



The Credibility of Media Weather among Jordanians: The Department of Meteorology and Arabia Weather: A Comparative Study

Laith Muhammad Abdul Karim Al-Hiyari¹, Ahmad Ali Oreqa² *

¹ Faculty of Information, Middle East University, Amman, Jordan

² Department of Digital Media, Faculty of Mass Communication, Middle East University, Amman, Jordan

Abstract

Objectives: This study aimed to investigate the credibility of weather reporting among Jordanians conducting a comparison between the report released by the Meteorological Department and Arab Weather.

Methods: The study used a descriptive approach survey targeting media audiences. The study sample consisted of 300 individuals from the capital city of Amman. The questionnaire was distributed electronically through the Greater Amman Municipality's Facebook page.

Results: The study results showed that Jordanians' trust in weather reporting, whether from "Arab Weather" or the Meteorological Department, was moderate. The results also showed the reports released by "Arab Weather" seemed to be more accurate in weather forecasts when compared to those of the Meteorological Department. The evaluation of the Meteorological Department was average. The results also showed that the objectivity of both "Arab Weather" and the Meteorological Department was moderate. The credibility of weather reporting among Jordanians was also moderate.

Conclusions: The study recommends making weather reporting more appealing. It also recommends developing diverse platforms for providing weather forecasts such as creating mobile applications, websites and social media to attract a larger audience. It is also important to establish partnerships between different weather forecasting resources to improve the accuracy and objectivity of weather reporting.

Keywords: Credibility, Weather reporting, Jordan, Arab Weather, Meteorological Department.

Received: 5/7/2023
Revised: 17/9/2023
Accepted: 25/10/2023
Published online: 27/8/2024

* Corresponding author:
ahmadoreqa66@gmail.com

Citation: Al-Hiyari, L. M. A. K., & Ali Oreqa, A. (2024). The Credibility of Media Weather among Jordanians: The Department of Meteorology and Arabia Weather: A Comparative Study. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 51(5), 186–200.
<https://doi.org/10.35516/hum.v51i5.157>

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

ليث محمد عبد الكريم الحياري¹, أحمد علي عرقات^{2*}

¹ كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن

² قسم الإعلام الرقمي، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن

ملخص

الأهداف: هدفت هذه الدراسة إلى تعرف مصداقية إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني من خلال مقارنة دراسة إدارة الأرصاد الجوية وطقس العرب.

المنهجية: اتبعت الدراسة المنهج الوصفي مسح جمهور وسائل الإعلام، وتكونت عينتنا الدراسية المتاحة من 300 شخص من العاصمة عمان، حيث تم توزيع الاستبيان الإلكتروني من خلال صفحة الفيس بوك الخاصة بأمانة عمان الكبرى.

النتائج: إن ثقة الجمهور الأردني في إعلام الطقس سواء كانت من "طقس العرب" أو "إدارة الأرصاد الجوية" جاءت بدرجة متوسطة، وإن الجمهور الأردني يرى أن "طقس العرب" أدق في تقديم توقعات الطقس مقارنة بـ"إدارة الأرصاد الجوية"، حيث حصل "طقس العرب" على مستوى مرتفع في التقديرات، في حين أن تقدير "إدارة الأرصاد الجوية" كان على مستوى متوسط، وكما أظهرت النتائج أن الموضوعية في كل من "طقس العرب" و"إدارة الأرصاد الجوية" جاءت متوسطة، وجاءت المصداقية لدى الجمهور الأردنيين في إعلام الطقس متوسطة.

التوصيات: يجب على وسائل الإعلام أن تجعل إعلام الطقس أكثر جاذبية وتطوير منصات متعددة لتقديمة، مثل: التطبيقات المحمولة، والواقع الإلكتروني، والوسائل الاجتماعية؛ وذلك لجذب جمهور أكبر، وتوسيع الشراكات بين مصادر الطقس المختلفة لتحسين دقة وموضوعية الإعلام.

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



© 2024 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

المقدمة

يُعدّ علم الأرصاد الجوية من أهمّ العلوم التي تؤدي دوراً كبيراً في حياة المجتمعات، حيث لا يمكن تجاهل تأثير حالات الطقس والمناخ على جوانب حياة الإنسان المختلفة في جميع فصول السنة؛ الأمر الذي يستوجب الحصول على معلومات تكون أقرب للواقع ومفيدة حول الطقس، وهذا يتطلب متابعة تامة لمصادر الأرصاد الجوية، التي لا بدّ أن تكون دقيقة؛ كي يستند إليها الأفراد في بداء نشاطهم اليومي والتخطيط للنشاط الأسبوعي. وتنشر في وسائل الإعلام المختلفة أحياناً أخباراً متناقضة حول الحالة الجوية، وأثر ذلك على دقة التوقعات الجوية من عدمها، ومن ثم على مصداقيتها.

ونتيجة تعدد الوسائل الإعلامية التي تنشر حالة الطقس، وظهور التطبيقات الخاصة بها، كان لزاماً على المصادر التي تقدم تلك الأخبار أن تحرص على مصداقيتها في نقل تلك الأخبار، وفي الأردن مثل بقية دول العالم يرتبط الاهتمام بحالة القدس بفصلي الشتاء والصيف، وقد أصبح نشر الأخبار عن حالة الطقس هدفاً للعديد من الوسائل الإعلامية (القنوات التلفزيونية، والموقع الإخبارية الرقمية، والتطبيقات) لتحقيق السبق الإعلامي وجذب المشاهدين والمتصفحين، وأدى ذلك إلى التعامل مع المعلومات بسرعة؛ مما نشأ عنه تجاوزات إعلامية من قبل تلك الوسائل. ونجد بعض الواقع الرقمية تنشر أخباراً تتعلق بحالات جوية متوقعة تنسّب إلى متنبئ جويٍّ كي تحقق سبقاً صحفياً، خاصةً أنّ المواطن يتبع الحالة الجوية بشغف في فصل الشتاء، ما يجعل بعض تلك الجهات تحرص على نقل أخبار متوجّلة؛ إذ يؤدي ذلك إلى تراجع القدرة في تحجب أخطاء المعلومات، وعدم الاعتماد على المصادر الموثوقة في نقل الخبر، بالإضافة إلى أنه يؤثر في مصداقية تلك الوسائل.

وتبرز هنا أهمية مصداقية الوسيلة الإعلامية التي تقدم المعلومة للجمهور عن أخبار الطقس، وتتعكس المصداقية في إعلام الطقس على العلاقة بين الجمهور والوسيلة الإعلامية التي تقدم له المعلومة، إذ تمثل قابلية الجمهور لصدق ما تقدّمه الوسيلة الإعلامية حول الطقس، ودرجة التزامها بمعايير الدقة، والموضوعية، ودرجة ثقة الجمهور بها، وهذه المعايير هي التي تثبت صدق مضمون إعلام الطقس، وتسهم في تقييم مضمون إعلام الطقس المقدّمة للجمهور، ونتيجة لارتباط تلك المضمون من حيث درجة مصداقيتها لدى الجمهور مع السلوك اليومي الذي يمارسه في أداء أعماله اليومية وتنقله، وعلاقة تلك المضمون مع بيتهما العائلية والاجتماعية؛ نجد أنّ مصداقية إعلام الطقس يصبح عاملاً مؤثراً جداً في حياة الفرد اليومية، وهي في الوقت نفسه مهمة جداً للوسيلة الإعلامية من حيث تحقيق أعلى درجة ثقة بها عند الجمهور.

مشكلة الدراسة

أدى ظهور جهات عديدة تهتم برصد الأحوال الجوية بعضها محترفة وأخرى يمثلها هواة إلى تقديم محتوى إخباري بحاجة إلى أن يتطابق مع المعايير المهنية مثل هذه البرامج، ومنها: الدقة، والوضوح.

ولا تتوقف أهمية الرصد الجوي على دقة تلك التوقعات، بل تعدّها إلى مصدر تلك، وتغطية وسائل الإعلام للأحوال الجوية، ودرجة الثقة بتلك المصادر. وتتمثل مشكلة الدراسة في تعرّف مصداقية إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني من خلال دراسة مقارنة بين معلومات إدارة الأرصاد الجوية وطقس العرب.

