (المشاركة في كتابة التغريدات والمدونات والتصويتات في شبكات التواصل الاجتماعي ضد العدوان على اليمن) بمتوسط حسابي: (1.61) ووزن مئوي :(65.2%)،

ثانيا: عرض ومناقشة نتائج اختبار الفرضيات العلمية المتعلقة باستخدامات الشباب اليمني (عينة الدراسة).

الفرض الأول:

_ توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية ودرجة اكتسابهم للمعلومات حول الحرب في اليمن.

جدول رقم (14) يوضح العلاقة بين معدل اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية ودرجة اكتسابهم للمعلومات

معدل الاعتماد	درجة اكتساب المعلومات		
	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة	
معدل الاعتماد على المواقع الإلكترونية الإخبارية	0.563	0.000	دال إحصائياً

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط متوسطة موجبة ذات دلالة إحصائية بين معدل اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية ودرجة اكتسابهم للمعلومات حول الحرب في اليمن؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون: (0.563) عند مستوى معنوية (0.000) وعليه نقبل صحة هذا الفرض، أي أنه يدل على أنه كلما زاد معدل اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية كلما زادت درجة اكتسابهم للمعلومات حول الحرب في اليمن.

الفرض الثاني:

_ توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.

جدول رقم :(15) يوضح العلاقة بين معدل اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد

التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على المواقع الإلكترونية الإخبارية	معدل الاعتماد على المواقع الإلكترونية الإخبارية		
	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة	
التأثيرات المعرفية	0.290	0.000	دال إحصائياً
التأثيرات الوجدانية	0.216	0.000	دال إحصائياً
التأثيرات السلوكية	0.327	0.000	دال إحصائياً
التأثير الكلي	0.260	0.000	دال إحصائياً

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط موجبة تراوحت بين الضعيفة والمتوسطة ذات دلالة إحصائية بين معدل اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد (التأثيرات المعرفية . التأثيرات الوجدانية . التأثيرات السلوكية . التأثير الكلي)، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون على التوالي (0.290) و (0.216) و (0.327) و (0.260) عند مستوى معنوية (0.000) وعليه نقبل صحة هذا الفرض ، أي أنه يدل على أنه كلما زاد معدل اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية كلما زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على ذلك الاعتماد.

الفرض الثالث:

_ توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل اعتماد الشباب اليمني على المواقع

الإلكترونية الإخبارية ومستوى تقييم المبحوثين لمصداقية المعلومات التي تقدمها عن حرب التحالف على اليمن.

جدول رقم: (16) يوضح العلاقة بين معدل اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية ومستوى تقييم المبحوثين لمصداقية المعلومات

معدل الاعتماد	مستوى التقييم لمصداقية المعلومات		
	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة	
معدل الاعتماد على المواقع الإلكترونية الإخبارية	0.617	0.000	دال إحصائياً

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط متوسطة موجبة ذات دلالة إحصائية بين معدل اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية ومستوى التقييم لمصداقية ما تقدمه من معلومات عن حرب التحالف على اليمن، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.617) عند مستوى معنوية (0.000) وعليه نقل صحة هذا الفرض، ويدل هذا على أنه كلما زاد معدل مصداقية ما تقدمه المواقع الإلكترونية الإخبارية من معلومات عن الحرب على اليمن كلما زاد مستوى اعتمادهم على تلك المواقع في اكتساب المعلومات.

الفرض الرابع:

(أ) توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية في متابعة أخبار الحرب على اليمن وفقاً لنوع المبحوثين.

جدول رقم (17) يوضح الفروق الإحصائية بين نوع الجمهور ومعدل اعتمادهم على المواقع الإلكترونية

معدل الاعتماد	النوع	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية df	مستوى المعنوية Sig	الدلالة الإحصائية
معدل الالتماس	ذكر	209	1.66	0.703	1.487	398	0.138	غير دالة إحصائياً
	أنثى	191	1.56	0.637				

توضح بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوثين ومعدل اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن، حيث بلغت قيمة (T) المحسوبة: (1.487) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.138) ودرجة حرية (398)، وعليه لا نقبل صحة هذا الفرض، أي أنه يدل على أن نوع الجمهور لا يؤثر على معدل اعتماهم على المواقع الإلكترونية في متابعة أخبار الحرب على اليمن.

(ب) توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية في متابعة أخبار الحرب على اليمن وفقاً للمستوى العمري للمبحوثين.

جدول رقم: (18) يوضح الفروق الإحصائية بين المستوى العمري للجمهور ومعدل اعتمادهم على المواقع الإلكترونية

معدل الاعتماد	المستوى العمري	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة F	درجة الحرية df	مستوى المعنوية Sig	الدلالة الإحصائية
معدل الاعتماد على المواقع الإلكترونية الإخبارية	من 18 إلى أقل من 25 سنة	231	1.68	0.692	3.708	397	0.025	دالة إحصائياً
	من 25 إلى أقل من 35 سنة	110	1.57	0.656				
	من 35 إلى أقل من 45 سنة	59	1.42	0.593				

توضح بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى العمري للمبحوثين من حيث اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن، وذلك لصالح الفئة العمرية: (من 18 إلى أقل من 25 سنة)، حيث بلغ المتوسط الحسابي :(1.68) بينما بلغ للفئة العمرية من: 25 إلى أقل من 35 سنة (1.57) وللفئة العمرية من 35 إلى أقل من 45 سنة (1.42)، وجاء الفرق بين المتوسطات دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة (F) (3.708) عند مستوى معنوية (0.025) ودرجة حرية (397)، وهذا يشير إلى أن المستوى العمري يؤثر على اعتماد الشباب اليمني (عينة البحث) على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن.

(ج) توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية في متابعة أخبار الحرب على اليمن وفقاً للمستوى التعليمي للمبحوثين.

جدول رقم: (19) يوضح الفروق الإحصائية بين المستوى التعليمي للجمهور ومعدل اعتمادهم على المواقع الإلكترونية

معدل الاعتماد	المستوى التعليمي	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة F	درجة الحرية df	مستوى المعنوية Sig	الدلالة الإحصائية
معدل الاعتماد على المواقع الإلكترونية الإخبارية	تعليم أساسي	4	2.00	1.155	0.462	396	0.709	غير دالة إحصائياً
	ثانوية أو ما يعادلها	95	1.62	0.639				
	مؤهل جامعي	279	1.61	0.670				
	مؤهل عال	22	1.59	0.796				

توضح بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي للمبحوثين في اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن حيث بلغت قيمة: (F) (0.462) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية: (0.709) ودرجة حرية (396)، وهذا يشير إلى أن المستوى التعليمي لا يؤثر على اعتماد الشباب اليمني (عينة البحث) على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن.

(د) توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية في متابعة أخبار الحرب على اليمن وفقاً للمستوى الاقتصادي للمبحوثين.

جدول رقم: (20) يوضح الفروق الإحصائية بين المستوى الاقتصادي للجمهور ومعدل اعتمادهم على المواقع الإلكترونية

معدل الاعتماد	المستوى الاقتصادي	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة F	درجة الحرية df	مستوى المعنوية Sig	الدلالة الإحصائية
معدل الاعتماد على المواقع الإلكترونية الإخبارية	منخفض	287	1.62	0.673	1.259	397	0.285	غير دالة إحصائياً
	متوسط	73	1.52	0.626				
	مرتفع	40	1.73	0.751				

توضح بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي للمبحوثين في اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن حيث بلغت قيمة: (F) (1.259) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.285) ودرجة حرية (397)، وهذا يشير إلى أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على اعتماد الشباب اليمني (عينة البحث) على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن.

الفرض الخامس:

(أ) توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات الناتجة عن اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية في متابعة أخبار الحرب على اليمن وفقاً للنوع.

جدول رقم (21) يوضح الفروق بين التأثيرات الناتجة عن اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن وفقاً للنوع

تأثيرات الاعتماد على المواقع الإلكترونية الإخبارية	النوع	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية df	مستوى المعنوية Sig	الدلالة الإحصائية
التأثيرات المعرفية	ذكر	209	2.38	0.763	1.209	398	0.227	غير دال إحصائياً
	أنثى	191	2029	0.722				
التأثيرات الوجدانية	ذكر	209	2.44	0.765	2.384	398	0.018	دال إحصائياً
	أنثى	191	2.26	0.816				
التأثيرات السلوكية	ذكر	209	2.19	0.816	2.328	398	0.020	دال إحصائياً
	أنثى	191	2.00	0.827				
التأثير الكلي	ذكر	209	2.42	0.703	2.629	398	0.009	

	أنثى	191	2.23	0.710				دال إحصائياً

توضح بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوثين من حيث التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن، حيث بلغت قيمة (T) (1.209) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.227) ودرجة حرية (398)، وهذا يشير إلى أن نوع المبحوثين لا يؤثر على تكوين التأثيرات المعرفية للشباب اليمني (عينة البحث) نتيجة اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن.