رابعاً: أسئلة الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن السؤال الرئيس الآتي: ما مصداقية إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني؟، ويتفرّع عنّه الأسئلة الفرعية الآتية:

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

السؤال الفرعي الثاني: ما ثقة الجمهور الأردني بإعلام الطقس؟

السؤال الفرعي الثالث: ما الدقة في إعلام الطقس؟

السؤال الفرعي الرابع: ما الموضوعية في إعلام الطقس؟

أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها مما يأتي:

الأهمية العلمية:

أولاً: تعدّ الدراسة من الدراسات القليلة التي تناولت مصداقية إعلام الطقس باعتبارها دراسة مقارنة.

ثانياً: تساهم هذه الدراسة في حتّي الباحثين على إجراء المزيد من الدراسات التي تتناول جوانب المصداقية في إعلام الطقس في الأردن.

الأهمية العملية:

أولاً: تأملُ هذه الدراسة المساعدة في تطوير أداء جهات إعلام الطقس بما يخدم أفراد المجتمع الأردني

ثانياً: تقدم للجمهور فرصة الاطلاع على معايير المصداقية في إعلام الطقس؛ كي يتمكّن من اللجوء إلى مصادر ذات مصداقية تحقّق له المعلومة الدقيقة.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مصداقية إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني، ويتفرع عن هذه الأهداف الفرعية الآتية:

- 1- تعرُّف مصادر إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني.
- 2- تعرُّف ثقة الجمهور الأردني في إعلام الطقس.
- 3- تعرُّف الدقة في إعلام الطقس.
- 4- تعرُّف الموضوعية في إعلام الطقس.

الإطار النظري للدراسة:

تستند هذه الدراسة في إطارها النظري إلى النموذج البنائي لمستويات المصداقية، وهو نموذج يشتمل على خمس مكونات للمصداقية.

وفي هذه الدراسة، تم بحث ثلاثة مكونات، هي:

المكون الأول: يتمثل في **المتغيرات السابقة**، وهي تشير إلى الأطر السياسية التي تعمل من خلالها الوسيلة، وسياسة التحرير، (Aljabre, 2012).
المكون الثاني: **المتغيرات التابعة**: وهي التي تقوم على تقييمات الجمهور لمصداقية الرسالة من خلال الوسيلة، وتكون مُستندة على استجاباته المعرفية، والسلوكية والوجدانية، (Abdel Wahab, 2010). وأخيراً المتغيرات الوسيطة التي تنتج عن الاستخدام، وتعيق تأثيرات المصداقية، وتتمثل في تحيزات الجمهور المُسبقة، وخبراته التركمية، ودرجة ثقته بالوسيلة، (Ali-Yamani, 2012). ونلاحظ أنَّ مفهوم المصداقية قد قدم له الباحثون مجموعة من المستويات التي تتناول جانب مفهوم المصداقية من خلال أداء الوسيلة نفسها، وهي: المستوى الأول: يقيس مصداقية وسائل الإعلام المختلفة. المستوى الثاني: يقيس مصداقية وسائل الإعلام من خلال مكونات ومعايير المصداقية المرتبطة بعناصر العملية الاتصالية.

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

المستوى الرابع: يقيس إدراك الجمهور لمصداقية وسائل الإعلام في تناولها الإخباري للأحداث والقضايا والأزمات في المجتمع. (Ali, 2006). وتشير المصداقية إلى الأدلة التي ثبت صدق الخبر أو الموضوع أو الرأي، وهذه الأدلة هي تلك المعايير والمؤشرات التي تُسهم في تقييم المصداقية، من حيث مصداقية المصدر، ومصداقية الوسيلة، ثم مصداقية الرسالة، (Mustafa, 2003)، وتشير كذلك إلى فصل الحقائق عن الآراء، وعدم تبعية الوسيلة للدولة، والتغطية الشاملة للحدث، والعمق في التحليل - الحرص والأمانة وعدم المبالغة والتوازن والشمولية . (Al-Salem - and Al-Mousawi 2016).

وفي هذه الدراسة، تم تناول **المتغيرات التابعة** المرتبطة باستجابات الجمهور، والمستوى الرابع المتعلق بإدراك الجمهور مصداقية الرسالة.

وأخذت هذه الدراسة قياس المصداقية من خلال ثلاثة معايير، هي:

أولاً: الموضوعية: وتحتمل في فصل الرأي عن الخبر، وتجنب المشاعر والأحكام المُسبقة. (Smith, 2017)، وتفادي التحليلات الوصفية غير القائمة على معطيات الحقائق، وعدم تحريف الواقع والمعلومات، والتمييز بين الخبر من جهة، والتحليل والتعليق من جهة أخرى. (Gharaibeh 2019).
ثانياً: معيار الدقة: يرى بعض الباحثين أنَّ مفهوم الدقة مرادف للصحة والسلامة، وتعني تفادي الأخطاء بكل أنواعها، سواء الأخطاء المعلوماتية، أو النحوية، أو اللغوية، (Abdul Hamid, 2016).

ثالثاً: الثقة، وتحتحقق الثقة في مضمون رسائل وسائل الإعلام من خلال إسناد الخبر إلى مصدر موثوق، وكذلك تعامل المستخدم مع الوسيلة لفترة معينة. وينبئ إسناد الخبر إلى مصادره إلى زيادة ثقة الجمهور بالوسيلة، سواء كان المصدر رسمياً أو غير رسمي. (Saleh, 2012).

منهج الدراسة

استندت هذه الدراسة إلى المنهج الوصفي، وهو محاولة الوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لعناصر مشكلة أو ظاهرة قائمة؛ للوصول إلى فهم أفضل وأدق، أو وضع السياسات والإجراءات المستقبلية الخاصة بها (المحمودي، 2019)، ومن خلال مسح عينة من الجمهور الأردني؛ بهدف قياس مستوى إدراكي لمصداقية إعلام الطقس في إدارة الأرصاد الجوية، وطقس العرب، ودرجة التزامهم بمعايير المصداقية.

محدودات الدراسة

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

حدود الدراسة

الحدود المكانية: عمان. المملكة الأردنية الهاشمية. إقليم الوسط.

الحدود الزمنية: في الفترة الواقعة من 4/1/2023 ولغاية 30/5/2023.

الحدود التطبيقية: درجة مصداقية إعلام الطقس في المملكة الأردنية.

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

مجتمع الدراسة

تكون مجتمع هذه الدراسة من الجمهور الأردني في العاصمة عمان المشتركييني صفحة الفيس بوك الخاصة بأمانة عمان الكبرى والمتابعين للصفحة، إذ بلغ عددهم 420 ألف مشترك.

عينة الدراسة

تمأخذ عينة غير احتمالية، وهي عينة مُتاحة مكونة من 372 شخصاً، وذلك لسهولة الوصول إليها، وتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها، حيث تم توزيع الاستبيان إلكترونياً (Online Survey) على موقع (Google Drive) من خلال صفحة الفيس بوك الخاصة بأمانة عمان الكبرى، وكانت نسبة الاستجابة 80%， ومثلت العينة النهاية للبحث 300 مفردة.

متغيرات الدراسة

بحكم واقع الدراسة، فإن المتغير المستقل هو (درجة مصداقية إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني)، وأما المتغير التابع، فهو (مقارنة بين إدارة الأرصاد الجوية وطقس العرب).

التحليل المستخدم

تم استخراج التكرارات والنسبة المئوية والانحرافات المعيارية والمتوسطات الحسابية.