بينما تشير البيانات إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوثين من حيث (التأثيرات الوجدانية . التأثيرات السلوكية . التأثير الكلي) الناتجة عن اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن، وذلك لصالح الذكور، حيث بلغ المتوسط الحسابي على التوالي :(2.44) و (2.19) و (2.42) بينما بلغ للإناث على التوالي (2.26) و (2.00) و (2.23) ، وجاء الفرق بين المتوسطات دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة (T) في التأثيرات الوجدانية (2.384) عند مستوى معنوية (0.018) ودرجة حرية (398)، وكذلك (2.328) عند مستوى معنوية (0.020) ودرجة حرية (398) للتأثيرات السلوكية، بينما بلغت قيمة (T) في التأثير الكلي (2.629) عند مستوى معنوية (0.009) ودرجة حرية (398).

وهذا يشير إلى أن نوع المبحوثين يؤثر على تكوين التأثيرات (الوجدانية / السلوكية / الكلية) للشباب اليمني (عينة البحث) نتيجة اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن.

(ب) توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات الناتجة عن اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية في متابعة أخبار الحرب على اليمن وفقاً للمستوى العمري.

جدول رقم: (22) يوضح الفروق بين التأثيرات الناتجة عن اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن وفقاً للمستوى العمري

تأثيرات الاعتماد على المواقع الإلكترونية الإخبارية	المستوى ا لعمري	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة F	درجة الحرية df	مستوى المعنوية Sig	الدلالة الإحصائية
التأثيرات المعرفية	من 18 إلى أقل من 25 سنة	231	2.42	0.692	3.692	397	0.026	دالة إحصائياً
	من 25 إلى أقل من 35 سنة	110	2.24	0.801				
	من 35 إلى أقل من 45 سنة	59	2.19	0.798				
	من 18 إلى أقل من 25 سنة	231	2.40	0.767	0.815	397	0.443	غير دالة إحصائياً
	من 25 إلى أقل من 35 سنة	110	2.30	0.819				

التأثيرات الوجدانية	من 35 إلى أقل من 45 سنة	59	2.29	0.852				
التأثيرات السلوكية	من 18 إلى أقل من 25 سنة	231	2.17	0.778	2.178	397	0.115	غير دالة إحصائياً
	من 25 إلى أقل من 35 سنة	110	1.99	0.893				
	من 35 إلى أقل من 45 سنة	59	2.02	0.861				
التأثير الكلي	من 18 إلى أقل من 25 سنة	231	2.39	0.675	1.856	397	0.158	غير دالة إحصائياً
	من 25 إلى أقل من 35 سنة	110	2.24	0.753				
	من 35 إلى أقل من 45 سنة	59	2.27	0.762				

.توضح بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى العمري للمبحوثين من حيث "التأثيرات المعرفية" الناتجة عن اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن، وذلك لصالح الفئة العمرية: (من 18 إلى أقل من 25 سنة)، حيث بلغ المتوسط الحسابي: (2.42) بينما بلغ للفئة العمرية من: 25 إلى أقل من 35 سنة (2.24) وللفئة العمرية من: 35 إلى أقل من 45 سنة (2.19)، وجاء الفرق بين المتوسطات دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة (F) (3.692) عند مستوى معنوية (0.026) ودرجة حرية (397)، وهذا يشير إلى أن المستوى العمري يؤثر على تكوين التأثيرات المعرفية للشباب اليمني (عينة البحث) نتيجة اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن.

بينما تشير بيانات الجدول إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى العمري المبحوثين من حيث التأثيرات (الوجدانية السلوكية التأثيرات الكلية) الناتجة عن اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن، حيث بلغت قيمة (F) على التوالي (0.815) ، (2.178) ، (1.856) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.443) و (0.115) و (0.185) على التوالي ودرجة حرية (397)، أي أن المستوى العمري لا يؤثر على تكوين التأثيرات (الوجدانية / السلوكية / الكلية) للشباب اليمني (عينة البحث) نتيجة اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن.

(ج) توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات الناتجة عن اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية في متابعة أخبار الحرب على اليمن وفقاً للمستوى التعليمي. جدول رقم: (23) يوضح الفروق بين التأثيرات الناتجة عن اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن وفقاً للمستوى التعليمي

تأثيرات الاعتماد على المواقع الإلكترونية الإخبارية	المستوى ا لتعليمي	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة F	درجة الحرية df	مستوى المعنوية Sig	الدلالة الإحصائية

التأثيرات المعرفية	تعليم أساسي	4	2.75	0.500	4.283	396	0.005	دالة إحصائياً
	ثانوية أو ما يعادلها	95	2.51	0.650				
	مؤهل جامعي	279	2.30	0.756				
	مؤهل عال	22	1.95	0.844				
التأثيرات الوجدانية	تعليم أساسي	4	2.75	0.500	2.910	396	0.034	دالة إحصائياً
	ثانوية أو ما يعادلها	95	2.42	0.780				
	مؤهل جامعي	279	2.36	0.788				
	مؤهل عال	22	1.91	0.868				
التأثيرات السلوكية	تعليم أساسي	4	3.00	0.000	5.307	396	0.001	دالة إحصائياً
	ثانوية أو ما يعادلها	95	2.07	0.828				
	مؤهل جامعي	279	2.14	0.799				
	مؤهل عال	22	1.55	0.963				
التأثير الكلي	تعليم أساسي	4	2.75	0.500	1.062	396	0.098	غير دالة إحصائياً
	ثانوية أو ما يعادلها	95	2.36	0.698				
	مؤهل جامعي	279	2.34	0.705				
	مؤهل عال	22	2.00	0.816				

توضح بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي للمبحوثين من حيث التأثيرات (المعرفية/ الوجدانية / السلوكية) الناتجة عن اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن، وذلك لصالح فئة (تعليم أساسي)، حيث بلغ المتوسط الحسابي على التوالي: (2.75) و (2.75) و (3.00) بينما جاء المتوسط الحسابي أقل من تلك النسبة في المستويات التعليمية الأخرى في التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، وجاء الفرق بين المتوسطات دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة (F) في التأثيرات المعرفية (4.283) عند مستوى معنوية (0.005) ودرجة حرية (396)، وكذلك (2.910) عند مستوى معنوية (0.034) ودرجة حرية (396) للتأثيرات الوجدانية، بينما بلغت قيمة (F) في التأثيرات السلوكية (5.307) عند مستوى معنوية (0.001) ودرجة حرية (396).

بينما توضح بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي من حيث "التأثيرات الكلية" الناتجة عن اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن، حيث بلغت قيمة (F) (1.062) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.098) ودرجة حرية (396). وهذا يشير إلى أن المستوى التعليمي يؤثر على تكوين التأثيرات (المعرفية / الوجدانية / السلوكية) للشباب اليمني (عينة البحث) نتيجة اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن بينما لا يؤثر على تكوين التأثيرات الكلية بشكل عام.

(د) توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات الناتجة عن اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية في متابعة أخبار الحرب على اليمن وفقاً للمستوى الاقتصادي.

جدول رقم: (24) يوضح الفروق بين التأثيرات الناتجة عن اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن وفقاً للمستوى الاقتصادي

تأثيرات الاعتماد على المواقع الإلكترونية الإخبارية	المستوى الاقتصادي	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة F	درجة الحرية df	مستوى المعنوية Sig	الدلالة الإحصائية
التأثيرات المعرفية	منخفض	287	2.36	0.715	0.777	397	0.460	غير دالة إحصائياً
	متوسط	73	2.29	0.772				
	مرتفع	40	2.23	0.891				
التأثيرات الوجدانية	منخفض	287	2.37	0.782	0.464	397	0.629	غير دالة إحصائياً
	متوسط	73	2.27	0.838				
	مرتفع	40	2.38	0.807				
التأثيرات السلوكية	منخفض	287	2.14	0.800	1.694	397	0.185	غير دالة إحصائياً
	متوسط	73	1.95	0.848				
	مرتفع	40	2.08	0.944				
التأثير الكلي	منخفض	287	2.36	0.694	0.895	397	0.409	غير دالة إحصائياً
	متوسط	73	2.23	0.717				
	مرتفع	40	2.30	0.823				

توضح بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي للمبحوثين من حيث التأثيرات (المعرفية/ الوجدانية / السلوكية / الكلية) الناتجة عن اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن، حيث بلغت قيمة (F) على التوالي (0.777) ، (0.464)، (1.694) ، (0.895) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.460) و (0.629) و (0.185) و (0.409) على التوالي ودرجة حرية (397)، أي أن المستوى الاقتصادي للمبحوثين لا يؤثر على تكوين التأثيرات (المعرفية /الوجدانية / السلوكية / الكلية) للشباب اليمني (عينة البحث) نتيجة اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن.

الفرض السابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية من حيث درجة اكتساب المبحوثين للمعلومات من المواقع الإلكترونية الإخبارية وفقاً (للنوع / للمستوى العمري / للمستوى التعليمي / للمستوى الاقتصادي الاجتماعي).