- تم تفريغ إجابات أفراد العينة وإدخالها ومعالجتها إحصائياً باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss) وتم استخراج المعالجات الإحصائية الآتية:
- الإحصاء الوصفي لبيان المتوسطات الحسابية means والانحرافات المعيارية.
- مُعامل الارتباط بيرسون لبيان ثبات أدلة الدراسة (الاستبيان).
- مُعامل الارتباط كرونباخ ألفا Alpha Cronbach لقياس الاتساق الداخلي لفقرات الدراسة.
- وفي ما يتعلّق بمقاييس ليكرت الثلاثي المستخدم في الدراسة، فقد تم اعتماد المتوسطات الحسابية لحساب المستويات مع مراعاة أن يتدرج المقاييس كما يأتي:

بدائل مقاييس ليكرت الثلاثية		
منخفض	متوسط	مرتفع
1	2	3

أداة الدراسة

تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات لتعريف درجة مصداقية إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني، وتم تصميمها إلكترونياً (Online Survey)، وتكونت الاستبيان من ثلاثة محاور هي: على موقع Google Drive، وتتناول المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة المحور الثاني: تناول أنماط متابعة مجتمع الدراسة لإعلام الطقس. المحور الأول: تناول المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة المحور الثاني: تناول أنماط متابعة مجتمع الدراسة لإعلام الطقس. المحور الثالث: تناول معايير المصداقية (الموضوعية، الدقة، الثقة)، وتكونت من 24 فقرة لقياس مصداقية إعلام طقس العرب، و24 فقرة لقياس مصداقية إعلام إدارة الأرصاد الجوية.

صدق الأداة الدراسة:

تم عرض استبيان الدراسة بعد تطويرها على عدد من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس في كليات الإعلام في الجامعات الأردنية، وذوي خبرة في التنبؤات الجوية؛ لغرض قياس دقة ما صُممَت له، فيما يتوافق مع أهداف الدراسة وأسئلتها، وتعديل الاستبيان حسب ملاحظاتهم.

ثبات الأداة: لتعريف إلى ثبات أداة الدراسة، تم استخدام مُعامل الارتباط ألفا كرونباخ، حيث تراوحت القيم بين (0.69 – 0.94) وجميعها مناسبة لإجراء الدراسة، والجدول (2) يوضح ذلك.

الجدول (1) معامل الثبات الفا كرونباخ

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

للحكم على درجة تحقق المعيار والفترقات الفرعية، اعتمد على مقياس ليكرت الثلاثي:(مرتفع، متوسط، منخفض)، وكانت قيم الدرجات على النحو الآتي:

1.67 – 1.00 منخفض

2.34 – 1.68 متوسط

3 – 2.35 مرتفع

مصطلحات الدراسة

المصداقية

التعريف الإجرائي: الوسيلة الإعلامية التي تتصرف بالمصداقية، تلك التي يعرف عنها بـ الأخبار الصحيحة، والتثبت منها قبل بها بطرق مختلفة، وهي نوع من المعالجة المهنية والأخلاقية للمضمون الخبرية، بحيث يتواافق فيها كل أبعاد الموضوع والاتجاهات المطروحة حوله بطريقة مُتوازنة تستند إلى شواهد وأدلة ودقة في عرض المعلومات المؤثقة، وفصلها عن الأراء الشخصية التي ينبغي أن تعلن بوضوح وصراحة، وتتجزء من الأهواء التي تطرحها الوسيلة الإعلامية، بحيث تنسق مع آراء الآخرين، وذلك في إطار من العمق والتكامل، ومراعاة علاقة الخاص بالعام، وربط الجزء بالكل، شريطة أن تعكس أولويات الاهتمام عند الجمهور.

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

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

إدارة الأرصاد الجوية

أسست الأرصاد الجوية الأردنية على شكل مكتب للرصد والتنبؤات الجوية في مطار القدس عام (1951)، وكان عدد محطات الرصد الجوي محدوداً في ذلك التاريخ، كما كانت مهامها محدودة أيضاً، ولا تتعذر إصدار نشرات جوية وتنبؤات جوية ومعلومات مُناخيةً أحياناً، وبعد ذلك تواصلت عمليات التوسيع في إنشاء المحطات، واستخدام أحدث الأجهزة إلى أن أصبحت الأرصاد الجوية على النحو الذي نراه اليوم، وهي تدخل في كثير من المجالات الحياتية الأساسية للمواطن؛ إذ لا يقتصر دورها على إصدار النشرة الجوية فحسب، ولكنها تقدم الخدمات المختلفة في مجالات المناخ، وقطاع النقل، والمياه، والطاقة، والزراعة والإنشاءات.

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

طقس العرب:

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

الدراسات السابقة

سعت هذه الدراسة إلى لبحث في أدبيات البحث العلمي المرتبطة بها، وكانت النتيجة نشر دراسات تناولت إعلام الطفولة والتغيرات المعاصرة، ودراسات تناولت مصداقية وسائل الإعلام.

الدراسات التي تناولت أحوال الطقس:

دراسة الشجري (2023): هدفت إلى معرفة تأثير التعرض للموقع الاخباري على الوعي بمخاطر التغيرات المناخية لدى الجمهور المصري، وتمت الدراسة من خلال المنهج المسحى، وبعنته بلغت 300 مُفردة من الجمهور المصري، ومثلت الاستبانة التي تم توزيعها (Online Questionnaire) كأدلة للدراسة، ومن أبرز نتائج الدراسة أن متابعة الجمهور المصري لقضايا التغيرات المناخية من خلال الموقع الالكتروني جاءت بنسبة كبيرة، وإن كانت على نحو غير منتظم، وهناك حرص على المتابعة بنسبة بلغت 70%， وجاءت الأخبار في مقدمة الأشكال الإخبارية متابعة، وتلتها التقارير والتحقيقات، ومن أبرز دوافع المتابعة جاءت ثقة الجمهور المصري بتلك الموقع، وهدفت دراسة (عبد العليم، 2022) إلى معرفة حجم اهتمام الصحف المصرية بتغطية قضية التغيرات المناخية خلال الفترة من 1/11/2022 لغاية 1/30/2022، واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية الأطر الإعلامية، وهي دراسة وصفية مسحية لثلاث صحف مصرية (اليوم السابع، المصري اليوم، الشروق)، ومن خلال موقع تلك الصحف الإلكترونية، وتمأخذ عينة مكونة من (424) مادة صحفية، وجاءت أهم نتائج الدراسة موقع اليوم السابع أولاً، من حيث المتابعة بنسبة بلغت 42.93%， يليه موقع المصري اليوم، بنسبة بلغت 32.7%， وأخيراً موقع الشروق، بنسبة بلغت 25%， ومن حيث الأشكال الصحفية، جاء التقرير أولاً، وفي جانب الأطر جاء إطار العمل والإنجاز أولاً، يليه إطار الاهتمامات الإنسانية، ويليه إطار الحقائق المجردة، وجاء إطار الصراع في المرتبة الأخيرة، دراسة (Schulze, Voss 2022) هدفت الدراسة إلى تعرف توقعات الطقس، وفضائل التحذير لدى السكان من الطقس في ألمانيا، وتمثلت عينة الدراسة على السكان المقيمين الناطقين بالألمانية الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و74 عاماً، وتم استخدام الاستبانة كاداة لجمع البيانات، حيث اختيرت عينة قوامها (1086) مُفردة، ومن أبرز نتائج الدراسة أن موقف الألمان من التنبؤات الجوية تمثل في انتابع حوالي ثلثي الألمان عن ثقفهم (77%) بموضوعية التنبؤات الجوية (Deutsche Wetterdienst)، ويسخدم معظم الألمان تنبؤات الطقس بانتظام ووعي، ويحصل ثلاثة أرباع (74%) الألمان على معلومات يومية عن الطقس، وأن الغالبية العظمى (84%) تستخدم تنبؤات الطقس بين الحين والآخر، وعلى سبيل المثال، عندما يكون لديهم شيء مخطط له. يحصل سبعة من كل عشرة (69%) ألمان على تنبؤات بالطقس، وما يقرب من ثلثي الألمان (66%) مهتمون بالعوامل الجوية أو يستخدمونها للتخطيط لنشاطات الحياة اليومية، وبالنسبة لواحد من كل عشرة (11%) من الألمان وأشاروا إلى أن توقعات الطقس ليست ذات صلة، وقدّمت دراسة (Hase, et.al. 2021) نظرة شاملة لكيفية تغيير اهتمام وسائل الإعلام بقضايا التغير المناخي على مدى 13 عاماً في 10 دول مختلفة (بريطانيا، والهند، وتشيلي، وفرنسا، وأمريكا الشمالية، والسويد، وأستراليا، وجنوب إفريقيا، وكندا، وناميبيا، وتايلاند)، وكيفية تطور الموضوعات المغطاة في هذا الوسائل التي تمثلت بالصحف ومحطات التلفزيون، ومن أبرز نتائج هذه الدراسة أن هناك زيادة في الاهتمام بقضايا التغير المناخي، ويمكن ملاحظة زيادة اهتمام وسائل الإعلام بموضوعات التغير المناخي على مر الزمن، مما يشير إلى أهمية متزايدة لهذا الموضوع في وسائل الإعلام العالمية، وأن هناك اختلافات إقليمية في التغطية الإعلامية لقضايا التغير المناخي بين البلدان العشرة المدرجة في الدراسة، هنا يشير إلى تأثيرات محلية وإقليمية مُتباعدة على اهتمام وسائل الإعلام بهذا الموضوع. وتشير الدراسة إلى التغيرات في الموضوعات المغطاة في التغطية الإعلامية لقضايا التغير المناخي عبر الفترة المدروسة. ويمكن أن يكون لذلك أهمية لهم كيفية تطور المعالجة حول التغير المناخي والقضايا المتعلقة به على مر الزمن، وهدفت دراسة (Moran&Begotti, 2021) لمعرفة العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام المتعلقة بقضايا التغير المناخي ومستوى القلق والاعتقادات بشأن الفعالية بين عينة من طلاب الجامعات الإيطاليين الذي بلغ عددهم 312 طالباً من عمر (18-26)، ومن خلال توزيع استبيان الدراسة المسحية عليهم، ومن أبرز نتائج هذه الدراسة أن هناك زيادة في الوعي بالتغير المناخي؛ إذ أظهرت النتائج أن التعرض المتكرر لوسائل الإعلام التي تتناول قضايا التغير المناخي يزيد من وعي الطلاب بهذه القضية، ويشير هذا إلى دور الإعلام في نشر الوعي بقضايا التغير المناخي، وكذلك أن التعرض المتكرر للتغطية وسائل الإعلام لقضايا التغير المناخي يمكن أن يزيد من مستوى القلق لدى الطلاب، ويمكن تفسير هذا بأن التغطية الإعلامية تسلط الضوء على التحديات والمشكلات المرتبطة بالتغير المناخي، مما يؤدي إلى زيادة القلق لدى بعض الأشخاص، وأن الاعتقادات بشأن القدرة على التأثير والفعالية في مواجهة التغير المناخي تلعب دوراًهما في تخفيض مستوى القلق، إذا كان الأشخاص يعتقدون أنهم قادرون على اتخاذ إجراءات فعالة لكافحة التغير المناخي، فإنهم قد يشعرون بمستوى أقل من القلق.

الدراسات التي تناولت مصداقية وسائل الإعلام:

دراسة(أبو حصيرة 2021) التي هدفت إلى تعرفُ معدل مصداقية القنوات التلفزيونية الأردنية الحكومية والخاصة ودرجة التزامها بمعايير المصداقية في أثناء أزمة فيروس كورونا (كوفيد-19)، والكشف عن درجة التغير في معدل مصداقية تلك القنوات، وطبيعته قبل الأزمة وفي أثنائها، واعتمدت الدراسة على منهج مسح جمهور وسائل الإعلام كمنهج بحث، والاستبانة كأدلة لجمع البيانات، وتمثلت عينة الدراسة في الأردنيين جميعهم من تبلغ أعمارهم (18 سنة فأكثر)، حيث اختيرت عينة حصصيه متساوية قوامها (420) مفردة، مقسمة بالتساوي على أقاليم الأردن الثلاثة: (الشمال،

الوسط، الجنوب)، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن أبرز معايير المصداقية التي تلتزم بها القنوات التلفزيونية الأردنية الحكومية والخاصة: معيار الاعتماد على إعلاميين لديهم خبرة وكفاءة عالية، ومعيار العمل من أجل المصلحة العامة، ومعيار "الارتباك على مبادئ مهنية وأخلاقية". وتصدرت قنوات الملكة الحكومية قائمة القنوات التلفزيونية الأردنية الأولى مصداقية لدى المبحوثين، بينما جاءت قنوات رؤيا أكثر القنوات التلفزيونية الأردنية تغيراً في معدل المصداقية خلال أزمة فيروس كورونا، وحول دراسة (السمان 2019) فقد هدفت إلى تعرف مصداقية الواقع الإخبارية الأجنبية الصادرة باللغة العربية لدى طلاب كلية الإعلام (دراسة مقارنة على الجامعات الحكومية والخاصة) وأجريت الدراسة باستخدام استبيان لعدد (300) مُفردة، مُنافقة بين الجامعات الحكومية والخاصة، وتم إجراؤها عن طريق المقابلة الشخصية. وتبنت الدراسة مدخل التماس المعلومات، حيث توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج العامة، منها: تصدر الإنترن特 قائمة الوسائل الإعلامية الأكثر مصداقية، والأكثر توجهاً إليها من قبل المبحوثين، على نحو يومي للحصول على المعلومات والأخبار، غير أن النتائج كشفت عن غياب أهمية جنسية الموقع، وأوضحت نتائج الدراسة الميدانية تصدر معايير "الفورية" في نقل الأخبار، وارتفاع مستوى المراسلين والمحررين، وموثوقية المصادر التي يعتمد عليها الموقع، وعرض جميع وجهات النظر، لصدارة العوامل المؤثرة في زيادة مصداقية المادة الإخبارية في الواقع الأجنبية الصادرة باللغة العربية، في حين تراجع معيار عدم تحيّي وجهة نظر رسمية إلى ذيل القائمة لدى الطلاب بالجامعات الحكومية، بينما تراجع معيار "استقلالية المؤسسة الإعلامية وعدم تبعيتها سياسياً إلى ذيل القائمة لدى المبحوثين من طلاب كليات الإعلام في الجامعات الخاصة، ويتبّع في دراسة (Llamero, Ll., Fenoll, V. & Domingo, D 2019) أنها هدفت إلى قياس رأي مستخدمي وسائل الإعلام حول عوامل التنبؤ بمصداقية وسائل الإعلام عبر الإنترنط في إسبانيا وربطها بالخصائص الديموغرافية الأساسية، واستخدمت الدراسةمنهج المسح التفصيلي للسكان في إسبانيا، وكانت العينة 781 شخصاً، وأجاب 416 شخصاً عن الاستبيان بأكملها، وقد توصلت الدراسة إلى أن تداول المعلومات، وإدراج التحليل والسيقان، والاقتباس من المصادر وإدراج روابط بالمصادر الأولية باعتبارها أهم عوامل التنبؤ بأحكام المصداقية؛ كما أظهرت الدراسة أن المستجيبين المشاركون يعتمدون على سمعة العالمة التجارية الإخبارية وسمعة الصحفيين الفردسين، ولا يأخذون في الاعتبار التقارب الأيديولوجي مع الخطوط التحريرية لوسائل الإعلام، ولم تثبت المشاركة في وسائل الإعلام أنها ذات صلة في تشكيل الأحكام المجمعة للمصداقية، وقد هدفت دراسة (الناجي، ولاء 2019) إلى الكشف عن معايير مصداقية الواقع الإلكتروني الإخبارية كما يراها الشباب الجامعي وعلاقتها باعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات، واعتمدت الدراسة على منهج المسح لعينة من الشباب الجامعي محافظته بورسعيد، وقد بلغ قوامها 400 مُفردة، وتم استخدام أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج عدّة، من أهمها: جاءت أهم آليات الحكم على مصداقية الواقع الإخبارية في التالي من خلال شهرة الموقع بنسبة 19.4%， ثم شهادة المقربين الموثوق بهم في المرتبة الثانية بنسبة 17.7%， ثم قدرته على التحديث المستمر في المرتبة الثالثة بنسبة 15%， وتمثلت استجابات الشباب الجامعي لمقياس مصداقية الرسالة في الاختصار والإيجاز دون الاضرار بالمعنى بمتوسط مرجع 2.58، ثم ينشر تكذيب للأخبار التي يثبت عدم صحتها في المرتبة الثانية بمتوسط مرجع 2.55، وفي الترتيب الثالث الالتزام بالدقة والموضوعية في صياغة العنوان والموضوع، أما عن مصداقية الوسيلة الإعلامية؛ فتمثلت في أن الواقع الإخبارية الإلكترونية أسرع الوسائل في نقل الأخبار؛ حيث جاءت في مقدمة استجابات الشباب الجامعي وبمتوسط مرجع 2.59، ثم التحديث المستمر للموقع في المرتبة الثانية بمتوسط مرجع 2.57، ثم استخدام الموقع المستحدثات الرقمية والتوصوص الفائقة والوسائل المتعددة التي تفقدتها الوسائل الإعلامية الأخرى بمتوسط مرجع 2.51، في حين تمثلت مصداقية القائم بالاتصال في التالي (موضوعية الكاتب، بصرف النظر عن انتقاءاته وأيدلوجيته السياسية) بمتوسط مرجع 2.55، ثم أن يتمتع القائم بالاتصال بشهرة كبيرة في المرتبة الثانية بمتوسط مرجع 2.43، ودراسة (Khodary, 2018) التي هدفت إلى مقارنة مصداقية وسائل الإعلام بين الإنترنط والتلفزيون في الأردن؛ حيث تم استخدام تصميم المسح لتحديد العوامل التي تؤثر في تصور مصداقية وسائل الإعلام في المجتمعات الأردنية لفهم كيف ينظر المستجيبون إلى الإنترنط والتلفزيون من حيث مصداقية المعلومات الإخبارية. وقد تم إجراء استطلاع مع 400 من الموظفين غير الأكاديميين المهنيين لتحديد العوامل التي تؤثر في تصوّرهم تجاه مصداقية وسائل الإعلام. وتم استخدام طريقة أخذ العينات المتناظمة للاختيار، وكشفت نتائج الدراسة أن التلفزيون أكثر مصداقية من الإنترنط في نقل الأخبار؛ لعدم وجود مرجع قانوني للمعلومات في وسائل التواصل الاجتماعي في الأردن. وأظهرت الدراسة أيضاً العلاقة الإيجابية والمبهمة بين بروز القضية، والاعتماد على وسائل الإعلام، واستخدام وسائل الإعلام مع إدراك مصداقية الإنترنط والتلفزيون، وهدفت دراسة (عربي، ويسنت 2012) إلى تعرف مصداقية المضمون الخبري لواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب والكشف عن مدى وعي الجمهور السعودي المستخدم للموقع الاجتماعي بمفهوم المصداقية والعناصر المكونة لها، وطبيعة دور وسائل الإعلام في تكوين هذا الوعي، بالاعتماد على المنهج المُسجِّي بشقيه: الوصفي، والتحليلي، على عينة عشوائية، بلغ قوامها (200) مُفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، من أهمها: جاءت مصداقية معلومات موقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى بنسبة (21.5%)، تلاها مباشرةً سرعتها في نقل الأخبار، بنسبة (21%)، ثم حربتها في مناقشة قضايا المجتمع بنسبة (17%). احتلَّ استخدام الصور ضمن المضمون الخبري في موقع التواصل الاجتماعي المركز الأول تصديقاً عند الشباب، من حيث عناصر المحتوى، وذلك بنسبة (23%)، ويعكس هذا أهمية الصور في المضمون الخبري، ثم ذكر مصدر الخبر» بنسبة (21.5%)، ثم وجود أكثر من رابط للخبر نفسه، وكانت الوثائق في المستوى الرابع بنسبة (17.5%)، وفي دراسة (هديل، 2014) التي هدفت إلى معرفة اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية

الأخبار على موقع التواصل الاجتماعي، ومدى اعتمادهم على هذه المواقع في متابعة الأخبار، وذلك باعتماد الدراسة على منهج المسح بشقيه: الوصفي، والتحليلي؛ للإجابة عن أسئلة البحث، وقد تكون مجتمع الدراسة من أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين العاملين في الصحف الأردنية اليومية (الرأي، والدستور، والغد، والعرب اليوم، والسبيل، ووكالة الأنباء الأردنية (بترا)، حيث بلغ عددهم (250) مفردة، واعتمد الباحث على الاستبانة كأداة البحث لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة، وجاءت أبرز نتائجها، أنَّ (65%) من المبحوثين كانت اتجاهاتهم متوجهة نحو مصداقية الأخبار على موقع التواصل الاجتماعي، وتبيأ الفيس بول الترتيب الأول في تفضيل استخدام الصحفيين له في متابعة الأخبار مقارنة مع موقع التواصل الاجتماعي الأخرى، وبنسبة بلغت (49.8%)، يليه موقع توبر بنسبة (20.6%)، وتبين أنَّ من أسباب استخدامهم لهذه المواقع تميزها بالفورية والسرعة في نقل الأخبار ونقل الأحداث لحظة بلحظة بنسبة (18.7%)؛ ولأنَّها تعطي المستخدم فكرة عن كل ما يجري من أحداثٍ حول العالم بنسبة (14.1%).

التعليق على الدراسات السابقة

بعد الاطلاع على الدراسات، يتضح ما يأتي:

تناولت معظم الدراسات السابقة المصداقية من حيث الأخبار كدراسة (الناغي، 2019) ودراسة (العربي، 2012)، ودراسة (دراسة 2018.Khodary) ودراسة (الستمان 2019) ودراسة (هديل، 2014)، وهناك دراسات تناولت التطبيقات الرقمية، ومدى مصداقية محتواها باعتبارها دراسة (Lamero, Ll., Fenoll, V. & Domingo, D. (2019)، وأنَّ مجتمع الدراسة في تلك الدراسات يتمثل في مسح جمهور وسائل الإعلام كدراسة (الناغي، 2019)، ودراسة (عبد الباري، 2005)، ودراسة (أبو حصيرة 2021)، ودراسة (Lamero, Ll., Fenoll, V. & Domingo, D. (2019)، وتتوافق مع مجتمع الدراسة وأجريت دراسات تناولت وسائل الإعلام والطقس، من حيث جانب مخاطر التغيرات المناخية وأثرها على وعي الجمهور، كدراسة (الشحري، 2023)، وتشابه مع هذه الدراسة من حيث الجمهور، وجانب ثقة الجمهور بما يقدم من معلومات من خلال وسائل الإعلام، وقدّمت دراسة (عبد العليم، 2022) حجم اهتمام الصحف المصرية بتغطية قضايا التغيرات المناخية من خلال تحليل المحتوى للصحف المصرية، وجاءت دراسة (Hase.el.at,2021) لتقدم نظرة شاملة لتطور تغطية وسائل الإعلام لقضايا التغير المناخي في فترة زمنية بلغت 13 عاماً، وتختلف عن هذه الدراسة في أنها تناولت تحليل المحتوى للوسائل الإعلامية.

ونجد أنَّ دراسة (Moran&Begotti,2021) تشابه مع هذه الدراسة، من حيث أنها دراسة مسحية للجمهور الذي تمثل بطلبة الجامعات الإيطالية، وكذلك نجد أنَّ دراسة (Schulze, Voss 2022) تقترب من هذه الدراسة، من حيث أنها هدفت إلى معرفة العلاقة بين توقعات الطقس والسكان في ألمانيا، وقد استخدمت الدراسة مسح الجمهور إذ تمثل السكان الألمان الناطقين بالألمانية، واستخدمت الدراسة الاستبانة لجمع المعلومات إلى مجتمع الدراسة وتم توظيف الدراسات السابقة في بناء الإطار النظري وصياغة أسئلة الدراسة وأهميتها؛ للوقوف على درجة مصداقية إعلام الطقس. ولعلَّ ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة أنها تتناول مصداقية إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني، وهي دراسة تمثل بداية للمزيد من البحث في العلاقة بين إعلام الطقس والجمهور الأردني.