جدول رقم: (25) يوضح الفروق بين درجة اكتساب المبحوثين للمعلومات من المواقع الإخبارية الإلكترونية وفقاً لمتغيراتهم الديموغرافية

درجة اكتساب المعلومات	البيانات الديموغرافية	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة T أو F	درجة الحرية df	مستوى المعنوية Sig	الدلالة الإحصائية
درجة اكتساب المبحوثين للمعلومات من المواقع الإلكترونية الإخبارية	ذكر	209	27.22		1.416	398	0.157	غير دال إحصائياً
	أنثى	191	25.08					
	من 18 إلى أقل من 25 سنة	231	1.54	0.670	6.585	397	0.002	دالة إحصائياً
	من 25 إلى أقل من 35 سنة	110	1.49	0.646				
	من 35 إلى أقل من 45 سنة	59	1.20	0.484				
	أقل من الثانوية	4	1.75	0.957	1.323	396	0.266	غير دالة إحصائياً
	ثانوية أو ما يعادلها	95	1.38	0.605				
	مؤهل جامعي	279	1.51	0.040				
	دراسات عليا	22	1.41	0.126				
	منخفض	287	1.53	0.663	3.044	397	0.049	دالة إحصائياً
	متوسط	73	1.33	0.554				
	مرتفع	40	1.40	0.672				

توضح بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوثين من حيث درجة اكتسابهم للمعلومات من المواقع الإلكترونية الإخبارية، حيث بلغت قيمة (T) (1.416) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.157) ودرجة حرية (398)، وهذا يشير إلى أن نوع المبحوثين لا يؤثر على درجة اكتسابهم للمعلومات من المواقع الإلكترونية الإخبارية.

كما توضح البيانات وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى العمري للمبحوثين من حيث درجة اكتسابهم للمعلومات من المواقع الإلكترونية الإخبارية، وذلك لصالح الفئة العمرية (من 18 إلى أقل من 25 سنة)، حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.54) بينما بلغ للفئة العمرية من: 25 إلى أقل من 35 سنة (1.49) وللفئة العمرية من: 35 إلى أقل من 45 سنة (1.20)، وجاء الفرق بين المتوسطات دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة (F) (6.585) عند مستوى معنوية (0.002) ودرجة حرية (397)، وهذا يشير إلى أن المستوى العمري يؤثر على درجة اكتساب المبحوثين للمعلومات من المواقع الإلكترونية الإخبارية.

وتشير النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي للمبحوثين من حيث درجة اكتسابهم للمعلومات من المواقع الإلكترونية الإخبارية، حيث بلغت قيمة (F) (1.323) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.266) ودرجة حرية (396).

وتبين البيانات السابقة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي للمبحوثين من حيث درجة اكتسابهم للمعلومات من المواقع الإلكترونية الإخبارية، وذلك لصالح فئة المستوى الاقتصادي المنخفض، حيث بلغ المتوسط الحسابي:

(1.53) بينما بلغ لفئة المستوى المتوسط: (1.33) ولفئة المستوى المرتفع (1.40)، وجاء الفرق بين المتوسطات دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة (F) (3.044) عند مستوى معنوية (0.049) ودرجة حرية (397)، وهذا يشير إلى أن المستوى الاقتصادي يؤثر على درجة اكتساب المبحوثين للمعلومات من المواقع الإلكترونية الإخبارية.

8- الخاتمة:

- **النتائج التي تم التوصل إليها من خلال الإجابة على تساؤلات الدراسة وفروضها :**

أ- النتائج الخاصة بتساؤلات الدراسة:

1. بلغت عينة الدراسة: 400 مفردة بنسبة: 52.2% للذكور و47.8% للإناث، كما احتلت الفئة من: 18 – أقل من 25 والفئة الحاصلة على التعليم الجامعي المرتبة الأولى في متابعة أخبار الحرب على اليمن.
2. تصدر متغير (أحياناً) بنسبة: 46.5% في معدل متابعة المبحوثين لأخبار الحرب على اليمن في المواقع الإلكترونية الإخبارية، كما تصدرت فئة (من يوم إلى يومين) باقي الفئات في مدة المتابعة.
3. جاء موقع الفيسبوك في المرتبة الأولى بمتوسط: (2.05) بين المواقع التي يعتمد عليها المبحوثين في اكتساب معلومات الحرب على اليمن.
4. جاء دافع (لسهولة وسرعة الحصول عليها) في المرتبة الأولى بين دوافع متابعة المبحوثين لتطورات الحرب على اليمن من المواقع الإلكترونية الإخبارية.
5. تصدر موضوع (الأخبار المدعمة بلقطات الفيديو) المواضيع التي يحرص المبحوثين من خلالها على متابعة أخبار الحرب على اليمن.
6. جاءت عبارة (التعرف على كمية ونوعية الطلعات الهجومية من دول التحالف على اليمن ومدنها والآثار التدميرية الناجمة عنها) في المرتبة الأولى للتأثيرات المعرفية المترتبة على اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية كمصدر معلومات عن الحرب على اليمن بمتوسط: (2.18)، كما جاءت عبارة (زيادة معلوماتي حول الحرب على اليمن وما ترتب على ذلك من معاناة إنسانية على الشعب اليمني) في المرتبة الأولى للتأثيرات الوجدانية وبمتوسط: (2.12)، بينما جاءت عبارة تأييد كل المقترحات والجهود التي يقدمها المخلصون من أبناء هذا الوطن لعودة الأمن والسلام للشعب اليمني) في المرتبة الأولى للتأثيرات السلوكية وبمتوسط (2.05).