نتائج الدراسة ومناقشتها

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

للإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج التكرارات والنسبة المئوية، والجدول (5) يوضح ذلك:

الجدول (5) عينة الدراسة حسب متغير مصادر متابعة الجمهور الأردني لإعلام الطقس

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

يظهر الجدول (5) أنَّ النسبة الأكثُر مُن يتابع إعلام إدارة الأرصاد الجوية وطقس العرب معًا 32.3%， يليها إعلام طقس العرب بما نسبته 16%， ثم

يليه إعلام إدارة الأرصاد الجوية بنسبة 14.3%， ويجدر بالذكر أيضاً أن هناك من يطلع على أكثر من مصدرين وهو ما نسبته 27.3%， وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة دراسة (الشحرى، 2023)، من حيث ان هناك متابعة كبيرة لأخبار التغيرات المناخية من قبل الجمهور المصري، وكذلك مع النتيجة التي ظهرت من حيث تعدد الوسائل التي يتبعها الجمهور لمعرفة أحوال الطقس والتغيرات المناخية.

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

للاجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسبة المئوية والمتواسطات والانحرافات المعيارية والجدول (6) يوضح ذلك

الجدول (6) المتواسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للثقة بين موقع طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية

الدرجة	إعلام إدارة الأرصاد الجوية		إعلام طقس العرب			الفقرة
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
عالية	0.64	2.45	عالية	0.66	2.50	1 الملابس
متوسطة	0.61	2.30	متوسطة	0.65	2.30	2 الترفيهية والمناسبات الخاصة
متوسطة	0.70	2.28	متوسطة	0.75	2.23	3 ميداني
متوسطة	0.64	2.34	عالية	0.70	2.36	4 مخططاتي
متوسطة	0.63	2.34	متوسطة	0.71	2.31	5 ما مقدار الاهتمام الذي توليه تحذيرات الطقس القاسية التي تتعلق بمنطقتك؟
متوسطة	0.67	2.30	متوسطة	0.72	2.19	6 أتابع النشرة الجوية المتعلقة بالطقس على نحو كامل وتفصيلي
متوسطة	0.63	2.34	متوسطة	0.70	2.28	7 ما ثقتك في المعلومات التي تتلقاها من مكتب الأرصاد الجوية من خلال المصادر المختلفة التي تستخدمها.
متوسطة	0.64	2.33	متوسطة	0.69	2.30	8 كيف تقارن توقعات الطقس في الوقت الحاضر بتلك التي كانت موجودة قبل 3 إلى 4 سنوات؟
متوسطة	0.49	2.34	متوسطة	0.53	2.31	الكلي

يظهر من الجدول (6) أن ثقة الجمهور الأردني في إعلام طقس العرب بين موقع طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية حيث حاز إعلام طقس العرب على متوسط حسابي بلغ (2.31)، وانحراف معياري (0.53)، وهو ضمن المستوى المتوسط، وحاز إعلام إدارة الأرصاد الجوية على متوسط حسابي بلغ (2.34)، وانحراف معياري (0.49) وهو ايضاً ضمن المستوى المتوسط، وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة دراسة (الشحرى، 2023)، التي أظهرت ان هناك درجة ثقة عالية لدى الجمهور المصري بمواقع الصحف في تغطيتها بمخاطر التغيرات المناخية.

وبعد حساب المتواسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجال الثقة لكل من إعلام طقس العرب وإعلام إدارة الأرصاد الجوية، تبين ان أعلى فقرات درجة الثقة في إعلام موقع طقس العرب هي " يتم استخدام المعلومات المتعلقة بالطقس للتخطيط لنوعية الملابس " بمتوسط حسابي (2.50) وبدرجة عالية، تليه فقرة " أحتاج لمعرفة المعلومات المتعلقة بالطقس قبل عدة أيام من مخططاتي " بمتوسط حسابي (2.36) وبدرجة عالية، بينما كانت أقل فقرات درجة الثقة هي " أتابع النشرة الجوية المتعلقة بالطقس على نحو كامل وتفصيلي " بمتوسط حساب (2.19).

كما تبين ان أعلى فقرات الثقة في إعلام إدارة الأرصاد الجوية هي " يتم استخدام المعلومات المتعلقة بالطقس للتخطيط لنوعية الملابس " بمتوسط حسابي (2.45) وبدرجة عالية، تليه فقرة " ما مقدار الاهتمام الذي توليه تحذيرات الطقس القاسية التي تتعلق بمنطقتك؟ " بمتوسط حسابي (2.34) وبدرجة عالية، تليه فقرة " ما مقدار الاهتمام الذي توليه تحذيرات الطقس القاسية التي تتعلق بمنطقتك؟ " بمتوسط حسابي (2.29) بدرجة متوسطة.

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

للاجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسبة المئوية والمتواسطات والانحرافات المعيارية والجدول (7) يوضح ذلك:

الجدول (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للدقة بين موقع طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية

الدرجة	إعلام إدارة الأرصاد الجوية			إعلام طقس العرب			الفقرة
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي		
عالية	0.66	2.43	عالية	0.64	2.41	أتابع المعلومات المتعلقة بالطقس على نحو يومي	1
متوسطة	0.60	2.25	متوسطة	0.63	2.25	المعلومات المتعلقة بالطقس تحتاج إلى تحديث على نحو أكبر خلال اليوم	2
متوسطة	0.67	2.19	متوسطة	0.73	2.19	موقع الطقس تعطى معلومات دقيقة عن كميات الهطول	3
عالية	0.62	2.40	عالية	0.67	2.37	موقع الطقس تعطى معلومات دقيقة عن درجات الحرارة العليا والدنيا	4
متوسطة	0.63	2.28	متوسطة	0.70	2.25	اقوم بمتابعة المعلومات الخاصة بالطقس في جميع فصول العام	5
متوسطة	0.66	2.17	متوسطة	0.73	2.16	متابعى لنشرات الطقس اليومية	6
عالية	0.62	2.37	متوسطة	0.67	2.26	مقارنة بموقع الطقس الأجنبية، تعدُّ معلومات الطقس المقدمة من الواقع المحلي أكثر دقة	7
متوسطة	0.62	2.29	متوسطة	0.73	2.23	هناك معلومات تخص الطقس لا اجدها في النشرات الجوية	8
متوسطة	0.63	2.32	متوسطة	0.69	2.33	غفلت توقعات الطقس خلال فصل الشتاء الماضي حاجاتي وتوقعاتي على نحو جيد	9
متوسطة	0.62	2.34	عالية	0.66	2.42	على نحو عام، أعتقد أن تنبؤات وتحذيرات الطقس أصبحت أكثر دقة خلال العام الحالى	10
عالية	0.60	2.35	عالية	0.66	2.35	يعمل الموقع على تحسين خدمات التنبؤ بالطقس على نحو ملحوظ من خلال المعلومات التي يقدمها	11
متوسطة	0.64	2.28	متوسطة	0.69	2.32	مصدر المعلومات الذى يخطر بيأولى عند الحديث عن الطقس	12
متوسطة	0.46	2.31	عالية	0.64	2.41	الكلى	

يظهر الجدول (7) أن الدقة بين موقع طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية حيث حاز إعلام طقس العرب على متوسط حسابي بلغ (2.41)، وانحراف معياري (0.64)، وهو ضمن المستوى العالي، وحاز إعلام إدارة الأرصاد الجوية على متوسط حسابي بلغ (2.31)، وانحراف معياري (0.46) وهو ضمن المستوى المتوسط، أن أعلى فقرات درجة الدقة في إعلام موقع طقس العرب هي "على نحو عام، أعتقد أن تنبؤات وتحذيرات الطقس أصبحت أكثر دقة خلال العام الحالى" بمتوسط حسابي (2.42) وبدرجة عالية، تليه فقرة "أتابع المعلومات المتعلقة بالطقس على نحو يومي" بمتوسط حسابي (2.41) وبدرجة عالية، بينما كانت أقل فقرات درجة الدقة هي "متابعى لنشرات الطقس اليومية" بمتوسط حساب (2.16)، وإن أعلى فقرات الدقة في إعلام إدارة الأرصاد الجوية هي "أتابع المعلومات المتعلقة بالطقس على نحو يومي" بمتوسط حسابي (2.43) وبدرجة عالية، تليه فقرة "موقع الطقس تعطي معلومات دقيقة عن درجات الحرارة العليا والدنيا" بمتوسط حسابي (2.40) وبدرجة عالية، وهذه النتيجة تتفق مع جاء في دراسة (عبد العليم، 2022) التي أظهرت أن إطار الحقائق المجردة قد جاء بالترتيب الثالث من بين إطار تغطية الصحف المصرية لقضية التغيرات المناخية، وهنا نجد أن التوافق ما بين اجنبة الجمهوري واجنبة الوسيلة متقارب من حيث الحرص على دقة المعلومات المقدمة، بينما كانت أقل فقرات درجة الدقة هي "متابعى لنشرات الطقس اليومية" بمتوسط حساب (2.17).

نتائج سؤال الدراسة الرابع: ما الموضعية في إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني؟
للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات والانحرافات المعيارية والجدول (8) يوضح ذلك:

الجدول (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للموضوعية بين موقع طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية

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

يظهر الجدول (8) أن الموضوعية بين موقع طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية حيث حاز إعلام طقس العرب على متوسط حسابي بلغ (2.26)، وانحراف معياري (0.61)، وهو ضمن المستوى المتوسط، وحاز إعلام إدارة الأرصاد الجوية على متوسط حسابي بلغ (2.33)، وانحراف معياري (0.47) وهو ضمن المستوى المتوسط، وان أعلى فقرات الموضوعية في إعلام موقع طقس العرب هي "يتم استخدام المعلومات المتعلقة بقياس معدلات هطول الأمطار خلال النشرة الإخبارية" بمتوسط حسابي (2.42) وبدرجة عالية، تليه فقرة "توفر معلومات الطقس في الوقت المناسب لتلبية حاجاتي" بمتوسط حسابي (2.26)، تليه فقرة "يتم استخدام المعلومات المتعلقة بنسبة الرطوبة وحركة الرياح خلال النشرة الإخبارية" بمتوسط حساب (2.20)، تليه فقرة "تغطي المعلومات المتعلقة بالطقس متطلبات للتخطيط اليومي والاسبوعي" بمتوسط حسابي (2.16) وجميعها بدرجة متوسطة. تبين ان أعلى فقرات الموضوعية في إعلام إدارة الأرصاد الجوية هي "يتم استخدام المعلومات المتعلقة بقياس معدلات هطول الأمطار خلال النشرة الإخبارية" بمتوسط حسابي (2.41) وبدرجة عالية، تليه فقرة "توفر معلومات الطقس في الوقت المناسب لتلبية حاجاتي" بمتوسط حسابي (2.38) وبدرجة عالية، وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة دراسة (السمان، 2019) التي أظهرت تصدر معاير الفورية في نقل الاخبار، وهي تمثل حاجة رئيسية للجمهور كي يحسن التعامل مع التغيرات في الطقس على مدار اليوم أو الأسبوع، تليه فقرة "تغطي المعلومات المتعلقة بالطقس متطلبات للتخطيط اليومي والاسبوعي" بمتوسط حسابي (2.29)، تليه فقرة "يتم استخدام المعلومات المتعلقة بنسبة الرطوبة وحركة الرياح خلال النشرة الإخبارية" بمتوسط حسابي (2.24)، وجميعها بدرجة متوسطة. وللإجابة على سؤال الدراسة الرئيس: ما مصداقية إعلام الطقس لدى الجكهرز الأردني، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمعايير المصداقية، والجدول () يوضح ذلك

الجدول (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للموضوعية والثقة والدقة بين موقع طقس العرب وإدارة الأرصاد الجوية

الدرجة	اعلام إدارة الأرصاد الجوية		اعلام طقس العرب		المجال	
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدرجة	الانحراف المعياري		
متوسطة	0.47	2.33	متوسطة	0.61	2.26	الموضوعية 1
متوسطة	0.49	2.34	متوسطة	0.53	2.31	الثقة 2
متوسطة	0.46	2.31	متوسطة	0.51	الدقة 3	
متوسطة	0.40	2.32	متوسطة	0.45	المجموع	

يلاحظ من الجدول السابق أن مصداقية إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني قد جاءت بدرجة متوسطة (2.29)، ومن حيث كل معيار على حدى نجد أن المتوسط الحسابي الدرجة الموضوعية لإعلام إدارة الأرصاد الجوية (2.33) والانحراف المعياري (0.47) وهو أعلى من الدرجة الموضوعية لإعلام طقس العرب الذي متوسطه الحسابي (2.26) والانحراف المعياري (0.61)، كما يلاحظ من الجدول أن المتوسط الحسابي لدرجة الثقة لإعلام إدارة الأرصاد الجوية (2.34) والانحراف المعياري (0.49) وهو أعلى من درجة الثقة لإعلام طقس العرب الذي متوسطه الحسابي (2.31) والانحراف المعياري

(0.53)، كما يلاحظ من الجدول أن المتوسط الحسابي لدرجة الدقة لإعلام إدارة الأرصاد الجوية (2.31) والانحراف المعياري (0.46) وهو أعلى من درجة الدقة لإعلام طقس العرب الذي متوسطه الحسابي (2.30) والانحراف المعياري (0.51)، ونجد هنا أن نتيجة الإجابة على سؤال الدراسة الرئيس من حيث مصداقية إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني تتفق مع جاء في دراسة كل من (الناغي، ولاء، 2019) من حيث البحث عن المصداقية في أداء الوسيلة لمعرفة الأخبار التي تهم الجمهور، وإن تنوعت تلك الأخبار تبقى المصداقية لدى الجمهور عن الوسيلة الإعلامية مكون رئيس في بناء العلاقة بين تلك الوسيلة والجمهور، هذا نجده في نتائج دراسات كل من (Khodary، 2018)، ودراسة (أبو حصيرة، 2021)، ودراسة (السمان، 2019)، وإن كانت هذه الدراسة قامت ببحث مصداقية إعلام الطقس دون تحديد نوع الوسيلة الإعلامية التي يستخدمها الجمهور في الحصول على المعلومات، وإنما سعت لمعرفة مصداقية إعلام الطقس من حيث تقديمها للمعلومات دون الأخذ بالاهتمام نوع الوسيلة.

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

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

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

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

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

ونلاحظ أن الجمهور الأردني يجد الدقة في إعلام الطقس من "طقس العرب" أكثر من "إدارة الأرصاد الجوية" حيث حصل طقس العرب على مستوى مرتفع وحصلت إدارة الأرصاد الجوية على مستوى متوسط. على الرغم من أن المتابعين للمعلومات الجوية على نحو يومي يجدون الدقة عالية في كلا المصادرين، إلا أن هناك بعض الاختلافات التي تبرز في المجموعة الكاملة من الفقرات، بالنسبة لـ "طقس العرب"، يعد الجمهور الأردني أن المعلومات المتعلقة بالطقس تحتاج إلى تحديث على نحو أكبر خلال اليوم وأثنم لا يجدون بعض المعلومات التي يبحثون عنها في النشرات الجوية. ويتبعون الطقس في جميع فصول العام، ولكن هناك بعض الاعتبارات حول مدى الدقة والاكتفاء. وعلى الرغم من أنهم يرون أن موقع الطقس تعطي معلومات دقيقة عن درجات الحرارة العليا والدنيا، إلا أنهم يرى أن الدقة في معلومات كميات الهطول تحتاج إلى تحسين. ومع ذلك، يعتقدون أن التنبؤات والتحذيرات الجوية أصبحت أكثر دقة خلال العام الحالي.

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

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

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

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

في ما يتعلق بتغطية المعلومات المتعلقة بالطقس لمتطلبات التخطيط اليومي والأسواعي، يرى الجمهور الأردني أن كل من "طقس العرب" و"إدارة الأرصاد الجوية" تقدم معلومات متوسطة الدقة. بينما يعتقدون أن معلومات الطقس في "إدارة الأرصاد الجوية" متوفرة في الوقت المناسب لتلبية حاجاتهم بدروجة أعلى من "طقس العرب".