ب-النتائج الخاصة باختبار فروض الدراسة:

1- أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباط متوسطة موجبة ذات دلالة إحصائية بين معدل اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية ودرجة اكتسابهم للمعلومات حول الحرب في اليمن.

2- كما أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط موجبة تراوحت بين الضعيفة والمتوسطة ذات دلالة إحصائية بين معدل اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد (التأثيرات المعرفية

. التأثيرات الوجدانية . التأثيرات السلوكية . التأثير الكلي).

3- كما كشفت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباط قوية موجبة ذات دلالة إحصائية بين معدل اعتماد الشباب اليمني على المواقع الإلكترونية الإخبارية ومستوى التقييم لمصداقية ما تقدمه من معلومات عن الحرب على اليمن.

4- كشفت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوثين ومعدل اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن، كما أظهرت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى العمري للمبحوثين من حيث اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن، وذلك لصالح الفئة العمرية (من 18 إلى أقل من 25 سنة)، كما أظهرت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (المستوى التعليمي . المستوى الاقتصادي) للمبحوثين من حيث اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن.

5- أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوثين من حيث التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن، كما أظهرت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوثين من حيث "التأثيرات الوجدانية والسلوكية والتأثير الكلي" وذلك لصالح الذكور، كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى العمري للمبحوثين من حيث التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن، وذلك لصالح الفئة العمرية (من: 18 إلى أقل من 25 سنة)، وأظهرت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى العمري للمبحوثين من حيث التأثيرات (الوجدانية . السلوكية . التأثيرات الكلية)، كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي للمبحوثين من حيث التأثيرات (المعرفية/ الوجدانية / السلوكية) الناتجة عن اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن، وذلك لصالح فئة (تعليم أساسي)، وأظهرت أيضا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي من حيث التأثيرات الكلية، كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي للمبحوثين من حيث التأثيرات (المعرفية/ الوجدانية / السلوكية / الكلية) الناتجة عن اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الإخبارية في متابعة أخبار الحرب على اليمن.

6- وضحت النتائج أن عدم وجود دلالة إحصائية بين نوع المبحوثين ومستواهم التعليمي من حيث درجة اكتسابهم للمعلومات من المواقع الإلكترونية الإخبارية عن أحداث الحرب على اليمن، بينما كشف النتائج وجود دلالة إحصائية بين المستوى العمري

والاقتصادي للمبحوثين من حيث درجة اكتسابهم للمعلومات من المواقع الإلكترونية الإخبارية عن أحداث الحرب على اليمن.

ج – **التوصيات:**

بناء على نتائج الدراسة الميدانية وفروض الدراسة تم التوصل إلى التوصيات الآتية:

1. أن تراعي المواقع الإلكترونية الإخبارية اليمنية الخاصة والمستقلة والحزبية والحكومية الدقة والموضوعية والحيادية في التغطية الشاملة للأحداث الجارية على الساحة اليمنية سواءً في وقت الحرب أم وقت السلم.
2. أن تلتزم المواقع الإلكترونية الإخبارية اليمنية الخاصة والمستقلة والحزبية والحكومية بالمنهجية وبالمبادئ الأخلاقية وتعمل على التخفيف من الدعوات إلى ما يزيد المواطن اليمني من الفرقة والعداء، وتخفف من الحملات الداعية للفرقة والتعصب وتعمل على الحد من خطاب الكراهية.
3. أن تخضع تلك المواقع الإلكترونية الإخبارية اليمنية الخاصة والمستقلة والحزبية والحكومية للرقابة الذاتية أولاً ووفق مواثيق الشرف الإعلامية، ويكون هناك تشريعات خاصة بالنشر الإلكتروني يلتزم بها كل صحفي، وتشرف عليه الجهات الحكومية ونقابة الصحفيين.
4. أن تقوم المواقع الإلكترونية الإخبارية اليمنية الخاصة والمستقلة والحزبية والحكومية بتحليل القضايا المحلية بشكل جيد وبحيادية تامة.
5. أن تساهم المواقع الإلكترونية الإخبارية اليمنية الخاصة والمستقلة والحزبية والحكومية في زيادة الوعي الوطني لدى الشباب والحفاظ على الهوية الوطنية وحب الدفاع عن الوطن.
6. أن تعرض المواقع الإلكترونية الإخبارية اليمنية الخاصة والمستقلة والحزبية والحكومية وجهات النظر المختلفة للأحداث والقضايا المجتمعية وما ترتب عن تلك الحرب من مشكلات سياسية واقتصادية وكيف نخفف مما خلفه العدوان على اليمن من مضار.
7. ضرورة أن تناقش المواقع الإلكترونية الإخبارية اليمنية الخاصة والمستقلة والحزبية والحكومية وبتعمق وبشفافية مع الجمهور اليمني من الشباب ونخبه السياسية والدينية والاجتماعية الموضوعات الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية المختلفة وخاصة بعد العدوان على اليمن للخروج برؤية للتخفيف من آثار تلك الحرب في كل تلك المجالات.
8. ضرورة أن ترسم المواقع الإلكترونية الإخبارية اليمنية الخاصة والمستقلة والحزبية والحكومية خطط لإعادة البناء ولم الشمل وما خلفته الحرب على جميع الأصعدة.
9. ضرورة أن تتكامل تلك المواقع الإلكترونية الإخبارية اليمنية الخاصة والمستقلة والحزبية والحكومية مع الجهات المعنية بالمصالحة الوطنية وإعادة بناء الإنسان اليمني وفق الأسس الوطنية والتعاليم الدينية والأعراف الاجتماعية.

- **مراجع الدراسة:**

[1] http://www.tech-wd.com/wd/2014/01/14 .إحصائيات عن الشبكات الاجتماعية والانترنت في 2021,

[2] سعد الغريب النجار، **استخدامات الشباب للصحف الإلكترونية، دراسة مسحية على عينة من طلاب جامعة البحرين**، المؤتمر العلمي الثاني عشر لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2-4 مايو 2006م، ص ص 1107-1185.

[3] Boulianne, S. **Connecting, informing, and mobilizing youth and the advantaged: The role of the Internet in political engagement (Unpublished Doctoral Dissertation)**. The University of Wisconsin, Wisconsin, USA, 2007.

[4] Urista, M., Dong, Q., and Day, K.). **Explaining why young adults use Myspace and Facebook through uses and gratifications theory**. Human Communication, 12(2), 2009, 215-229.

[5] www.athagafy.com/Media/start3.htm, هبة ربيع،" **استخدام المواقع الإخبارية والإشباع المتحقق لدى فئة الشباب المصري**، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، 2010م.2010/03/23

[6] نشوى يوسف امين اللواتي، **تأثير التعرض للمواقع الاخبارية الالكترونية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا السياسية**، رسالة دكتوراه، غير منشوره، قسم علوم الاتصال والاعلام، كلية الآداب، جامعة عين شمس ،2011م.

[7] https://www.asjp.cerist.dz/en/article/52 766# طه عبد العاطي نجم و أنور بن محمد الرواس، " **العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية "دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الإنترنت**، مجلة دفاتر السياسة والقانون، مجلة جامعية محكمة في الحقوق والعلوم السياسية، تصدر عن جامعة قاصدي مرباح ورقلة- بالجزائر, **العدد4**، الفصل الثالث، جانفي 2011م ، ص53-92, 12-7-2021.

[8] خوله عبد العزيز الغامدي، **دوافع تعرض الجمهور السعودي للصحف الإلكترونية والاشباعات المتحققة منها" (دراسة ميدانيّة على عيّنة من المجتمع السعودي بمنطقة مكة المكرمة)**، المجلة العربية للإعلام والاتصال، دورية متخصصة محكمة تعنى بأبحاث الإعلام والاتصال، تصدر عن الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، **العدد الرابع والعشرون**، نوفمبر 2020-1442هـ.

[9] نوال عبد الله الحزورة، ومهدي محمد حيدر،" **استخدامات الشباب المني للإنترنت وعلاقته بمستوى وعيهم بالشائعات الإلكترونية حول الأحداث الجارية، دراسة مسحية**"، Arab Media &Society (Issue 29,Winter/Spring 2020.