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

أهم نتائج الدراسة

1. أظهرت النتائج أن الاعتماد على كلاً من إدارة الأرصاد الجوية وطقس العرب كمصدرين أساسيين لأخبار الطقس عند الجمهور الأردني بنسبة .32.3.
2. أظهرت النتائج أن درجة ثقة الجمهور الأردني في إعلام الطقس سواء كانت من "طقس العرب" أو "إدارة الأرصاد الجوية" جاءت بدرجة متوسطة.
3. أظهرت النتائج أن الجمهور الأردني يُعد "طقس العرب" أدق في تقديم توقعات الطقس مقارنة بـ"إدارة الأرصاد الجوية". حيث حصل "طقس العرب" على مستوى مرتفع في التقديرات، في حين تقييم "إدارة الأرصاد الجوية" كان على مستوى متوسط.
4. أظهرت النتائج أن درجة الموضوعية في كل من "طقس العرب" وـ"إدارة الأرصاد الجوية" تُقيّم على نحو متوسط من قبل الجمهور.
5. أظهرت النتائج أن مصداقية إعلام الطقس لدى الجمهور الأردني قد جاءت متوسطة.

ثالثاً: توصيات الدراسة

1. تعزيز الانتشار والتواصل: على وسائل الإعلام أن تجعل الطقس أكثر جاذبية وتطوير منصات متنوعة لتقديم الطقس، مثل التطبيقات المحمولة والمواقع الإلكترونية والوسائط الاجتماعية، لجذب جمهور أكبر.
2. تعرف مصادر إعلام الطقس: ضرورة توسيع الشراكات بين مصادر الطقس المختلفة لتحسين دقة وموضوعية إعلام الطقس.
3. تعزيز الثقة في الإعلام: الحاجة للقيام بأعمال تثقيفية لإظهار كيفية إعداد التوقعات وما هو المتوقع منها.
4. تحسين الدقة: بذل للمزيد من التعاون بين المنظمات المحلية والدولية لتحسين النماذج والتقنيات المستخدمة في التنبؤ بالطقس.
5. التوازن والموضوعية: تقديم معلومات كافية حول عوامل الطقس المختلفة وكذلك تحقيق التوازن بين التوقعات القصيرة والطويلة الأجل. إذًا، الدراسات المستقبلية يمكن أن تهتم أكثر بتقييم الأثر الفعلي لتحسينات هذه المجالات وكيف يمكن أن تؤثر في الثقة العامة في الإعلام الخاص بالطقس).

References

- Abu Hasira, R. (2021). Credibility of Television Channels During the Coronavirus Crisis. *Scientific Journal of King Faisal University*, 22(Special Issue "Media and the Coronavirus"), Publisher: King Faisal University, Saudi Arabia.
- Ekram, F. (2021). Credibility of Egyptian Newspaper Pages on Facebook During the Coronavirus Crisis: A Field Study of the Egyptian Public. *Egyptian Journal of Public Opinion Research*, 20(4), July-September, Public Opinion Research Center, Faculty of Mass Communication, Cairo University.
- Imam, I. (1980). *Islamic Media*. Cairo: Anglo Egyptian Library.
- Iyad, et al. (2019). Credibility of Arabic-language Satellite News Channels from the Perspective of Iraqi Journalists. *Al-Bahith Al-I'lamy Journal*, 10(42), 161-178.
- Habibi, R. (2014). *Credibility of Islamic Religious Content in New Media Among the Egyptian Public: A Comparative Study*. (Unpublished doctoral dissertation), Department of Media, Faculty of Arts, Mansoura University.
- Hussein, S. (1983). *Content Analysis: Definitions, Concepts, Determinants, Basic Uses, Units and Categories, Methodological Aspects, and Media Applications*. Riyadh: Al-Kutub Printing, Publishing, and Distribution World.
- Hamza, A. (1978). *Media and Propaganda*. (2nd ed.). Dar Al-Fikr Al-Arabi.
- Rafi, M. (2014). *The Use of the Internet by the Egyptian Elite and Their Attitudes Toward Its Credibility: An Analytical Field Study*. (Unpublished doctoral dissertation), Department of Journalism, Faculty of Mass Communication, Cairo University.
- Samman, A. (2019). Credibility of Foreign Arabic-language News Websites Among Students of Media Colleges: A Comparative Study between Public and Private Universities within the framework of Information Seeking Theory. *Scientific Journal of Journalism Research*, (17), January-June, Department of Journalism, Faculty of Mass Communication, Cairo University.
- Smith, R. A. (2017). Journalism Ethics. Hindawi SCI UK.
- Shahawi, S. (2014). Credibility of Egyptian Electronic Newspapers and Their Relationship to Youth Use: A Field Study on Egyptian Youth. *Arab Journal of Media and Communication Research*, (4), March, Saudi Association for Media and Communication, King Saud University, Riyadh.
- Saleh, F. (2012). *Factors Affecting the Credibility of Television News Content: A Comparative Study of the Egyptian Public's Attitudes toward the Credibility of Nile News and Al Jazeera Channels*. (Unpublished master's thesis), Department of Radio and Television, Faculty of Mass Communication, Cairo University.
- Sedqani, K. (2016). *Factors Affecting the Credibility of Syrian Newspapers among the Local Audience and Their Role in Their Exposure to Them*. (Unpublished master's thesis), Department of Press and Electronic Publishing, Faculty of Media, Damascus University.
- Tawalbeh, H., & Mansour, T. (2014). *Attitudes of Jordanian Journalists toward the Credibility of News on Social Media Platforms*. (Unpublished master's thesis), Faculty of Media, Yarmouk University.
- Abdel Bari, W. (2005). Credibility of News Websites on the Internet and Its Relationship to the Future of Printed Press as Perceived by the Egyptian Public. *Paper presented at the 11th Annual Conference of the Faculty of Mass Communication: The Future of Arab Media*, Cairo University, Egypt.
- Abdel Hamid, A. M. (2016). Egyptian Public Opinion's Attitudes toward the Credibility of Television Channels
- El Khodary (2018). M, New Media Credibility between Internet and Television in Jordan, *Egyptian Journal of Media Research*.
- Flanagin, A.&Metzger, C. (2013). Credibility and digital media,Cambridge, MIT Press.
- Schulze, K., & Voss, M. (2022). *Weather Forecast and Weather Warning Preferences in Germany Disaster Research*, Unit (DRU) Katastrophenforschungsstelle (KFS) FreieUniversität Berlin FB Politik- und Sozialwissenschaften Carl-Heinrich-Becker-Weg 6-10 12165 Berlin.
- Llamero, L. L., Fenoll, V., & Domingo, D. (2019). Predictors of credibility of online media in the Spanish polarized media system. *Communication & Society*, 32(2), 127-138.
- Sharon Wilson, P. Leong, C. Nge, & Miang Hong, N. (2012). op.cit.

- Sikarwar, Gupta, Tomar (2020). *Content Credibility WhatsApp Messages and Decision to Share: Psychology of Youth* 21 March 2021.
- Moran & Begotti. (2021). Media Exposure to Climate Change, Anxiety, and Efficacy Beliefs in a Sample of Italian University Students, *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 18.
- Hase, el.at. (2021). Climate change in news media across the globe: An automated analysis of issue attention and themes in climate change coverage in 10 countries (2006–2018), *Global Environmental Change*. 70.
<https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2021.102353>
- Abdelalim, M. (2023). Framing Climate Change Coverage in Egyptian Media Outlets: An Analytical Study. *Egyptian Journal of Media Research*, 61(3).
- Elshahry, S. (2023). The Impact of Exposure to News Websites on Climate Change Risk Awareness among the Egyptian Audience: A Field Study. *Egyptian Journal of Public Communication Research*, 5(1).
[موقع إدارة الأرصاد الجوية](http://jmd.gov.jo/)
<https://www.arabiaweather.com/ar/content>