[10] عبد الكريم الدبيسي، وأحمد محمدين، وحسام العتوم، **الصحافة الإلكترونية الأردنية وتشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا المجتمع**، دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلّد 49، **العدد 1**، 2022.

[11] Yang-Jin, **"Zooming in On American Civic life: Modeling Social Capital from Internet dependency Relations and Internet Current Affairs News Consumption"**, *Ph.D. Dissertation, Unpublished*, (Southern-Illinois- University of- Carbondale) ,2004.

[12] حسين علي السرو، وعبد الصادق حسن، **اعتماد الشباب البحريني على مواقع الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات المجتمعية دراسة ميدانية**، بحث منشور بمجلة مجلة دراسات الطفولة، كلية الدراسات العليا للطفولة: جامعة عين شمس، مجلد 17، **العدد 63** يونيو-حزيران،2014.

[13] خالد صلاح عبد الرحمن الحسين، **"اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على المواقع الإلكترونية الإخبارية في التماس المعلومات نحو القضايا السياسية "**، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة اليرموك: أربد-الأردن، 2014 م.

[14] منال عبده محمد منصور، **اعتماد طلاب الجامعة على المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات عن الأزمات المصرية وعلاقته بتوقعاتهم لمستقبل مصر السياسي**، بحث منشور بمجلة دراسات الطفولة، معهد الدراسات العليا للطفولة: جامعة عين شمس، المجلد 16، **العدد 62**، يناير – مارس، 2014م، ص44.

[15] صابر حسن محمد، **"العلاقة بين الاعتماد على المواقع الإخبارية الإلكترونية ومستوى المعرفة بالقضايا السياسية اليمنية والعربية لدى الشباب اليمنى "، دكتوراه غير منشورة**، قسم الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2014 م.

[16] هاني أحمد محمد مرجان، **اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الالكترونية في اكتساب المعلومات حول قضية اللاجئين الفلسطينيين، دراسة ميدانية**، قسم الصحافة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية بغزة: غزة،2015.

[17] أكرم عيساوي، **اعتماد الشباب الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الاخبار، دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الاعلام والاتصال**، رسالة ماجستير - جامعة العربي التبسي –، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال: الجزائر، 2016م.

[18] عبير محمود جبار، **اعتماد طلبة جامعة جيهان على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والاخبار**، قسم الإعلام، جامعة جيهان، بحث منشور في مجلة جامعة جيهان- أربيل العلمية، مجلد 1، **العدد 2**، آب 2017م.

- **أسماء السادة المحكمين الذي تم عرض الاستبيان عليهم:**

1- أ.د. حسن منصور، أستاذ الإعلام -قسم الإعلام- كلية الآداب –جامعة الملك سعود-الرياض.
2- أ.د. محمد على القعاري، أستاذ الإعلام –قسم الصحافة –كلية الإعلام جامعة الملك محمد بن سعود الرياض.
3- أ.د. وديع العزعزي، أستاذ الإعلام –قسم الإذاعة والتليفزيون –كلية الإعلام جامعة أم القرى.
4- أ.م. فوده محمد علي، أستاذ الإعلام المشارك –قسم الإذاعة والتليفزيون– البحرين.
5- أ.م. عمر مقبول عبرين، أستاذ الإعلام المشارك– قسم العلاقات العامة والإعلان-كلية الإعلام جامعة صنعاء.
6- د. هزاع مرشد أحمد شرف، أستاذ الإعلام المساعد –قسم العلاقات العامة والإعلان-كلية الإعلام جامعة صنعاء.

---

[19] محمد الحديدي، **نظريات الإعلام واتجاهات حديثة في دراسة جمهور الرأي العام**، ط1، مكتبة نانسي: دمياط، 2006م، ص17.

[20] ملفن دوفلير، وساندرا بول روكينس، **نظريات الإعلام**، ترجمة كمال عبد الرؤوف، ط1، الدار الدولية للطباعة والنشر: القاهرة، 1993م، ص424.

[21] حسن عماد مكاوي، وليلى السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط1، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة، 1998م، ص75.

[22] ملفن دوفلير، وساندرا بول روكينش، مرجع سابق، ص 426-427.

[23] http://www.**sabanews.**net/22/7/2021.

[24] محمد عبد الحميد، **دراسة الجمهور في بحوث الإعلام**، ط1، عالم الكتب: القاهرة، 1993، ص122.

[25] الجهاز المركزي للإحصاء، 2019، كتاب الإحصاء السنوي، فصل السكان النتائج النهائية لتعداد السكان، ص 35.